INSTITUTO TECNOLOGICO
"CORDILLERA"

CARRERA DE ADMINISTRACIÒN DE BOTICAS Y FARMACIAS

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA DISTRIBUIDORA DE PRODUCTOS FARMACÉUTICOS EN EL SECTOR DE CARCELÉN, DMQ, PERÍODO 2015-2016.

Proyecto de inversión para la obtención de Tecnólogo en Administración de Boticas y Farmacias.

Autora: Montalvo Espinoza Kelly Fernanda

Tutor: Econ. Lenin Paredes

Quito, Mayo 2016

DECLARATORIA

Declaro que la realización de este proyecto de inversión 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 autor vigentes. Las ideas, doctrinas resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

_____

Kelly Fernanda Montalvo Espinoza

CC 172570595- 6

CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Kelly Fernanda Montalvo Espinoza alumna de la Escuela de Administración de Boticas y Farmacias, libre y voluntariamente cedo los derechos de autor de mi proyecto de inversión en favor Instituto Tecnológico Superior "Cordillera".

_____

Kelly Fernanda Montalvo Espinoza

CC 172570595- 6

AGRADECIMIENTO

En especial extiendo mis agradecimientos al Econ. Lenin Paredes, Econ. Jessica Erazo, Tnlga. Ma. Belén Ríos y Bioq. Berenice Quiroz por el valioso aporte profesional, técnico y humano brindado en el transcurso de cada semestre y así alcanzar que esta retadora etapa de mi carrera culmine, luego de pasar por muchos sacrificios.

Gracias a todo el personal docente, que al fin verán los frutos de sus enseñanzas.

DEDICATORIA

A Dios por brindarme la mejor carga de bendiciones,

A mis padres por su apoyo incondicional,

A mis hermanas por su calor filial,

A mi pareja por su infinito amor,

A mis sobrinos por su eterna inspiración.

INDICE GENERAL

DECLARATORIA…….ii

CESION DE DERECHOS……...…….iii

AGRADECIMIENTO……iv

DEDICATORIA……...v

INDICE GENERAL……..……vi

INDICE DE TABLAS……

INDICE DE GRAFICAS……..

INDICE DE ILUSTRACIONES……..

Resumen Ejecutivo……..ix

Abstract…….x

CAPITULO I…….……...1

1.1Justificación...…….....1

1.2Antecedentes....…….....2

CAPÍTULO II……...……..3

ANÁLISIS SITUACIONAL…….....3

2.1 ANÁLISIS MACROENTORNO……...……..3

2.1.1 Factor Económico…….……..3

2.1.1.1 PIB (Producto Interno Bruto)……..……...3

2.1.1.2 Inflación……...5

2.1.1.3 Tasa de Interés Activa…….7

2.1.1.4 Tasa de Interés Pasiva…….…….....8

2.1.2 Factor Social…….....9

2.1.2.1 Desempleo……..……..9

2.1.2.2 Delincuencia……..……..…11

2.1.3 Factor Legal……...11

2.1.4 Factor Tecnológico……14

2.2 ENTORNO LOCAL…….....14

2.2.1 Análisis de las 5 Fuerzas de Porter…….14

2.2.1.1 Rivalidad entre Competidores……..15

2.2.1.1.1 Competencia...……15

2.2.1.2 Amenaza de entrada de nuevos competidores……..……...15

2.2.1.3 Poder de negociación de los proveedores……16

2.2.1.4 Poder de negociación de los consumidores……..16

2.3 ANÁLISIS INTERNO…….17

2.3.1 Propuesta estratégica……17

2.3.1.1 Concepto empresarial…….....17

2.3.1.2 Misión…….18

2.3.1.3 Visión…….18

2.3.2 Objetivos……18

2.3.2.1 Objetivo General…….....18

2.3.3 Principios……..19

2.3.4 Gestión Administrativa……...20

2.3.4.1 Organigrama empresarial……20

2.3.1.1 Gerente General……21

2.3.4.1.2 Gerente Financiero……21

2.3.4.1.4 Gerencia de Ventas……21

2.3.4.1.5Dirección de Logística……21

2.3.4.1.5.1 Coordinación de Bodega……22

2.3.4.1.5.2 Auxiliar Logístico……22

2.3.5 Gestión Operativa……23

2.3.5.1 Mapa de Procesos……..24

2.3.6 Gestión Comercial……25

2.3.6.1 Marketing Mix……..…..25

2.3.6.1.1 Estrategia de Producto……..25

2.3.6.1.2 Estrategia de Precio……....25

2.3.6.1.3 Estrategia de Promoción……26

2.3.6.1.4 Estrategia de Plaza……....26

2.4 ANÁLISIS FODA……26

2.4.1 Matriz MEFI……..28

2.4.2 Matriz MEFE……29

CAPITULO III……...30

3.1 ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR……..30

3.1.1 Población……30

3.1.2 Censo...……...30

3.1.2.1. Tabulación……32

3.2 OFERTA…….....44

3.2.1 Oferta Actual……44

3.2.2 Oferta Histórica…….....44

3.2.3 Oferta Proyectada……45

3.3DEMANDA……45

3.3.1 Demanda Actual…….....45

3.3.2 Demanda Histórica……46

3.3.3 Demanda Proyectada……47

3.5 BALANCE OFERTA DEMANDA……....47

CAPITULOIV……49

4.1 TAMAÑO DEL PROYECTO……49

4.1.1 Capacidad Instalada vs demanda……..49

4.1.2 Capacidad óptima……49

4.1.2.2 Presupuesto de Mano de Obra……51

4.2 LOCALIZACIÓN……...…51

4.2.1 Macro localización……...52

4.1.2.1 Número de trabajadores……52

4.2.1 Micro localización……52

4.2.2 Localización óptima……..53

4.3 INGENIERÍA DEL PRODUCTO……54

4.3.1 Definición del Bien y Servicio…..……54

4.3.2 Distribución de planta…….....54

4.3.2.2 Maquinaria y Equipos..…….....58

4.3.2.2.1 Maquinaria……..……...58

4.3.2.2.2 Equipos……..……58

4.3.2.3Aspectos Legales……..……58

CAPITULO V……62

5.1. INGRESOS……62

5.1.1 Ingresos Operacionales……...62

5.1.2 Ingresos no operacionales……62

5.2 COSTOS……..62

5.2.1 Costos directos……..62

5.2.1.2 Costos indirectos……63

5.2.1.3 Gastos administrativos……..63

5.2.1.3.1 Rol de Pagos……..64

5.2.1.3.2 Depreciación de Activos……65

5.2.1.4 Gastos Financieros……..…68

5.2.1.5 Gastos de Venta……..…71

5.3 Inversión del Proyecto……71

5.3.1 Activos fijos……72

5.3.2 Otros Activos……72

5.3.3 Capital de trabajo……73

5.3.5 Fuentes de financiamiento……74

5.4.1 Estado de Pérdidas y Ganancias……..76

5.4.2 Flujo de caja……...77

5.4.3 Punto de equilibrio……....78

5.5 Evaluación Financiera…….....79

5.5.1 T (MAR)……79

5.5.2 Valor Actual Neto (VAN)……80

5.5.3 Tasa Interna de Retorno……...81

5.5.4 Razón Beneficio Costo……..81

5.5.5 Periodo de recuperación de la inversión (PRI)……..82

5.5.6 Coeficientes Financieros……..82

5.5.6.1 Margen Bruto……82

5.5.6.2 Margen Neto……...83

CAPITULO VI……...84

6.1 Impacto Ambiental……..84

6.2 Impacto Social……..84

6.3 Impacto Económico…….85

CAPITULO VII…….86

7.1 Conclusiones…….…86

7.2 Recomendaciones…….88

7.3 Anexos……...89

Referencias:……94

INDICE DE TABLAS

Tabla Nº1 Tasa de crecimiento PIB……

Tabla Nº2 Tasa de Inflación……

Tabla Nº3 Tasa de Interés Activa……

Tabla Nº4 Tasa de Interés Pasiva……

Tabla Nº5 Tasas de desempleo…….

Tabla Nº 6 Delincuencia……

Tabla Nº 10 Matriz FODA……...

Tabla Nº11 Matriz MEFI…….

Tabla Nº12 Matriz MEFE……

Tabla Nº13 productos requeridos (analgésicos)…….

Tabla Nº14 Productos requeridos (Antiinflamatorios)…….

Tabla Nº15 Productos requeridos (Anticonceptivos)…….

Tabla Nº16 Productos requeridos (Vitaminas)……..

Tabla Nº16 Productos requeridos (Vacunas)……

Tabla Nº17 Cometarios o Sugerencias……

Tabla Nº18 Oferta Actual……..

Tabla Nº19 Oferta Histórica…….

Tabla Nº20 Oferta Proyectada……..

Tabla Nº21 Demanda Actual…….

Tabla Nº22 Demanda Histórica……

Tabla Nº23 Demanda Proyectada…….

Tabla Nº24 Balance of-dem. Actual……..

Tabla Nº25 Ventas……..

Tabla Nº26 Balance of-dem proyectado……...

Tabla Nº27 Capacidad Óptima…….

Tabla Nº28 Sueldo del personal……

Tabla Nº29 Presupuesto de Mano de Obra…….

Tabla Nº30 Escala de Ponderación……..

Tabla Nº31 Tabla de Ponderación……

Tabla Nº31 Equipos de computación……

Tabla Nº32 Equipos de oficina……..

Tabla Nº33 Equipos de seguridad…….

Tabla Nº34 Equipos de seguridad…….

Tabla Nº35 Otros equipos……..

Tabla Nº36 Vehículos…….

Tabla Nº37 Permisos de funcionamiento (Costos)……..

Tabla Nº38 Ventas…….

Tabla Nº39 Costos directos……

Tabla Nº40 Costos indirectos……

Tabla Nº41 Gastos administrativos.....…….

Tabla Nº42 Rol de pagos……

Tabla Nº43 Depreciación de equipos de computación……....

Tabla Nº44 Depreciación de equipos de oficina……..

Tabla Nº45 Depreciación de Muebles y Enseres……

Tabla Nº46 Depreciación de vehículos……

Tabla Nº47 Gastos Financieros……

Tabla Nº48 Amortización préstamo…….

Tabla Nº49 Gastos de venta……..

Tabla Nº50 Publicidad……...

Tabla Nº51 Activos Fijos……...

Tabla Nº52 Otros Activos……..

Tabla Nº53 Capital de trabajo…….

Tabla Nº53 Estado de Situación Inicial……

Tabla Nº54 Financiamiento……...

Tabla Nº54 Estado de Pérdidas y Ganancias……..

Tabla Nº55 de impuesto a la renta……

Tabla Nº55 Flujo de Caja……..

Tabla Nº56 Punto de equilibrio…….

Tabla Nº57 T (MAR)……..

Tabla Nº 58 VAN……

Tabla Nº59 TIR……..

Tabla Nº60 T(MAR)- VAN – TIR……

Tabla Nº 61 Razón Beneficio Costo……..

Tabla Nº62 PRI……...

Tabla Nº 63 Margen Bruto……

Tabla Nº 64 Margen Neto……..

INDICE DE GRAFICOS

Gráfico Nº1 Tasa de crecimiento PIB……

Gráfico Nº2 Tasa de Inflación……

Gráfico Nº3 Tasa de Interés Activa……

Gráfico Nº4 Tasa de Interés Pasiva……

Gráfico Nº5 Tasas de desempleo…….

Gráfico Nº6 Tasas de delincuencia…….

Gráfico Nº 8 Gestión Operativa……..

Gráfico Nº9 Mapa de Procesos ……..

Gráfico Nº10 Pregunta 1 (Mercado)……

Gráfico Nº11 Pregunta 2 (Proveedores)……..

Gráfico Nº12 Productos requeridos……

Gráfico Nº13 Periodo de compra de productos……..

Gráfico Nº14 Valor de compra mensual de productos…….

Gráfico Nº15 Prestación de servicio por nueva empresa…….

Gráfico Nº16 Valor de compra de productos…….

Gráfico Nº17 Forma de tomar pedidos……...

Gráfico Nº18 Tiempo de toma de pedidos……..

Gráfico Nº19 Comentarios o Sugerencias……..

Gráfico Nº19 Macro localización…….

Gráfico Nº20 Micro localización……..

Gráfico Nº22 Distribución de planta……..

Gráfico Nº21 Distribución de planta……..

Gráfico Nº 23 Distribución de planta…….

Gráfico Nº24 Proceso de comercialización……..

Gráfico Nº 25 Financiamiento……..

Gráfica Nº26 Punto de equilibrio…….

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración Nº 1 Logo…….

Ilustración Nº 2 Organización empresarial…….

Ilustración Nº 3 Gestión Operativa…….

Ilustración Nº4 Mapa de Procesos……

Ilustración Nº 5 Promociones……

Ilustración Nº 6 Publicidad……...

Ilustración Nº 7 Publicidad……...

Ilustración Nº 8 Distribución de Planta 3D……..

Ilustración Nº 9 Distribución de Planta 3D……..

Resumen ejecutivo

El objetivo de la presente investigación es el estudio de factibilidad para la implementación de una distribuidora de medicamentos en la provincia de Pichincha mediante la cual hemos incurrido a utilizar diferentes métodos y técnicas de la investigación hasta llegar a definir si se puede llegar a implementar o no la propuesta del mismo.

Abstract

The aim of the present investigation is the study of feasibility for the implementation of a distributor of medicines in the province of Pichincha by means of which we have incurred to using different methods and technologies of the investigation up to managing to define if it is possible to come to help or the offer of the same one. The used methods have been the following ones: Deductive Method, by means of this one the ideal location managed to determine for the same one after a study mike and macro. In addition there was defined the offer and demand that one proposes to handle this study. Analytical method, by means of this one we manage to apply all the knowledge acquired in Administration of Companies and his managing inside the environment. Statistical method, it allowed us to measure the results of implemented.

Introducción

En el Ecuador existe el marco legal para la aplicación de políticas nacionales de salud y de medicamentos. Lo que no siempre ha existido es la voluntad política de los gobiernos para impulsarlas. En términos de salud pública es clara la trascendencia de la gran proporción que como parte de la oferta de medicamentos, asume el sector privado en la oferta de medicamentos directamente al consumidor, las farmacias deben constar con un surtido de medicamentos esenciales ya que estarán contribuyendo a que las personas encuentren los mismos a un bajo costo y se revierta la creciente tendencia de los pacientes a no prevenir, detener y curar sus enfermedades con medicamentos apropiados pero de elevado valor y no adquirirlos en la totalidad del tratamiento, poniendo en peligro su vida o creando resistencia a tal o cual antibiótico y necesitando medicamentos cada vez de mayor potencia, nuevos en el mercado, más caros y con efectos secundarios desconocidos, el medicamento que cuenta con un certificado de buenas prácticas de manufactura tiene un costo significativamente menor que el de marca y los mismos efectos terapéuticos . La población pagaría un precio asequible mientras el gobierno facilitaría el acceso a través de la mejora del financiamiento, las importaciones, adquisiciones. Si los precios de los medicamentos se siguen incrementando, sería necesario que se obligue a que existan distribuidoras de medicamentos en todas las provincias.

CAPITULO I

1.1 Justificación.

El mercado farmacéutico es uno de los sectores con más desarrollo a nivel mundial, se han realizado varias propuestas para ayudar a fortalecer e incrementar su participación dentro del mercado.

Con el afán de llegar a todos los puntos requeridos de producto farmacéutico se crean las Distribuidoras y Comercializadoras.

Las pioneras en el mercado fue la Farmacéutica Espinosa (1981) y posteriormente aparece en el mercado la Representación Ortiz Cevallos (1990).

En la actualidad existen más de 15 Distribuidoras y Comercializadoras, a pesar de la existencia de tantas en el mercado cada vez más se descubren necesidades a satisfacer, es por este motivo el presente estudio.

1.2 Antecedentes

Esta problemática de Distribución ha venido dándose desde hace varios años atrás, los Laboratorios farmacéuticos se concentraron en incluir sus productos en las farmacias, pero no crearon estrategias necesarias para que cumplan su meta a satisfacer una hallada necesidad, en ese intervalo la medida que optan es asociarse con una distribuidora la cual tuviese la capacidad para cubrir los puntos a los cuales ellos se referían con el producto adecuado, entregas a tiempo y con un excelente estado.

Paso a paso se han ido creando varias Distribuidoras cumpliendo con la misión de cubrir coberturas, pero debido al crecimiento que existe no se dan abasto aun y el campo se hace desplegable para nuevas compañías, refiriéndonos de esto entablamos crear una propuesta para cubrir una cobertura identificada.

CAPÍTULO II

ANÁLISIS SITUACIONAL

2.1 ANÁLISIS MACROENTORNO

2.1.1 Factor Económico

El factor económico son aquellos que afectan al poder de compra y el patrón de gastos de los consumidores.

2.1.1.1 PIB (Producto Interno Bruto)

El PIB es el conjunto de bienes y servicios producidos en un país durante un lapso de tiempo, este generalmente es de un año.

TablaNº1 Tasa de crecimiento PIB

Fuente: Banco Central del Ecuador.

Años	Porcentajes
2011	1,60%
2012	1,90%
2013	1,7%
2014	2,65%
2015	2,7 %

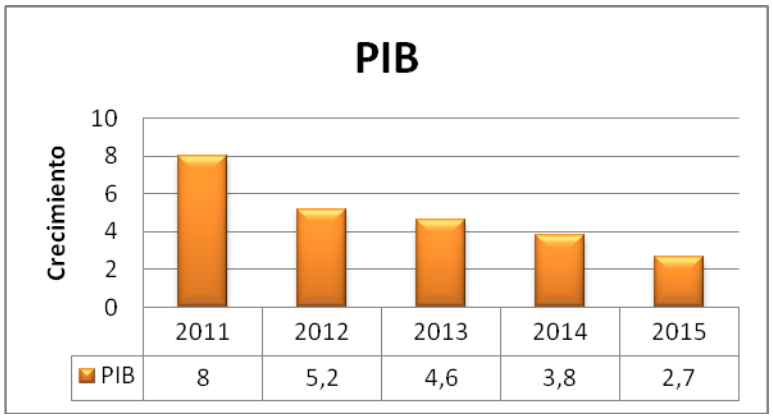


Grafico Nº1 Tasa de crecimiento PIB

Fuente: Banco Central del Ecuador.

Elaborado: Fernanda Montalvo

Análisis:

Tomando en cuenta los datos proporcionados podremos identificar las variaciones que se han venido presentando en los últimos años en cuanto al PIB (Producto Interno Bruto) del Ecuador.

Identificamos que en el año 2011 presenta un porcentaje de crecimiento del 8,0% el cual no se ha mantenido en años venideros como el 2012 en el cual se presenta un crecimiento del 5,2%, mientras que en el 2013 fue 4,6%, en el 2014 tan solo un 3,8% mientras que el 2015 se identifica un 2,7 de crecimiento, esto se podría presentar como una amenaza para la distribuidora farmacéutica debido a que representa un valor monetario de la producción de bienes y servicios de la demanda final del país.

2.1.1.2 Inflación

La inflación es el aumento generalizado y sostenido de los precios de bienes y servicios en un país.

Tabla Nº2 Tasa de Inflación

Fuente: Banco Central del Ecuador.

Años	Porcentajes
2011	5,4%
2012	4,16%
2013	2,70%
2014	3,67%
2015	3,38%
2016	3,09%

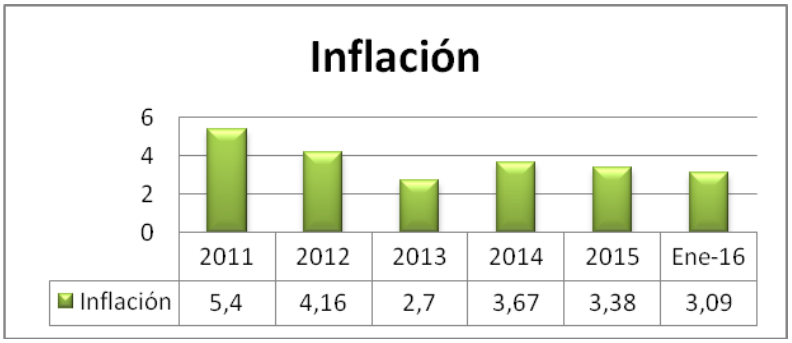


Gráfico Nº2 Tasa de Inflación

Fuente: Banco Central del Ecuador.

Elaborado: Fernanda Montalvo

Análisis:

Mediante los siguientes datos podemos verificar la variabilidad de la inflación en los diferentes años a partir del 2011 con un porcentual del 5,4%, mientras que en el 2012 se observa un decrecimiento hasta llegar al 4,16%, continuo bajando hasta que en el 2013 la inflación tuvo un declive que llego al 2,70%, pero en el 2014 se ve una variante la cual presenta un 3,67%el cual no se mantiene debido que en el 2015 varia al 3,38% y hasta enero del 2016 baja a un 3,09% el cual produce para el sector farmacéutico una leve amenaza debido a que los precios de los bienes y servicios que se dan en el mercado son menos accesibles para quien comercializa sin poder acaparar mercadería para la satisfacción de necesidades hacia nuestros clientes.

2.1.1.3 Tasa de Interés Activa

Es aquel porcentaje de interés que reciben terceras personas de aquellos que recibieron un préstamo; es decir lo que cobra la entidad financiera por el capital que presta a sus clientes.

Tabla Nº3 Tasa de Interés Activa

Fuente: Banco Central del Ecuador.

Años	Porcentajes
2011	8,34%
2012	8,17%
2013	8,17%
2014	8,19%
2015	8,70%

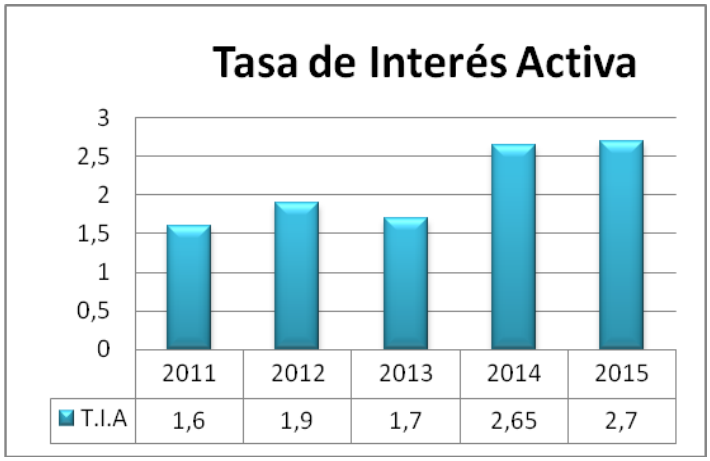


Gráfico Nº3 Tasa de Interés Activa

Fuente: Banco Central del Ecuador.

Elaborado: Fernanda Montalvo

Análisis:

En el año 2011 la tasa de interés activa tenía un porcentaje del 8,37% y para el 2015 llegó hasta un 8,70% es decir se dio un crecimiento de intereses por parte de los bancos razón por la cual los préstamos que realicen nuestros clientes se verán afectados debido a que ellos deberán pagar mayor interés por los mismos.

2.1.1.4 Tasa de Interés Pasiva

Es el porcentaje de interés que pagan las terceras personas a aquellos que realizan sus depósitos en entidades financieras; es decir, lo que nos paga la entidad financiera por nuestros depósitos.

Tabla Nº4 Tasa de Interés Pasiva

Fuente: Banco Central del Ecuador.

Años	Porcentajes
2011	4,56%
2012	4,53%
2013	4,53%
2014	5,19%
2015	5,48%

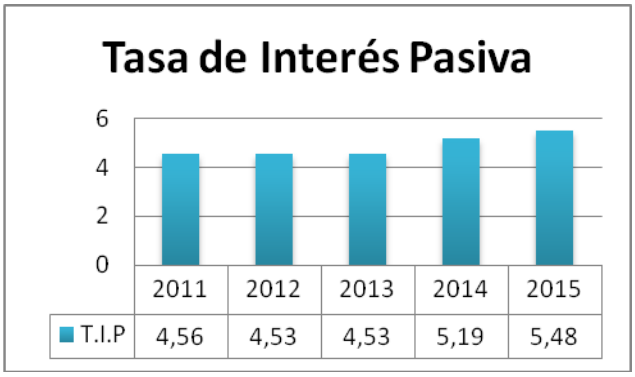


Gráfico Nº4 Tasa de Interés Pasiva

Fuente: Banco Central del Ecuador.

Elaborado: Fernanda Montalvo

Análisis:

En el año 2011 la tasa pasiva tenía un 4,58% para junio del 2015 subió y llego al 5,48%, es decir que hubo un incremento importante para las personas que depositan su dinero en bancos y/o cooperativas, lo cual es una amenaza para la organización debido a que los clientes al evidenciar esta variación en la tasa pasiva se incentivan a ahorrar limitando la adquisición de los productos que disponemos.

2.1.2 Factor Social.

2.1.2.1 Desempleo.

Persona apta para laborar pero no posee un empleo o simplemente lo ha perdido.

Tabla Nº5 Tasas de desempleo

Fuente: Banco Central del Ecuador

Años	Porcentajes
2011	5,07%
2012	5,00%
2013	4,86%
2014	4,54%
2015	5,65%

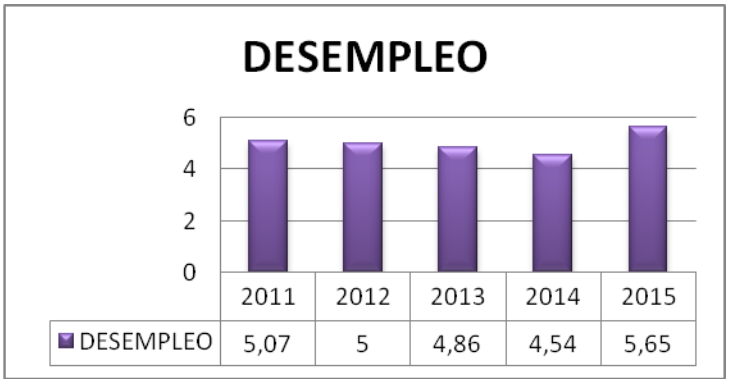


Gráfico Nº5 Tasas de desempleo

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado: Fernanda Montalvo

Análisis:

Mediante la siguientes información podemos evidenciar que en el año 2011 el porcentual de desempleados es alto a comparación de los últimos años hasta el 2015 donde se observa que ha tenido una subida significativa la cual se podría considerar amenaza para nuestra

organización, ya que muchas personas a las cuales está dirigido proyecto no tienen la factibilidad de adquirir nuestros productos y/o servicios.

2.1.2.2 Delincuencia.

Es el acto donde se infraccionan las leyes alojadas en el código penal civil, atentando a la seguridad de los bienes de otras personas y a la integridad física de los mismos.

Tabla Nº 6 Delincuencia

Fuente: Cedatos (Centro de estudios y datos)

Años	Porcentajes
2010	48,9 %
2011	48,6%
2012	48%
2013	45,7%
2014	44,8%
2015	49,3%

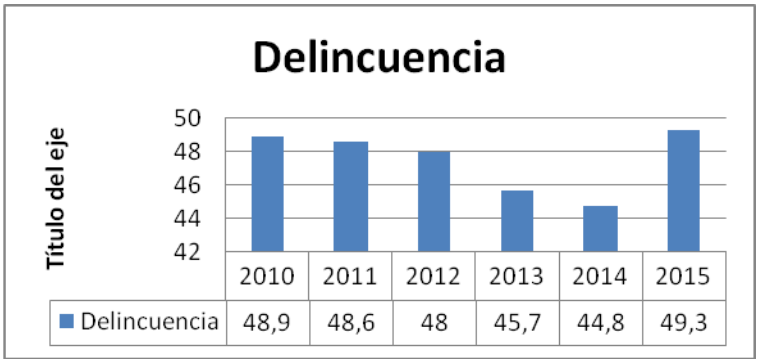


Gráfico Nº6 Tasas de delincuencia

Fuente: Cedatos (Centro de estudios y datos)

Elaborado: Fernanda Montalvo

Análisis:

Con la información proporcionada podemos denotar que no se ha presentado gran variabilidad en la tasa de delincuencia de nuestro país en los últimos años, sin embargo esto se muestra como una amenaza, es por esto que debemos crear estrategias las cuales nos proporcionen seguridad tanto al personal como a los bienes que la empresa disponga.

2.1.3 Factor Legal

La ley orgánica de salud (2012) presenta una mención de varios artículos que hacen referencia al funcionamiento de un establecimiento farmacéutico.

Art. 3.- La salud es el completo estado de bienestar, físico, mental y social no solamente la ausencia de afecciones o enfermedades. Es un derecho humano inalienable, indivisible, irrenunciable e transigible, cuya protección y garantía es responsabilidad primordial del

Estado; y, el resultado de un proceso colectivo de interacción donde Estado, sociedad, familia e individuos convergen para la construcción de ambientes, entornos y estilos de vida saludables.

Art. 51.- Está prohibido la producción, comercialización, distribución y consumo de estupefacientes y psicotrópicos y otras substancias adictivas, salvo el uso terapéutico y bajo prescripción médica, que serán controlados por la autoridad sanitaria nacional, de acuerdo con lo establecido en la legislación pertinente.

Art. 153.- Todo medicamento debe ser comercializado en establecimientos legalmente autorizados. Para la venta al público se requiere de receta emitida por profesionales facultados para hacerlo, a excepción de los medicamentos de venta libre, clasificados como tales con estricto apego a normas farmacológicas actualizadas, a fin de garantizar la seguridad de su uso y consumo.

Art. 175.- Sesenta días antes de la fecha de caducidad de los medicamentos, las farmacias y botiquines notificarán a sus proveedores, quienes tienen la obligación de retirar dichos productos y canjearlos de acuerdo con lo que establezca la reglamentación correspondiente.

Art. 176.- Los medicamentos caducados referidos en el artículo anterior deben ser destruidos y eliminados por los fabricantes o importadores, conforme a los procedimientos establecidos por la autoridad sanitaria nacional y bajo su supervisión.

Análisis:

La Ley Orgánica de salud presenta ítems que rigen y dan normativas claras para los establecimientos farmacéuticos (cualquiera sea estos "farmacias, laboratorios, boticas, distribuidoras, etc.") para nuestra organización sería una oportunidad ya que si se cumplen cada uno de estos aspectos estamos apegados a la ordenanza legal y el funcionamiento de la misma se efectuaría sin ninguna novedad.

2.1.4 Factor Tecnológico

Según la Cámara de Empresas de Software y Sistemas Informáticos (2014) considera que existen varios programas que dan facilidades al sector farmacéutico y otros sectores agilitando sus procesos y dando auge a controles más exigentes brindando así un fluido óptimo de sus actividades.

La distribuidora y comercializadora farmacéutica puede acceder a mantener un software operativo el cual permitirá que el control de calidad de los procesos (Control de kardex, proveedores, procesos de distribución, adquisición, etc.) que mantendrá la empresa sea ágil y permitan mantener la comunicación respectiva dentro de la misma.

Análisis:

El factor tecnológico se presenta para la organización como una potencial oportunidad ya que se contara con un sistema de hardware y software los cuales facilitaran los procesos dentro de la empresa sean estos control de kardex, sistema operativo contable, entre otros.

2.2 ENTORNO LOCAL

Michael Porter (1979) menciona que las 5 fuerzas son esencialmente un gran concepto de los negocios por medio del cual se pueden maximizar los recursos y superar a la competencia, cualquiera que sea el giro de la empresa.

2.2.1.1 Rivalidad entre Competidores

La rivalidad que se presenta en el mercado farmacéutico es ardua puesto que existen distintas entidades que lideran este sector entre ella se encuentra Quifatex y Vacunamed entre otras que a pesar de que esta ya cuente con reconocimiento por parte de sus clientes siempre es necesario que el sentido de la alerta esté listo para actuar frente a cualquier movimiento que realicen los demás pioneros.

Análisis:

Entendemos que la rivalidad que poseemos es bastante complicada, pero si mentalizamos estrategias que nos ayuden a estar un paso delante de la competencia se alivianara la

situación, podríamos entablar una mejora consecuente en nuestros proceso y canales de distribución entre otras alternativas.

2.2.1.1.1 Competencia

Se toma en cuenta a todos aquellos establecimientos que ofrecen el mismo servicio y por ende los mismos productos, a los cuales las personas asisten por distintas razones ya sean estas comodidad, confianza entre otras.

2.2.1.2 Amenaza de entrada de nuevos competidores.

Los nuevos competidores no representan una amenaza alta para la Distribuidora y Comercializadora de productos Farmacéuticos puesto que el sector a pesar de su amplitud, la sectorización y puntos estratégicos para que otro establecimiento se constituya es casi imposible ya que existen barrios con una mínima magnitud de pobladores por ende una futura Distribuidora adicional no progresaría.

2.2.1.3 Poder de negociación de los proveedores

Este es uno de los puntos que si representa una verdadera oportunidad para el establecimiento puesto que al ser una empresa nueva podría cuenta con una fuerte comunicación con los proveedores, por ello se debe realizar una selección de los mismos para mantener un equilibrio y poder abastecer nuestro centro de acopio.

2.2.1.4Poder de negociación de los consumidores

Este punto se encuentra determinado por las farmacias independientes y las farmacias de clínicas a las cuales enfocaremos nuestra comercialización de productos, para estos se establecen los precios los mismos que son cargados de forma directa en el sistema, al igual que las promociones, regalos entre otros representando así una oportunidad ya que los consumidores al conocer el mecanismo de adquisición de los productos farmacéuticos en este establecimiento, evita mencionar a cerca de las bonificaciones, debido a que nuestro sistema informativo ya les da un enfoque previo de las ventajas en sus compras.

2.3 ANÁLISIS INTERNO

2.3.1 Propuesta estratégica

2.3.1.1 Concepto empresarial

Nuestro propósito principal es contribuir con el mantenimiento y recuperación de la salud de forma directa o indirecta, brindando un trabajo de excelencia, agilidad, accesibilidad eficaz y eficiente hacia nuestros clientes.

Ilustración Nº 1 Logo

Elaborado: Fernanda Montalvo

2.3.1.2 Misión:

Nos disponemos en brindar el mejor servicio en distribución y comercialización de productos farmacéuticos en **la línea de vacunas,** en el sector de Carcelén, contando con un equipo capacitado y responsable, además condicionados con excelente tecnología, procesos enfocados a mejora continua contribuyendo de forma eficaz y eficiente a la satisfacción de las necesidades del cliente o consumidor.

2.3.1.3 Visión:

Incursionar a la distribuidora y comercializadora de productos farmacéuticos de **línea de vacunas** "Loyal Distri-Vacunas", en el mercado para el año 2017, como una de las organizaciones que pretende fomentar y contribuir a la mejora de la calidad de vida con productos vitales para la salud de la comunidad.

2.3.2 Objetivos

2.3.2.1 Objetivo General.

Determinar las actuales necesidades del sector para con ello diseñar estrategias comerciales y financieras, que permitan alcanzar un nivel de posicionamiento del mercado farmacéutico de la zona a la que se quiere distribuir los productos, lo cual permitirá obtener un mayor porcentaje de ahorro en los procesos y beneficiar al consumidor final.

2.3.2.2 Objetivos específicos.

- Identificar los aspectos socioeconómicos del área de influencia del proyecto a implantarse.
- Definir el grado de aceptación de un nuevo laboratorio farmacéutico dedicado exclusivamente a la distribución de medicamentos genéricos.

- Establecer cuáles son los atributos que los distribuidores consideran necesarios para sentirse satisfechos con los medicamentos de la línea a ofrecer y sus sustitutos.

2.3.3 Principios

- **Ética.-** sello primordial en nuestra organización profesional, personal capacitado.
- **Responsabilidad.-** entes comprometidos con la labor a emprender.
- **Respeto.-** a las personas que están dentro y fuera de nuestro entorno.
- **Innovación.-** poseemos espíritu y mente abierta hacia el campo empresarial.
- **Trabajo en equipo.-** en conjunto seremos esenciales para nuestra organización, lo vital es ir aprovechando las capacidades de todas las personas que la conforman de manera equitativa.

2.3.4 Gestión Administrativa.

Conjunto de acciones mediante las cuales el directivo desarrolla sus actividades a través del cumplimiento de las fases del proceso administrativo (planear, organizar, dirigir, coordinar y controlar).

Organigrama empresarial

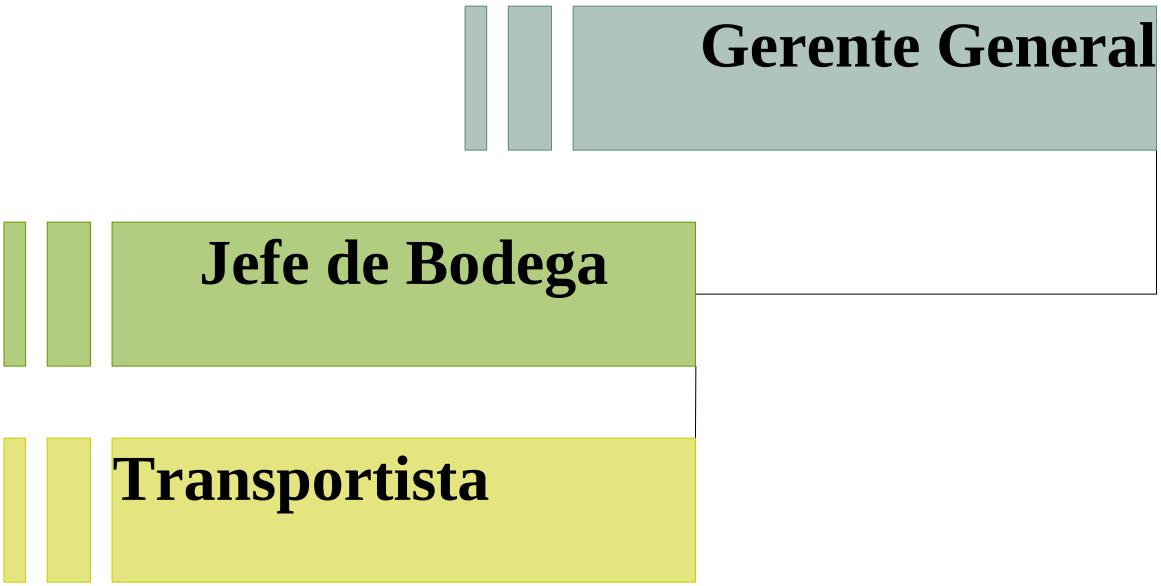


Ilustración Nº 2 Organización empresarial

Elaborado: Fernanda Montalvo

Funciones:

2.3.4.1.1 Gerente General.

- El elite principal de la organización debido a que es quien toma y aprueba las decisiones propias y propuestas por el equipo.
- Se encargara de dirigir, controlar y organizar las actividades de la empresa.

2.3.4.1.2 Jefe de Bodega

- Se encargan de manejar de forma adecuada los productos que ingresan y salen del área de almacenamiento.
- Revisan que las condiciones físicas del producto este en buen estado, y los ubican respectivamente en las zonas designadas.
- Registra los despachos según los requerimientos del cliente en la base operativa de la empresa (Software)

2.3.4.1.3 Transportista

- Distribuye la mercadería a los puntos previamente registrados.
- Maneja registros necesarios (Factura, guía de remisión, guía de rutas, órdenes de requisiciones).

2.3.5 Gestión Operativa

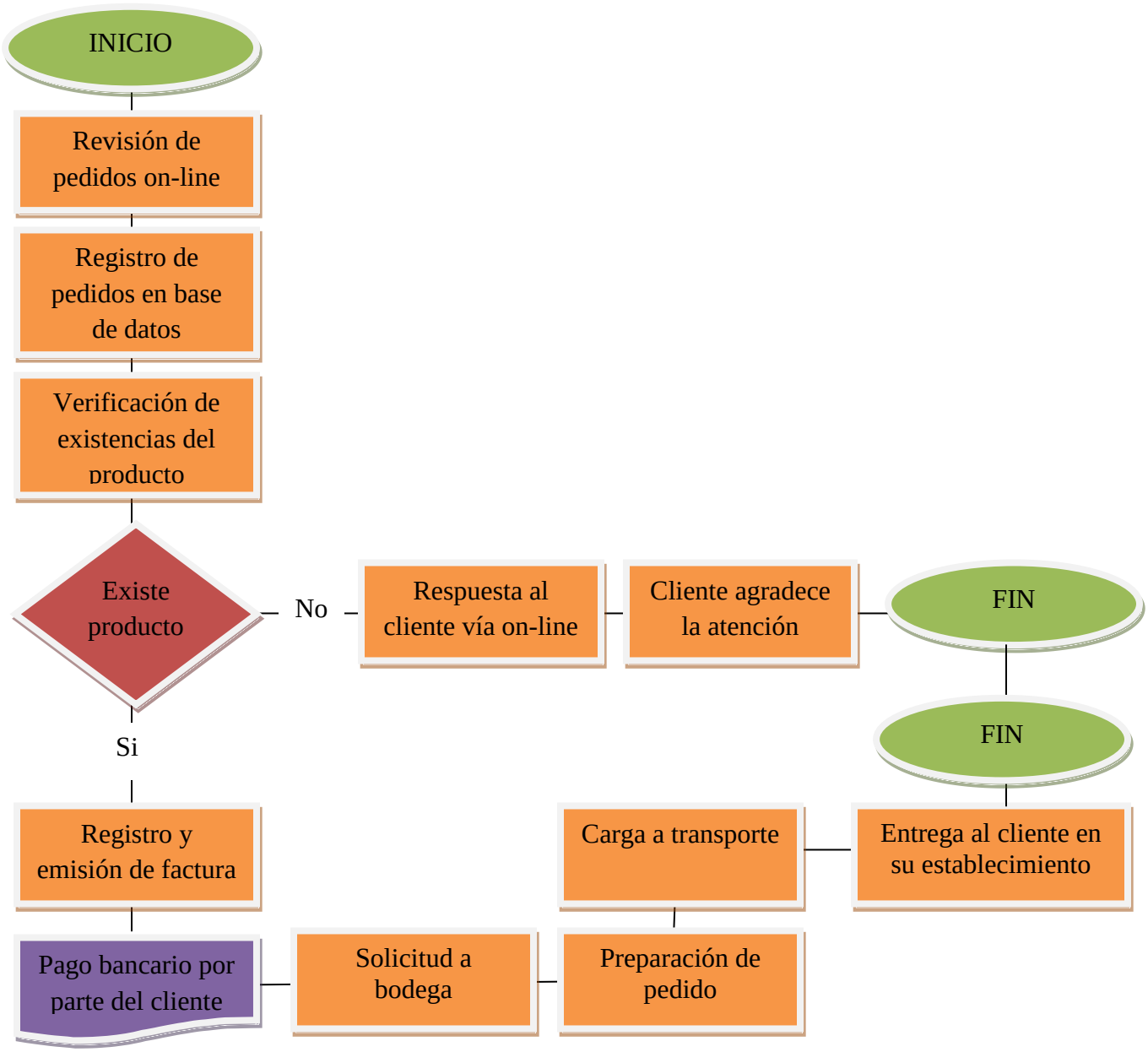


Ilustración Nº 3 Gestión Operativa

Elaborado: Fernanda Montalvo

2.3.5.1 Mapa de Procesos

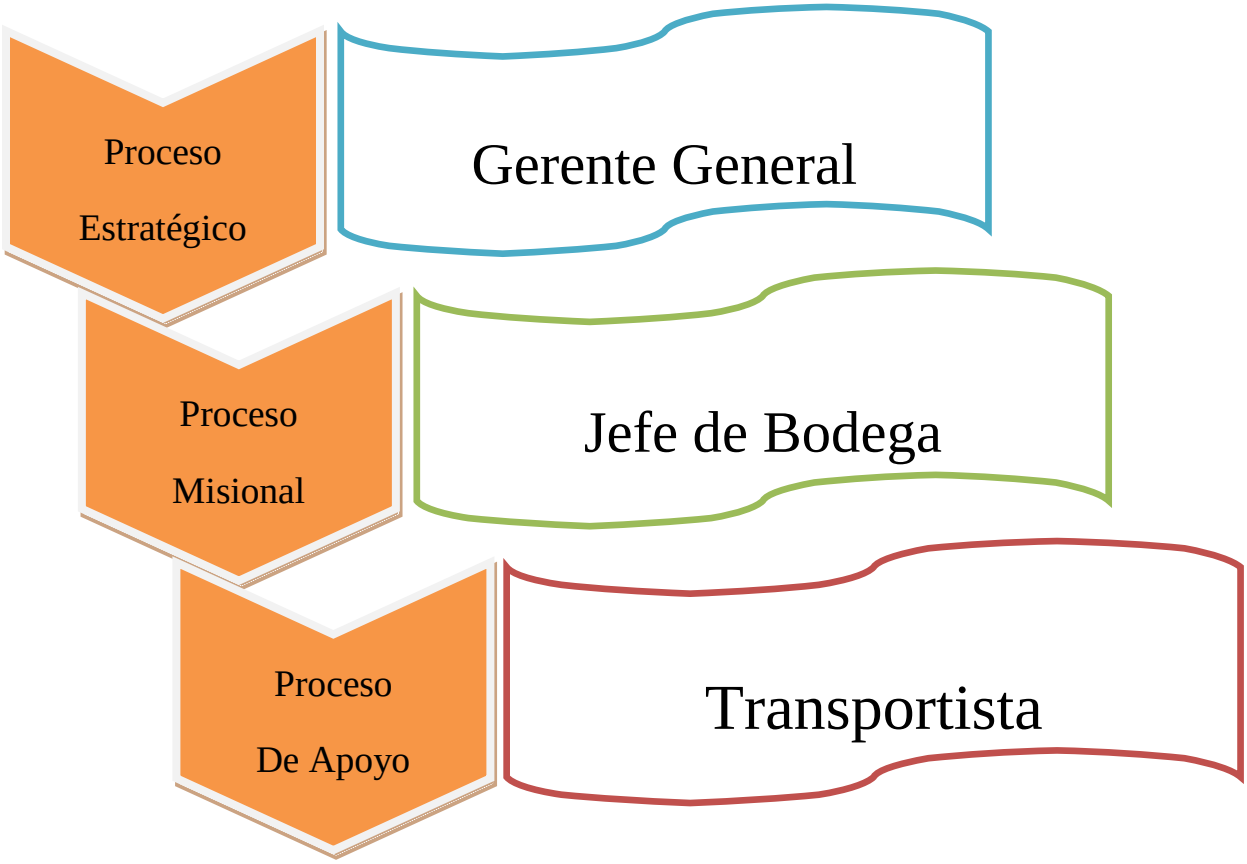


Ilustración Nº4 Mapa de Procesos

Elaborado: Fernanda Montalvo

2.3.6 Gestión Comercial

La gestión comercial es una de las tradicionales áreas funcionales de la gestión, que se encuentra en cualquier organización y que se ajustan a la ejecución de tareas de ámbito de ventas y marketing.

2.3.6.1 Marketing Mix.

McCarthy E. (1960) determina que el marketing mix engloba 4 componentes básicos (Producto, Precio, Promoción, y Plaza), estas pueden considerarse como variables tradicionales con las que cuenta la organización para cumplir sus objetivo.

2.3.6.1.1 Estrategia de Producto

Por ser parte de la gama de productos que están regulados por el estado, en el presente estudio se ha establecido las estrategias adecuadas para manejarlos, entre estas estrategias la empresa contará con todos los productos farmacéuticos del mercado.

2.3.6.1.2 Estrategia de Precio

Debido a que el Ministerio de Salud Pública con un acuerdo con los laboratorios es quien fija los precios, no se puede optar por una estrategia de precios adecuada, pero si podemos incurrir en un descuento especial para los clientes frecuentes de acuerdo a su tamaño de compra.

2.3.6.1.3 Estrategia de Promoción

La distribuidora y comercializadora durante las visitas a sus clientes, mediante on-line o vía telefónica indicara los productos que se encuentren bonificados, según el monto de compra puede incrementar las bonificaciones.

Promociones:

Ilustración Nº 5 Promociones

Elaborado: Fernanda Montalvo

Publicidad:

Agenda:

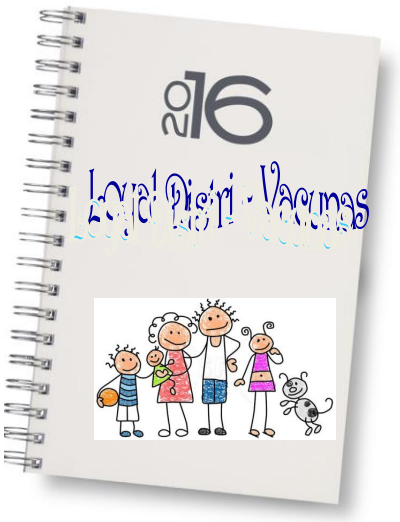


Ilustración Nº 6 Publicidad

Elaborado: Fernanda Montalvo

Jarro:

Ilustración Nº 7 Publicidad

Elaborado: Fernanda Montalvo

2.3.6.1.4 Estrategia de Plaza

Las farmacias se encuentran ubicadas en la zona norte del Distrito Metropolitano de Quito (Carcelén), el canal que se utilizará es **COMERCIALIZADOR – CLIENTE.**

- Se realizará visitas a las farmacias para ofrecer el servicio de abastecimiento de productos farmacéuticos.

2.4 ANÁLISIS FODA.

Es una herramienta de análisis que permite conformar un cuadro de la situación actual del objeto de estudio, permitiendo obtener un diagnóstico preciso con el cual se pretenderá entablar la toma de decisiones para mejora de la empresa.

Tabla Nº 10 Matriz FODA

Elaborado: Fernanda Montalvo

Fortalezas	**Oportunidades**
• Se mantendrá un sistema de software y hardware reforzado para nuestras operaciones. • Organización que cumple todos los parámetros legales establecidos por la Ley Orgánica de Salud (MSP). • Instalaciones con suficiente espacio físico para las operaciones logísticas.	• Crecimiento continuo del mercado meta. • La empresa posee un riguroso procedimiento de calificación y evaluación de proveedores. • Personal debidamente capacitado y presto para entregar un servicio de calidad.
Debilidades	**Amenaza**
• Los colaboradores requieren aun ciertos aspectos de motivación. • Compañía nueva dentro del mercado.	• Competencia fuerte, con las empresas distribuidoras posicionadas. • Disminución del PIB ya que los productos farmacéuticos son más importados que producidos en el Ecuador. • En base al incremento de la inflación la empresa deberá prepararse para reclamos por parte de los trabajadores en el alza de sueldos.

2.4.1 Matriz MEFI

Tabla Nº11 Matriz MEFI

FACTORES INTERNOS	PESO	CALIFICACIÓN	TOTAL PONDERADO
FORTALEZA			
Contaremos con un sistema de software y hardware reforzado para nuestras operaciones.	0.15	3	0.30
Organización que cumple todos los parámetros legales establecidos por la Ley Orgánica de Salud (MSP).	0.25	4	0.48
Instalaciones con suficiente espacio físico para las operaciones logísticas.	0.25	4	0.48
TOTAL FORTALEZAS			**1.26**
DEBILIDADES			
Los colaboradores requieren aun ciertos aspectos de motivación.	0.15	3	0.26
Compañía nueva dentro del mercado.	0.20	4	0.80
TOTAL DEBILIDADES			**1.06**
TOTAL FORTALEZAS Y DEBILIDADES			**2.32**

Elaborado: Fernanda Montalvo

Análisis:

El resultado de la matriz MEFI nos da 2.32, el resultado de la fortaleza es de 1.26 es decir la Distribuidora tiene fortalezas únicas lo cual le da realce a la misma y que no decaiga, el resultado de las debilidades es de 1.06 que hay que tener muy en cuenta ya que hay falencias que se quieren remediar en el momento de crear la Distribuidora y Comercializadora de productos farmacéuticos.

2.4.2 Matriz MEFE

Tabla Nº12 Matriz MEFE

FACTORES EXTERNOS	PESO	CALIFICACIÓN	TOTAL P.
OPORTUNIDADES			
Crecimiento continúo del mercado meta.	0.15	3	0.45
La empresa posee un riguroso procedimiento de calificación y evaluación de proveedores.	0.20	4	0.52
Personal debidamente capacitado y presto para entregar un servicio de calidad.	0.20	4	0.52
TOTAL OPORTUNIDADES			**1.49**
AMENAZAS			
Competencia fuerte, con las empresas distribuidoras posicionadas.	0.20	4	0.48
Disminución del PIB ya que los productos farmacéuticos son más importados que producidos en el Ecuador.	0.05	2	0.22
Base al incremento de la inflación la empresa deberá prepararse para reclamos por parte de los trabajadores en el alza de sueldos.	0.20	4	0.52
TOTAL AMENAZAS			**1.22**
TOTAL OPORTUNIDADES Y AMENAZAS			**2.71**

Elaborado: Fernanda Montalvo

Análisis:

El resultado de la matriz MEFE es de 2.71 nos da una idea del factor externo para poder ver y concentrarse en las Oportunidades ya que la puntuación es de 1.49 y con el proyecto de Factibilidad se desea cubrir y aprovechar al máximo lo que le rodea a la Distribuidora, las Amenazas con un total de 1.22 que hay que tener en cuenta los factores que influyen directa o indirectamente a la misma para así poder alcanzar el éxito y dar flujo a las ventas.

CAPITULO III

3.1 ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR

3.1.1 Población

La población del sector de Carcelén es de 26.000 habitantes, a partir de esta se desglosan 5.100 familias, las cuales cuentan con alrededor de 55 farmacias aproximadamente las mismas que serán sujetos de estudio.

3.1.2 Censo

"Se ha realizado un censo debido a que se posee una población pequeña, realizara las encuestas al total de universo (55) para ser asertivos en la obtención de la información".

3.1.2.1. Tabulación

1. ¿Cuánto tiempo se encuentra operando en el mercado y se encuentra dedicado a la venta y comercialización de productos farmacéuticos?

Menos de 1 año	7
Entre 1 y 3 años	12
Entre 3 y 5 años	13
Más de 5 años	23
Total	55

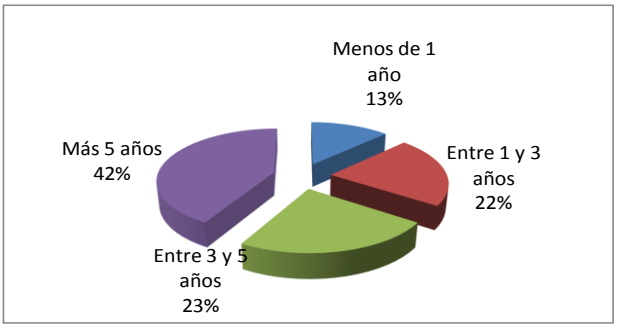


Gráfico Nº10 Pregunta 1 (Mercado)

Elaborado: Fernanda Montalvo

Análisis:

Partiendo de la población absoluta (55 farmacias) se ha podido evidenciar que la presencia de estas en el mercado es bastante larga el 42% está más de 5 años las cuales ya tienen predominante reconocimiento y una buena estabilidad de venta, mientras que el otro 23% está alrededor de los 3 a 5 años ponderándose como jóvenes dentro del mercado.

2. ¿Indique el nombre de los proveedores que actualmente le están abasteciendo de productos farmacéuticos?

Farmaenlace	8
Leterago	55
Quifatex	55
Vacunamed	24
Davimed	4

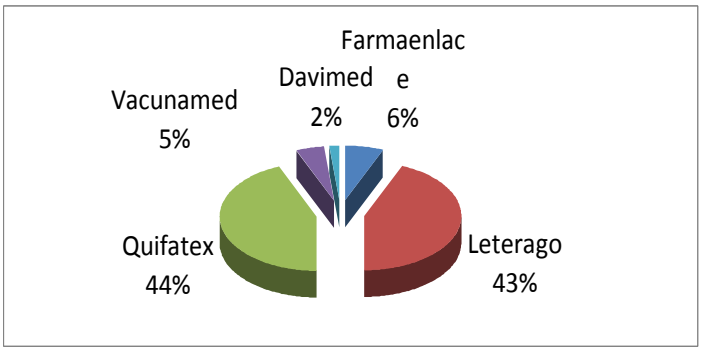


Gráfico Nº11 Pregunta 2 (Proveedores)

Elaborado: Fernanda Montalvo

Análisis:

Las marcar Quifatex, Leterago, Farmaenlace y Vacunamed con las cuales vamos a proceder a competir son sumamente complejas por el hecho de que son de larga trayectoria y alta preferencia por los consumidores (farmacéuticos) según nos muestran las cifras obtenidas.

3. ¿Qué productos farmacéuticos (genéricos y/o marca) son los más requeridos por Ud.?

Tabla Nº13 productos requeridos (analgésicos)

Elaborado: Fernanda Montalvo

PRODUCTOS	Nº PROD.
Aspirina	56
Buscapina	70
Femen	68
Finalin	70
Pedialyte	32
Mebocaina	17
Dulcolax	29
TOTAL	**342**

Tabla Nº14 Productos requeridos (Antiinflamatorios)

Elaborado: Fernanda Montalvo

PRODUCTOS	Nº PROD.
Amoxicilina	39
Apronax	68
Diclofenaco	54
Paracetamol	73
Voltaren	52
Mentol Chino	50
TOTAL	**336**

Tabla Nº15 Productos requeridos (Anticonceptivos)

Elaborado: Fernanda Montalvo

PRODUCTOS	Nº PROD.
Condones	52
Mesygina	56
Topasel	30
Microgynon	12
TOTAL	**150**

Tabla Nº16 Productos requeridos (Vitaminas)

Elaborado: Fernanda Montalvo

PRODUCTOS	Nº PROD.
Cebion	36
Pharmaton	49
Mulgatol	77
Emulsion de Scott	20
Beroca	62
TOTAL	**244**

Tabla Nº16 Productos requeridos (Vacunas)

Elaborado: Fernanda Montalvo

PRODUCTOS	Nº PROD
Cervarix	120
Tetanol	260
Agrippal	60
Typherix	41
Varilrix	12
Gardasil	20
TOTAL	**513**

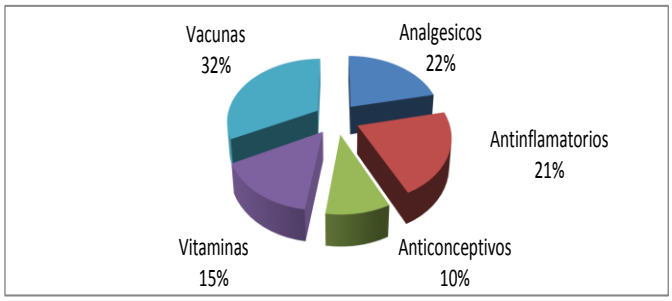


Gráfico Nº12 Productos requeridos

Elaborado: Fernanda Montalvo

Análisis:

Los productos farmacéuticos más requeridos son las vacunas, los analgésicos y los antiinflamatorios, seguidos por las vitaminas y en un rango no tan alto los anticonceptivos, esto nos da una visión más acertada de hacia dónde puede regirse nuestro stock**.**

4. ¿Con que frecuencia realiza sus pedidos de medicamentos?

Semanales	10
Quincenales	14
Mensuales	31
Bimestral	0
Total	55

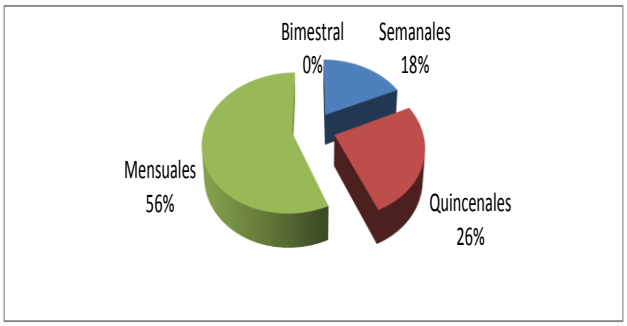


Gráfico Nº13 Periodo de compra de productos

Elaborado: Fernanda Montalvo

Análisis:

El periodo de compra más común y que le conviene a las entidades farmacéuticas (Farmacias) es de rangos mensuales y en casos ocasionales quincenales, todo esto depende de la rotación que los productos presentan, además muy pocos presentan compras bimestrales o semanales.

5. Marque la casilla que describa su compra mensual en productos farmacéuticos.

Menos de 400 dólares	11
Entre 400 y 800 dólares	41
Entre 800 y 1600 dólares	3
Más de 1600 dólares	0
Total	55

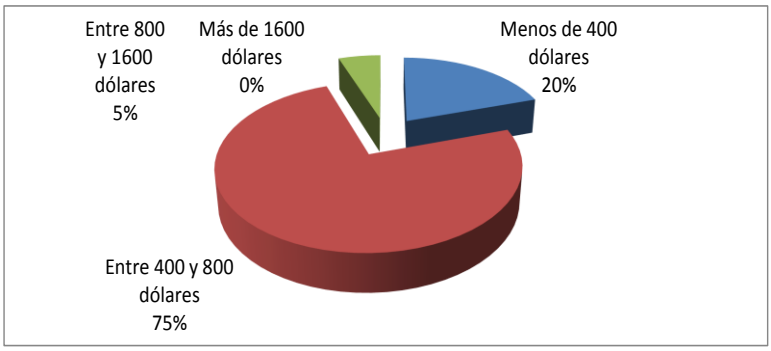


Gráfico Nº14Valor de compra mensual de productos

Elaborado: Fernanda Montalvo

Análisis:

La compra mensual de productos farmacéuticos se presenta en grandes rangos con el valor que oscila entre los $400 y $800, siguiéndole la línea las compras en el mejor de los casos entre $800 y $1600, compras de valor bajo no son muy regulares.

6. ¿Le gustaría a Ud. recibir los servicios de una nueva empresa comercializadora y distribuidora de productos farmacéuticas cuyo servicio estará dada a través de diferentes beneficios?

Si	46
No	9
Total	55

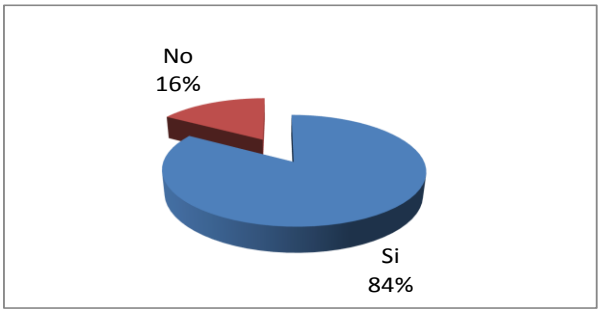


Gráfico Nº15 Prestación de servicio por nueva empresa

Elaborado: Fernanda Montalvo

Análisis:

Las diferentes farmacias encuestadas determinaron que si desearían que una nueva empresa se presente y disponga a sus clientes servicios renovados eficaces y eficientes.

7. ¿Qué servicio le gustaría que le ofreciera la nueva comercializadora y distribuidora de productos farmacéuticos?

Capacitación	37
Publicidad	4
Call center	8
Otros	6
Total	55

Cual Entregas motorizadas para cuando se requieran producto de emergencia..

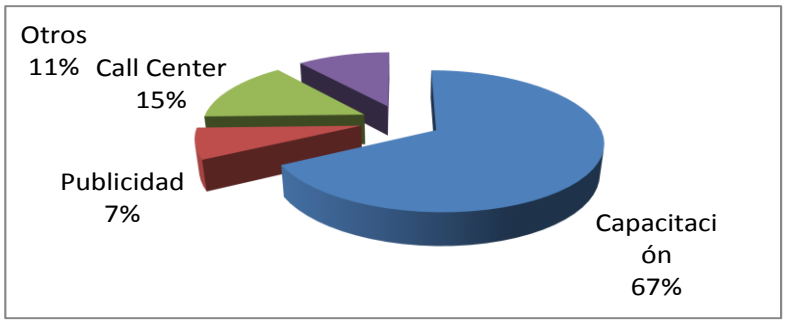


Gráfico Nº16 Valor de compra de productos

Elaborado: Fernanda Montalvo

Análisis:

Las entidades nos manifestaron que sería factible que una comercializadora brinde apoyo en capacitaciones, publicidad y un servicio adicional que es la entrega motorizada de productos para cuando ellos lo soliciten de manera urgente, se considera estos son ponderantes en el vínculo de la empresa hacia la farmacia o cliente.

8. ¿De qué manera le gustaría que tomáramos su pedido?

Vía telefónica	8
Vía internet	32
En su negocio	15
Total	55

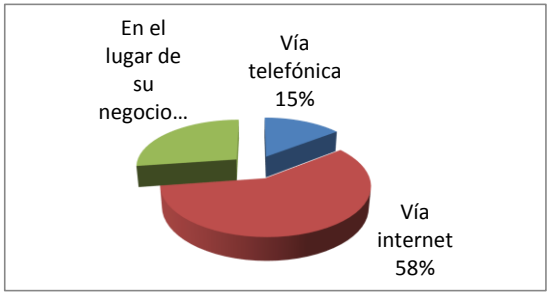


Gráfico Nº17Forma de tomar pedidos

Elaborado: Fernanda Montalvo

Análisis:

Muchos solicitaron se realice la toma de pedidos vía internet ya que les ahorra tiempo, y es una forma más fácil y moderna de hacerlo, con esto nosotros podríamos implantar una plataforma para manejar de forma ordenada las solicitudes.

Por otro lado ya muy pocos farmacéuticos prefieren que se haga una recopilación de pedidos directa en sus establecimientos o de forma telefónica.

9. ¿Cada que tiempo le gustaría que realizáramos las visitas para tomar su pedido?

Semanales	10
Quincenales	14
Mensuales	31
Bimestrales	0
Total	55

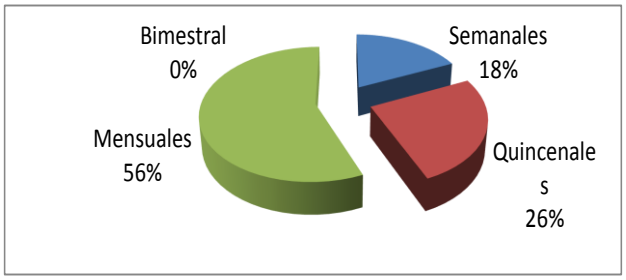


Gráfico Nº18Tiempo de toma de pedidos

Elaborado: Fernanda Montalvo

Análisis:

El cliente solicita que se debería realizar la toma de pedidos en el mayor de los casos de forma mensual, una minoría considera que sería de forma quincenal o semanal, campo que debemos verificar en conjunto con el cliente.

10. ¿Tiene algún comentario o sugerencia sobre este servicio de abastecimiento de medicamentos?

Comentario o Sugerencia	Cantidad
En Blanco	1
Entrega ágil y segura	15
Stock siempre a disposición	23
Calidad en el servicio y atención al cliente	9
Capacitación previa ante nuevos productos	7
TOTAL	**55**

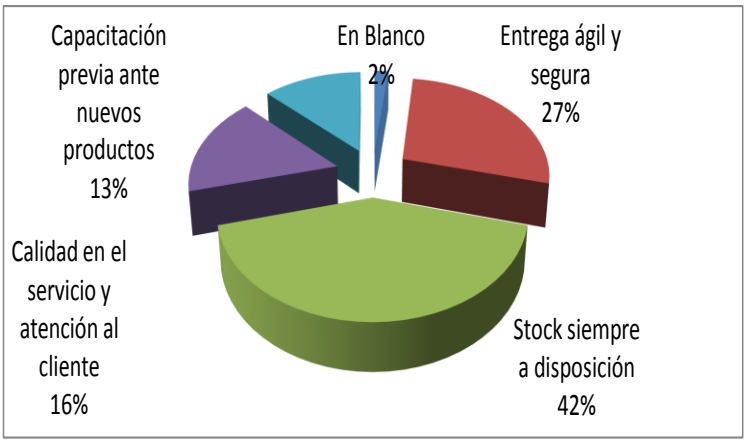


Gráfico Nº19 Comentarios o Sugerencias

Elaborado: Fernanda Montalvo

Análisis:

Los comentarios y sugerencias que nos realizaron fueron las siguientes entrega ágil y segura, stock siempre a disposición, calidad en el servicio y atención al cliente, capacitación previa ante nuevos productos, los mismos que poseen diferentes rangos de estimaciones pero bastante importantes para la prestación oportuna de un bien o servicio haciendo más viable la satisfacción de necesidades.

3.2 OFERTA

3.2.1 Oferta Histórica

Tabla Nº19 Oferta Histórica

Elaborado: Fernanda Montalvo

AÑOS	O. HIST.
2011	202176,39
2012	219756,95
2013	231811,13
2014	242988,61
2015	252586,91

Análisis:

Para la elaboración de la oferta histórica hemos tomado en consideración el porcentaje del PIB del sector farmacéutico desde el año 2011 hasta el año 2015, con esto despejamos el panorama de la oferta en los años identificados.

3.2.2 Oferta Actual

Tabla Nº18 Oferta Actual

Fuente: Vacunamed

EMPRESA	DIARIO	MENSUAL	ANUAL	
VACUNAMED	721,1	21633	**259596**	**O. ACTUAL**

Análisis:

Las oferta actual ha sido establecida por medio de la competencia directa que tendríamos como lo es Vacunamed el cual recibe 259596 compras anuales viniendo a ser esta la oferta. Esto genera una leve amenaza a la empresa considerando que en el mercado hay amplia oportunidad de competencia.

3.2.3 Oferta Proyectada

Tabla Nº20 Oferta Proyectada

Elaborado: Fernanda Montalvo

AÑOS	O. PROY.
2017	272212,37
2018	285441,89
2019	299314,36
2020	313861,04
2021	329114,69

Análisis:

Para proyectar la oferta se tomara en cuenta el promedio del PIB Farmacéutico desde el año 2016 estimándolo a los años posteriores hasta el año 2021 en el cual se obtiene una oferta de 329114,69.

3.3 DEMANDA

3.3.1 Demanda Histórica

Tabla Nº22 Demanda Histórica

Elaborado: Fernanda Montalvo

AÑOS	D. HIST.
2011	367062,19
2012	372425,11
2013	377789,72
2014	383153,88
2015	388476,00

Análisis:

Para determinar la demanda histórica se ha tomado como base el porcentaje del crecimiento poblacional desde el año 2011 hasta el año 2015 en dicho año se obtiene una demanda de 388476.

3.3.2 Demanda Actual

Tabla Nº21 Demanda Actual

Elaborado: Fernanda Montalvo

DEMANDA	C. MENSUAL	C. ANUAL	
55	600	**396000**	**D. ACTUAL**

Análisis:

La demanda actual se obtuvo por medio de los posibles consumidores que existen en el sector de Carcelén por el promedio de consumo anual de las farmacias de la zona con un total de 396000.

3.3.3 Demanda Proyectada

Tabla Nº23 Demanda Proyectada

Elaborado Fernanda Montalvo

AÑOS	D. PROY.
2017	401980
2018	408049
2019	414211
2020	420466
2021	426815

Análisis:

Mediante la demanda proyectada se establece que la empresa contara con consumidores promedio, para los 5 años a los cuales nos proyectamos, lo cual resulta favorable se tiene una evidencia de la demanda con la cual contaremos.

3.5 BALANCE OFERTA DEMANDA

Tabla Nº24 Balance of-dem. Actual

OFERTA 2016	259596
DEMANDA 2016	396000
D. INSATISFECHA 2016	-136404

Elaborado: Fernanda Montalvo

Análisis:

En el balance actual se establece que la oferta es menor que la demanda de esta se define una demanda insatisfecha -136404 considerando a esta demanda como un total óptimo para la empresa.

CAPITULO IV

4.1 TAMAÑO DEL PROYECTO

4.1.1 Capacidad Instalada vs demanda

Córdoba (2006) se refiere en su libro en los siguientes términos.

Capacidad.- después de definida la unidad de medida del tamaño del proyecto, se establece la capacidad de producción o de presentación de servicio por unidad de tiempo.

El tamaño del proyecto también se puede medir por el monto de la inversión aplicada, el número de empleos generados, el área física ocupada, participación en el mercado, nivel de ventas alcanzados o generación de valor agregado para la región.

Capacidad óptima

Tabla Nº27 Capacidad Óptima

Fuente: OLX

DETALLE	CANTIDAD	V.UNITARIO	V. TOTAL
Facturador	1	40	40
Perchas	5	50	250
Cámara de frio	1	1200	1200
Computadora	5	250	1250
Impresora	5	75	375
Teléfono	5	20	100
Escritorio en L	4	45	180
Silla	4	15	60
Sillón	1	25	25
Extintor	4	24	96
Sensor de humo	2	8	16
Rotulo	1	45	45
Alarma	1	79	79
Termómetro ambiental	2	12	24
Software operativo	1	80	80
Artículos de oficina	5	40	200
Dispensador de agua	4	22	88
Camión	1	7500	7500
TOTAL	**52**	**9530**	**11608**

Elaborado: Fernanda Montalvo

4.1.2.2 Presupuesto de Mano de Obra

Tabla Nº29Presupuesto de Mano de Obra

Presupuesto de Mano de Obra									
Personal	**Salario**	**Apor. P. 9,45%**	**A. pat. 12,15%**	**F.R 8,33%**	**D. 4º**	**D 3º**	**Vacaciones**	**Total Men.**	**Total Anual**
Gerente general	400	37,80	48,60		30,50	33,33	16,67	566,90	
Jefe de Bodega	366	34,59	44,47		30,50	30,50	15,25	521,31	
Transportista	366	34,59	44,47		30,50	30,50	15,25	521,31	
								1.609,51	19.314,14

Elaborado: Fernanda Montalvo

4.2 LOCALIZACIÓN

4.2.1 Macro localización

Gráfico Nº19 Macro localización

Fuente: Google Maps. 2016

Análisis:

La comercializadora estará ubicada en la provincia de Pichincha, ciudad Quito, sector Norte (Carcelén) donde se ha identificado el requerimiento de una empresa que distribuya y comercialice productos farmacéuticos especializados en la línea de Vacunas, por tal motivo esto representa una oportunidad , ya que hay apogeo en el mercado para la empresa a emprender.

4.2.1 Micro localización

Tabla de ponderación

Tabla Nº30 Escala de Ponderación

4	Muy significativo
3	Significativo
2	Poco significativo
1	Nada significativo

Elaborado: Fernanda Montalvo

Tabla Nº31 Tabla de Ponderación

OBSERVACIONES	AV.JUAN DE SELIS	AV. CLEMENTE YEROVI	AV. JAIME ROLDOS
Accesibilidad	4	4	4
Nivel de Competencia	4	3	1
Espacio físico	4	1	1
Proveedores	4	1	1
Reconocimiento	4	2	1
TOTAL	**20**	11	8

Elaborado: Fernanda Montalvo

Análisis:

Mediante la tabla de ponderación se ha podido determinar que la av. Juan de Selis ubicada en el sector de Carcelén, presenta diversos factores que influyen a la factibilidad para la creación de la empresa, como lo son la accesibilidad, la demanda que posee el sector, entre otros.

4.2.2 Localización óptima

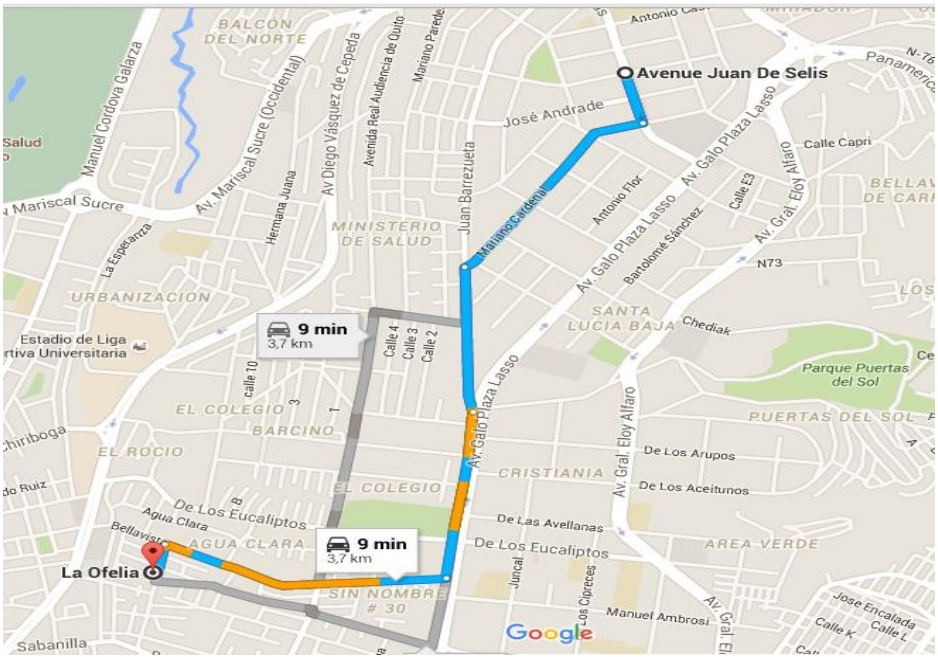


Gráfico Nº20 Micro localización

Fuente: Google Maps 2016

Nota: Sector Carcelén Industrial – Quito

Análisis:

La distribuidora y comercializadora de productos farmacéuticos especializados en la línea de vacunas (LoyalDistri-Vacunas) estará ubicado en el sector de Carcelén, av. Juan de Selis y José Andrade (esquina).

4.3 INGENIERÍA DEL PRODUCTO

4.3.1 Definición del Bien y Servicio

Según Martínez Estrada (2003) definió a bienes y servicios como:

Bienes.- Los bienes son objetos útiles, provechosos o agradables que proporcionan a quienes los consumen un cierto valor de uso o utilidad.

Servicios.- Es cualquier tarea o actividad para la cual haya una demanda y, por lo tanto, un precio.

4.3.2 Distribución de planta

- **Área Administrativa:**

El área administrativa se encargara de controlar, dirigir y planificar las principales actividades de la empresa, para mantener un correcto orden que impulsen al crecimiento de la compañía.

- **Área de Despacho y Carga:**

En dicha área se procederá a despachar los pedidos realizados por nuestros clientes a los diferentes transportes, según sus designaciones de ruta, aquí también se constata que los productos sean cargados sin inconvenientes cuidando la estabilidad física de los medicamentos.

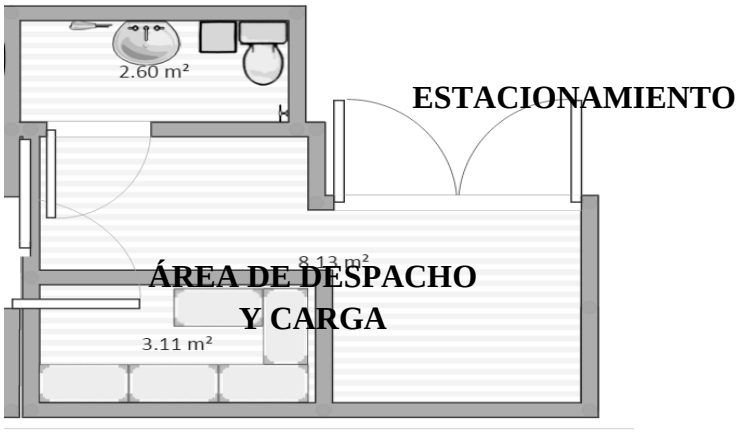


Gráfico Nº22 Distribución de planta

Elaborado: Fernanda Montalvo

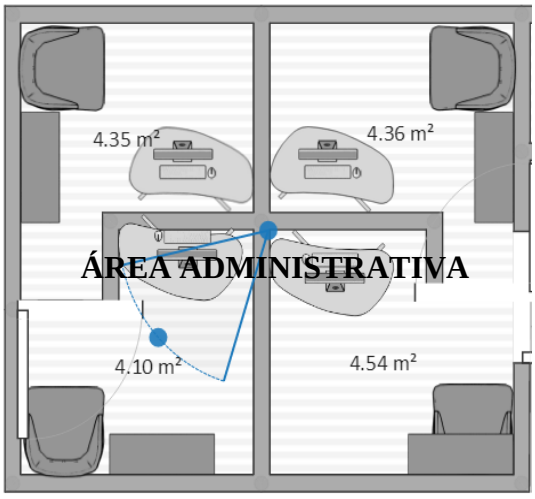


Gráfico Nº 23 Distribución de planta

Elaborado: Fernanda Montalvo

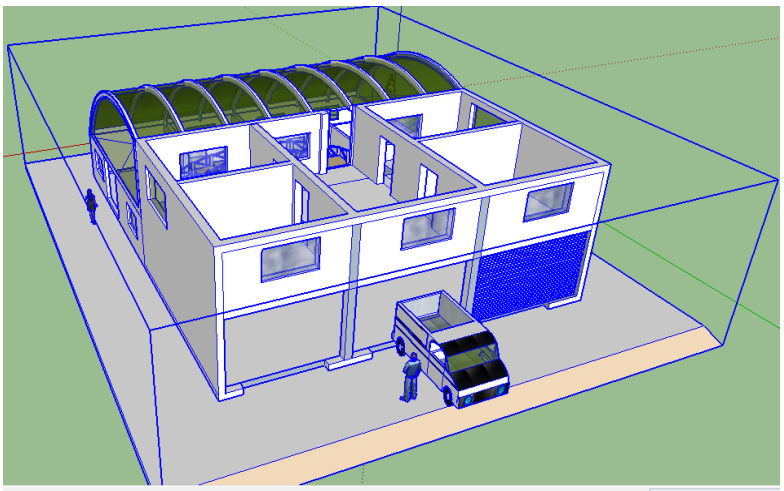


Ilustración Nº 8 Distribución de Planta 3D

Elaborado: Fernanda Montalvo

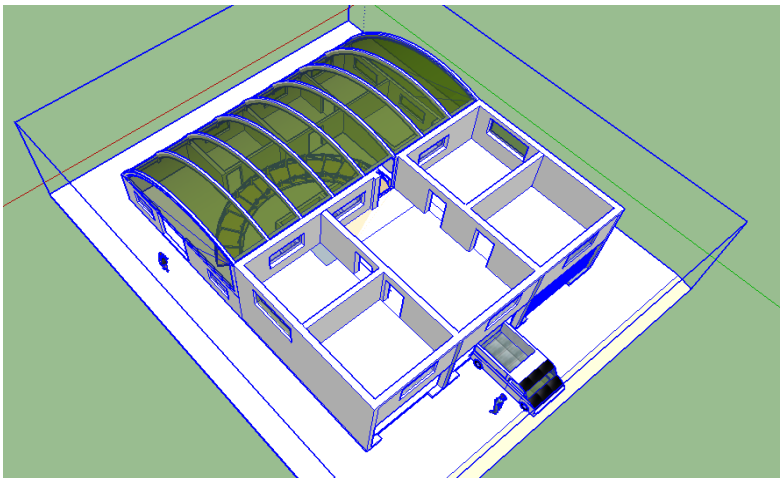


Ilustración Nº 9 Distribución de Planta 3D

Elaborado: Fernanda Montalvo

4.3.2.1 Maquinaria y Equipos

4.3.2.1.1 Maquinaria

LoyalDistri-Vacunas es una compañía dedicada exclusivamente a la distribución y comercialización de productos farmacéuticos en la línea de vacunas, por lo tanto no requerimos maquinaria para nuestros procesos.

4.3.2.1.2 Equipos

Para la correcta comercialización de productos farmacéuticos (línea de vacunas) se requerirán los siguientes equipos:

Tabla Nº31 Equipos de computación

Fuente: OLX

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
DETALLE	CANTIDAD	V. UNIT.	V. TOTAL
Computadora	5	250	1250
Impresora	5	75	375
Software operativo	1	80	80
Facturador	1	40	40
TOTAL	12	445	1749,98

Tabla Nº32 Equipos de oficina

Fuente: OLX

EQUIPOS DE OFICINA			
DETALLE	CANTIDAD	V. UNIT.	V. TOTAL
Artículos de oficina	5	40	200
Dispensador de agua	4	22	88
Teléfono	5	20	100
TOTAL	14	82	388

Tabla Nº34 Muebles y enseres

Fuente: OLX

MUEBLES Y ENSERES			
DETALLE	CANTIDAD	V. UNIT.	V. TOTAL
Perchas	5	50	250
Cámara de frio	1	1200	1200
Sillón	1	25	25
Escritorio en L	4	45	180
Silla	4	15	60
TOTAL	15	1335	1715

Tabla Nº35 Otros equipos

Fuente: OLX

OTROS EQUIPOS			
DETALLE	CANTIDAD	V. UNIT.	V. TOTAL
Rotulo	1	45	45
TOTAL	1	7545	7545

Tabla Nº36 Vehículos

Fuente: OLX

VEHICULOS			
DETALLE	CANTIDAD	V. UNIT.	V. TOTAL
Camión	1	5000	5000
TOTAL	1	5000	5000

4.3.2.3 Aspectos Legales

Según la Agencia Nacional de regulación, control y Vigilancia Sanitaria estos son los requerimientos para obtención de permisos de funcionamiento:

1. **Requisitos Generales para la obtención del permiso de funcionamiento según la ley orgánica de salud**

   Toda persona natural o jurídica, nacional o extranjera, para solicitar por primera vez el permiso de funcionamiento del establecimiento deberá adjuntar escaneados en formato PDF en el sistema informático los siguientes requisitos:

   - Numero de cedula de ciudadanía o de identidad del propietario o representante legal del establecimiento.
   - Número de Registro Único de Contribuyentes (RUC/RISE)
   - Categorización del Ministerio de Industrias y Productividad, categorización otorgada por el Ministerio de Turismo.

2. **Requisitos para la obtención del permiso de funcionamiento según la ley orgánica de salud**

   - Certificado de salud del personal que labora la empresa.
   - Permiso otorgado por el cuerpo de bomberos o LUAE en el caso de establecimientos ubicados en el Distrito Metropolitano De Quito.
   - Lista completa de productos que serán comercializados con la indicación de los precios fijados por el Consejo nacional de fijación y revisión de precios de medicamentos de uso y consumo humano.

- Autorización de distribución otorgada por el titular del registro sanitario en el país para las distribuidoras farmacéuticas.

Permisos de funcionamiento (Costos)

Fuente: A de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria

Valores en permisos de funcionamiento	
Permisos de funcionamiento	605,28
Escritura Pública (Patente)	800
P. de Cuerpo de Bomberos	76,32
TOTAL	1,481,60

CAPITULO V

5.1. INGRESOS

5.1.1 Ingresos Operacionales

Estos ingresos son los que obtiene la empresa con sus actividades rutinarias.

5.1.2 Ingresos no operacionales

Por el momento la empresa no podrá contar con ingresos no operacionales.

5.2 COSTOS

5.2.1 Costos indirectos

Estos costos provienen de los recursos de apoyo utilizados para ciertas actividades dentro de la organización.

Tabla Nº40 Costos indirectos

Elaborado: Fernanda Montalvo

COSTOS INDIRECTOS		
DETALLE	**V. MENSUAL**	**V. ANUAL**
Útiles de Aseo	15	180
Suministros de oficina	20	240
Teléfono / Internet	27	324
TOTAL	62	744

5.2.2 Gastos administrativos

Los gastos financieros contribuyen a la fluidez y desarrollo eficaz de la organización

Tabla Nº41 Gastos administrativos

Elaborado: Fernanda Montalvo

GASTOS ADMINISTRATIVOS	
DETALLE	**VALOR TOTAL**
Sueldo de Medico	1.800,00 €
Dep. Equipos de computacion	581,66 €
Dep. Equipos de oficina	38,80 €
Dep. Muebles y enseres	171,50 €
Dep. Vehiculos	1.000,00 €
Arriendo	3.600,00 €
Servicios basicos	804,00 €
Amort. Permisos de funcionamiento	136,32 €
Amort. Patente	160,00 €
TOTAL GTOS. ADMIN.	8.292,28 €

5.2.1.3.1 Rol de Pagos

Tabla Nº42 Rol de pagos

Rol de Pagos 2016									
Personal	**Salario**	**Apor. Per 9,45%**	**A. pat. 12,15%**	**F.R. 8,33%**	**D. 4º**	**D 3º**	**Vacaciones**	**Total Men.**	
Gerente general	$ 400,00		$ 48,60		$ 30,50	$ 33,33	$ 16,67	$ 529,10	**Total Anual**
Jefe de Bodega	$ 366,00		$ 44,47		$ 30,50	$ 30,50	$ 15,25	$ 486,72	
Transportista	$ 366,00		$ 44,47		$ 30,50	$ 30,50	$ 15,25	$ 486,72	
								$ 1.502,54	$ 18.030,46

Rol de Pagos 2017									
Personal	**Salario**	**Apor. Per 9,45%**	**A. pat. 12,15%**	**F.R. 8,33%**	**D. 4º**	**D 3º**	**Vacaciones**	**Total Men.**	
Gerente general	$ 400,00		$ 48,60	$ 33,32	$ 30,50	$ 33,33	$ 16,67	$ 562,42	**Total Anual**
Jefe de Bodega	$ 390,85		$ 47,49	$ 32,56	$ 30,50	$ 32,57	$ 16,29	$ 550,25	
Transportista	$ 390,85		$ 47,49	$ 32,56	$ 30,50	$ 32,57	$ 16,29	$ 550,25	
								$ 1.662,93	$ 19.955,14

Rol de Pagos 2018									
Personal	**Salario**	**Apor. Per 9,45%**	**A. pat. 12,15%**	**F.R. 8,33%**	**D. 4º**	**D 3º**	**Vacaciones**	**Total Men.**	
Gerente general	$ 400,00		$ 48,60	$ 33,32	$ 30,50	$ 33,33	$ 16,67	$ 562,42	**Total Anual**
Jefe de Bodega	$ 417,39		$ 50,71	$ 34,77	$ 30,50	$ 34,78	$ 17,39	$ 585,55	
Transportista	$ 417,39		$ 50,71	$ 34,77	$ 30,50	$ 34,78	$ 17,39	$ 585,55	
								$ 1.733,51	$ 20.802,13

Rol de Pagos 2019									
Personal	**Salario**	**Apor. Per 9,45%**	**A. pat. 12,15%**	**F.R. 8,33%**	**D. 4º**	**D 3º**	**Vacaciones**	**Total Men.**	
Gerente general	$ 400,00		$ 48,60	$ 33,32	$ 30,50	$ 33,33	$ 16,67	$ 562,42	**Total Anual**
Jefe de Bodega	$ 445,73		$ 54,16	$ 37,13	$ 30,50	$ 37,14	$ 18,57	$ 623,23	
Transportista	$ 445,73		$ 54,16	$ 37,13	$ 30,50	$ 37,14	$ 18,57	$ 623,23	
								$ 1.808,89	$ 21.706,63

Rol de Pagos 2020									
Personal	**Salario**	**Apor. Per 9,45%**	**A. pat. 12,15%**	**F.R. 8,33%**	**D. 4º**	**D 3º**	**Vacaciones**	**Total Men.**	**Total Anual**
Gerente general	$ 400,00		$ 48,60	$ 33,32	$ 30,50	$ 33,33	$ 16,67	$ 562,42	
Jefe de Bodega	$ 476,00		$ 57,83	$ 39,65	$ 30,50	$ 39,67	$ 19,83	$ 663,48	
Transportista	$ 476,00		$ 57,83	$ 39,65	$ 30,50	$ 39,67	$ 19,83	$ 663,48	
								$ 1.889,38	$ 22.672,55

Elaborado: Fernanda Montalvo

5.2.1.3.2Depreciación de Activos

Equipos de computación

$$DEP = \frac{VC - VS}{T}$$

$$DEP = \frac{1745 - 0}{3} = 581,66$$

Tabla Nº43 Depreciación de equipos de computación

Elaborado: Fernanda Montalvo

DEPRECIACION EQUIPOS DE COMPUTACION			
TIEMPO	**DEPRECIACION**	**IMP. PARA DEP.**	**V. EN LIBROS**
0	$ 0,00	$ 0,00	$ 1.744,98
1	$ 581,66	$ 581,66	$ 1.163,32
2	$ 581,66	$ 1.163,32	$ 581,66
3	$ 581,66	$ 1.744,98	$ 0,00

Equipos de oficina

$$DEP = \frac{VC - VS}{T}$$

$$DEP = \frac{388 - 0}{10} = 38,8$$

Tabla Nº44 Depreciación de equipos de oficina

Elaborado: Fernanda Montalvo

DEPRECIACION EQUIPOS DE OFICINA			
TIEMPO	**DEPRECIACION**	**IMP. PARA DEP.**	**V. EN LIBROS**
0	$ 0,00	$ 0,00	$ 388,00
1	$ 38,80	$ 38,80	$ 349,20
2	$ 38,80	$ 77,60	$ 310,40
3	$ 38,80	$ 116,40	$ 271,60
4	$ 38,80	$ 155,20	$ 232,80
5	$ 38,80	$ 194,00	$ 194,00
6	$ 38,80	$ 232,80	$ 155,20
7	$ 38,80	$ 271,60	$ 116,40
8	$ 38,80	$ 310,40	$ 77,60
9	$ 38,80	$ 349,20	$ 38,80
10	$ 38,80	$ 388,00	$ 0,00

Muebles y enseres

$$DEP = \frac{VC - VS}{T}$$

$$DEP = \frac{1715 - 0}{10} = 171,5$$

Tabla Nº45 Depreciación de Muebles y Enseres

Elaborado: Fernanda Montalvo

DEPRECIACION MUEBLES Y ENSERES			
TIEMPO	**DEPRECIACION**	**IMP. PARA DEP.**	**V. EN LIBROS**
0	$ 0,00	$ 0,00	$ 1.715,00
1	$ 171,50	$ 171,50	$ 1.543,50
2	$ 171,50	$ 343,00	$ 1.372,00
3	$ 171,50	$ 514,50	$ 1.200,50
4	$ 171,50	$ 686,00	$ 1.029,00
5	$ 171,50	$ 857,50	$ 857,50
6	$ 171,50	$ 1.029,00	$ 686,00
7	$ 171,50	$ 1.200,50	$ 514,50
8	$ 171,50	$ 1.372,00	$ 343,00
9	$ 171,50	$ 1.543,50	$ 171,50
10	$ 171,50	$ 1.715,00	$ 0,00

Vehículos

$$DEP = \frac{VC - VS}{T}$$

$$DEP = \frac{7500 - 0}{5} = 1000$$

Tabla Nº46 Depreciación de vehículos

Elaborado: Fernanda Montalvo

DEPRECIACION VEHICULOS			
TIEMPO	**DEPRECIACION**	**IMP. PARA DEP.**	**V. EN LIBROS**
0	$ 0,00	$ 0,00	$ 5.000,00
1	$ 1.000,00	$ 1.000,00	$ 4.000,00
2	$ 1.000,00	$ 2.000,00	$ 3.000,00
3	$ 1.000,00	$ 3.000,00	$ 2.000,00
4	$ 1.000,00	$ 4.000,00	$ 1.000,00
5	$ 1.000,00	$ 5.000,00	$ 0,00

5.2.1.4 Gastos Financieros

GASTOS FINANCIEROS	
Prestamo	35.000,00 €
Interes	0,0450 €
Pago mensual	1.527,67 €
Total Interes 2 años	1.664,16 €

Amortización

Capital	35000	
Tiempo	2	24
Interés	0,045	0,00375

$$C = \frac{(1+i)^n * i}{(1+i)^n - 1}$$

35000 0,004102463 / 0,093990118

35000 0,043647812

1527,673404

Tabla Nº48 Amortización préstamo

Elaborado: Fernanda Montalvo

AÑOS	CAPITAL	INTERES	PAG	CAP. PAG
1	$ 35.000,00	$ 131,25	$ 1.527,67	$ 1.396,42
2	$ 33.603,58	$ 126,01	$ 1.527,67	$ 1.401,66
3	$ 32.201,92	$ 120,76	$ 1.527,67	$ 1.406,92
4	$ 30.795,00	$ 115,48	$ 1.527,67	$ 1.412,19
5	$ 29.382,81	$ 110,19	$ 1.527,67	$ 1.417,49
6	$ 27.965,32	$ 104,87	$ 1.527,67	$ 1.422,80
7	$ 26.542,52	$ 99,53	$ 1.527,67	$ 1.428,14
8	$ 25.114,38	$ 94,18	$ 1.527,67	$ 1.433,49
9	$ 23.680,88	$ 88,80	$ 1.527,67	$ 1.438,87
10	$ 22.242,01	$ 83,41	$ 1.527,67	$ 1.444,27
11	$ 20.797,75	$ 77,99	$ 1.527,67	$ 1.449,68
12	$ 19.348,07	$ 72,56	$ 1.527,67	$ 1.455,12
13	$ 17.892,95	$ 67,10	$ 1.527,67	$ 1.460,57
14	$ 16.432,37	$ 61,62	$ 1.527,67	$ 1.466,05
15	$ 14.966,32	$ 56,12	$ 1.527,67	$ 1.471,55
16	$ 13.494,77	$ 50,61	$ 1.527,67	$ 1.477,07
17	$ 12.017,70	$ 45,07	$ 1.527,67	$ 1.482,61
18	$ 10.535,10	$ 39,51	$ 1.527,67	$ 1.488,17
19	$ 9.046,93	$ 33,93	$ 1.527,67	$ 1.493,75
20	$ 7.553,18	$ 28,32	$ 1.527,67	$ 1.499,35
21	$ 6.053,83	$ 22,70	$ 1.527,67	$ 1.504,97
22	$ 4.548,86	$ 17,06	$ 1.527,67	$ 1.510,62
23	$ 3.038,25	$ 11,39	$ 1.527,67	$ 1.516,28
24	$ 1.521,97	$ 5,71	$ 1.527,67	$ 1.521,97
	0	$ 1.664,16	$ 36.664,16	$ 35.000,00

5.2.1.5 Gastos de Venta

La forma más ideal con la que contamos para dar a conocer nuestra empresa es mediante diferentes tipos de publicidad, hemos decidido realizar una inauguración la cual contara con:

Tabla Nº49 Gastos de venta

Elaborado: Fernanda Montalvo

GASTOS VENTAS (Inauguración)			
DETALLE	CANTIDAD	V. UNIT.	V. TOTAL
Juglares	1	150,00	150,00
Disco Movil	1	30,00	30,00
	TOTAL		2.160,00

Tabla Nº50 Publicidad

Elaborado: Fernanda Montalvo

Publicidad			
DETALLE	**CANTIDAD**	**V. UNIT**	**V. TOTAL**
Flyers	50	0,08	4,00
Agendas	20	5	100,00
Jarros	20	2,4	48,00
	Total		152,00
	Total anual		1.824,00

5.3 Inversión del Proyecto

Con la debida inversión que se dará al establecimiento, procederemos a realizar compras de activos para el funcionamiento de la compañía.

5.3.1 Activos fijos

Tabla Nº51 Activos Fijos

Elaborado: Fernanda Montalvo

DETALLE	CANTIDAD	V.UNITARIO	V. TOTAL
Facturador	1	40	40
Perchas	5	50	250
Cámara de frio	1	1000	1000
Computadora	2	250	500
Impresora	2	75	150
Teléfono	2	20	40
Escritorio en L	2	45	90
Silla	2	15	30
Sillón	1	25	25
Extintor	2	24	48
Sensor de humo	2	8	16
Rotulo	1	45	45
Alarma	1	79	79
Termómetro ambiental	2	12	24
Software operativo	1	80	80
Artículos de oficina	2	40	80
Dispensador de agua	1	22	22
Camión	1	5000	5000
TOTAL	**31**	**6830**	**7519**

5.3.2 Otros Activos

Tabla Nº52 Otros Activos

Elaborado: Fernanda Montalvo

Otros Activos	
Permisos de funcionamiento	605,28
Escritura Pública (Patente)	800,00
P. de Cuerpo de Bomberos	76,32
TOTAL	1.481,60

5.3.3 Capital de trabajo

Tabla Nº53 Capital de trabajo

Elaborado: Fernanda Montalvo

CAPITAL DE TRABAJO	
Caja	1.832,54
Bancos	3.500,00
Mercadería	25.007,40
Total	30.339,94

Análisis:

La empresa contara con un capital de trabajo de 46554,18 para el desarrollo de sus actividades, con este monto se podrán cubrir las necesidades básicas de la organización en su corto periodo de funcionamiento.

5.3.4 Estado de Situación Inicial

Tabla Nº53 Estado de Situación Inicial

Elaborado: Fernanda Montalvo

LOYAL DISTRI-VACUNAS			
ESTADO DE SITUACION INICIAL			
ACTIVOS		**PASIVOS**	
Activos Corrientes		**Pasivos a corto plazo**	-
Caja	1.832,54		
Bancos	3.500,00		
Mercaderia	25.007,40		
Subtotal	30.339,94	**Subtotal**	-
Activos fijos		**Pasivos a largo plazo**	
Muebles y enseres	1.715,00	Préstamo	35.000,00
Eq. Computación	1.744,98		
Eq. Oficina	388,00	**Subtotal**	
Vehículo	5.000,00		
Subtotal	8.847,98	**TOTAL PASIVOS**	35.000,00
Otros Activos		**PATRIMONIO**	**31.500,00**
Permisos de funcionamiento	681,60		
Escritura Pública (Patente)	800,00		
Subtotal	1.481,60	**Subtotal**	-
TOTAL ACTIVOS	40.669,52	**TOTAL PAS+PAT**	66.500,00

5.3.5 Fuentes de financiamiento

Tabla Nº54 Financiamiento

Elaborado: Fernanda Montalvo

Total Activos	40.669,52
Préstamo	35.000,00
Patrimonio	31.500,00
Total Pas+Pat	66.500,00

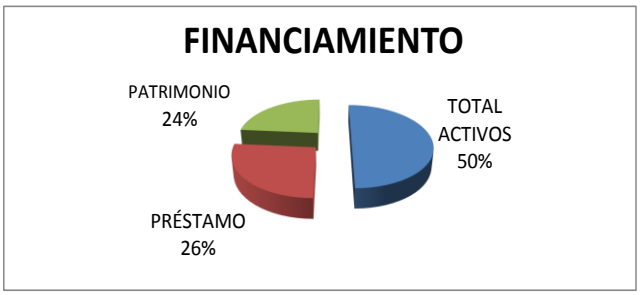


Gráfico Nº 25 Financiamiento

Elaborado: Fernanda Montalvo

Análisis:

El total de esta inversión es de $95000 los cuales están repartidos en $50000 préstamo bancario y $45000 que corresponde al patrimonio de la empresa.

5.4.1 Estado de Pérdidas y Ganancias

Tabla Nº54 Estado de Pérdidas y Ganancias

Elaborado: Fernanda Montalvo

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS					
LOYAL DISTRI-VACUNAS					
	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020
VENTAS	$136.404,00	$143.674,33	$159.398,18	$186.268,58	$229.270,38
COSTO DE VENTAS	$95.482,80	$100.572,03	$111.578,73	$130.388,01	$160.489,26
UT. BRU. VTAS	$40.921,20	$43.102,30	$47.819,45	$55.880,57	$68.781,11
GTO VTAS	$22.014,46	$21.837,87	$22.808,06	$23.912,65	$25.176,72
S/S	$18.030,46	$19.955,14	$20.802,13	$21.706,63	$22.672,55
INAUGURACION	$2.160,00	$0,00	$0,00	$0,00	$0,00
PUBLICIDAD	$1.824,00	$1.882,73	$2.005,93	$2.206,01	$2.504,17
UT. NET. VTAS	$18.906,74	$21.264,43	$25.011,39	$31.967,93	$43.604,39
GTOS ADMINISTRATIVOS	$8.292,28	$8.434,09	$8.731,55	$8.905,48	$9.662,20
ARRIENDO	$3.600,00	$3.715,92	$3.959,08	$4.626,48	$5.251,77
S/B	$804,00	$829,89	$884,19	$972,39	$1.103,81
S/S MÉDICO	$1.800,00	$1.800,00	$1.800,00	$1.800,00	$1.800,00
DEP. MUBLES Y ENSERES	$171,50	$171,50	$171,50	$171,50	$171,50
DEP. EQ. DE COMPUTACION	$581,66	$581,66	$581,66	$0,00	$0,00
DEP.EQUIPOS DE OFICINA	$38,80	$38,80	$38,80	$38,80	$38,80
DEP. VEHICULOS	$1.000,00	$1.000,00	$1.000,00	$1.000,00	$1.000,00
AMORT. PATENTE	$160,00	$160,00	$160,00	$160,00	$160,00
AMORT. PF.	$136,32	$136,32	$136,32	$136,32	$136,32
UT. OPERA.	$10.614,46	$12.830,34	$16.279,84	$23.062,45	$33.942,19
GTOS FINANCIEROS	$1.225,03	$439,13	$0,00	$0,00	$0,00
UTIL. ANT. IMPUESTOS	$9.389,44	$12.391,20	$16.279,84	$23.062,45	$33.942,19
15 % TRABAJADORES	$1.408,42	$1.858,68	$2.441,98	$3.459,37	$5.091,33
UTI. IMP.	$7.981,02	$10.532,52	$13.837,86	$19.603,08	$28.850,86
% IMPUESTO RENTA	$0,00	$526,63	$1.383,79	$2.940,46	$4.327,63
UTIL. FINAL	$7.981,02	$10.005,90	$12.454,08	$16.662,62	$24.523,23
10% RESERVA LEGAL	$798,10	$1.000,59	$1.245,41	$1.666,26	$2.452,32
UTILIDAD DE DIVIDENDOS	$7.182,92	$9.005,31	$11.208,67	$14.996,35	$22.070,91

Tabla Nº55 de impuesto a la renta

Fuente: SRI

FRACCION BASICA	EXCESO HASTA	IMP. FRAC. BASICA	% IMP. FRAC. EXCE.
0	11,17	0	0%
11,170	14,24	0	5%
14,240	17,8	153	10%
17,800	21,37	509	12%
21,370	42,74	938	15%
42,740	64,09	4,143	20%
64,090	85,47	8,413	25%
85,470	113,94	13,758	30%
113,940	**EN ADELANTE**	22,299	35%

5.4.2 Flujo de caja

Tabla Nº55 Flujo de Caja

Elaborado: Fernanda Montalvo

FLUJO DE CAJA						
	0	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
UTILIDADES	-	7.981,02	10.005,90	12.454,08	16.662,62	24.523,23
GTOS FIN	-	1.225,03	439,13	-	-	-
DEP	-	1.791,96	1.791,96	1.791,96	1.210,30	1.210,30
AMO	-	296,32	296,32	296,32	296,32	296,32
F. OPERACIONAL	-	11.294,33	12.533,31	14.542,36	18.169,24	26.029,85
INV						
CTN	- 30.339,94					
ACT FIJOS	8.847,98					
FLUJO NETO	(21.491,96)	11.294,33	12.533,31	14.542,36	18.169,24	26.029,85

5.4.3 Punto de equilibrio

Tabla Nº56 Punto de equilibrio

Elaborado: Fernanda Montalvo

	FIJOS	VARIABLES	Costo Totales
COSTO DE VTA.	-	95.482,80	95.482,80
GST. VENTA	20.190,46	1.824,00	22.014,46
GST. ADMIN.	8.292,28	-	8.292,28
GST. FINANCIERO	-	1.225,03	1.225,03
TOTAL	28.482,74	98.531,83	127.014,56
		VENTAS	136.404,00
			9.389,44

VTAS	136.404,00	378,90	**PVU**
CT	127.014,56	-	
CF	28.482,74	-	
CV	98.531,83	273,70	**CVU**
Q	360	-	

PE (Q) = CF / PVU- CVU

PE (Q) = $ 28.482,74 / $ 105,20

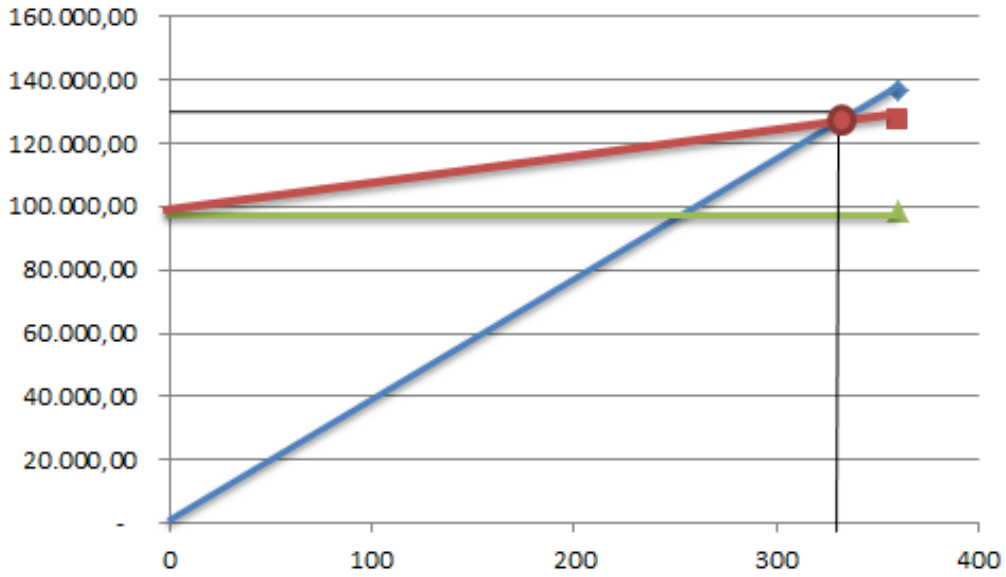
PE (Q) = $ 270,75

PE(MON) = $ 28.482,74 / 0,277647075

PE(MON) = $ 102.586,12

PE (Q) = CF / Pvu - Cvu

PE(MON) = CF / 1- (Cuv/ Pvu)



Gráfica Nº26 Punto de equilibrio

Elaborado: Fernanda Montalvo

5.5 Evaluación Financiera

5.5.1 T (MAR)

Tabla Nº57 T (MAR)

Elaborado: Fernanda Montalvo

T(MAR)	INFLACION	T. DE INT.	RIESGO PAIS	REND. INVER.
T(MAR)	3,22%	4,50%	7,93%	5%
T(MAR)	20,65%			
T(MAR)	0,002065			

Análisis:

La tasa mínima para la inversión de la empresa Comercializadora y Distribuidora de productos farmacéuticos especializada en la línea de vacunas, hemos tomado en cuenta los siguientes porcentajes respectivos a el riesgo país, la tasa de interés activa y la inflación dando como resultado un 20,65%,

5.5.2 Valor Actual Neto (VAN)

Tabla Nº 58 VAN
Elaborado: Fernanda Montalvo

VAN	$ 2,25

Análisis:

El Van se determina que al final de la vida útil de la compañía es decir que en 5años se generara un total de $ 2,25 de recursos líquidos para la misma.

5.5.3 Tasa Interna de Retorno

Tabla Nº59 TIR

Elaborado: Fernanda Montalvo

	FN	FNA	TIR
0	$ (20.010,36)	- 20.010,36	- 20.010,36
1	$ 11.294,33	11.271,05	6.953,46
2	$ 12.533,31	12.481,71	4.750,59
3	$ 14.542,36	14.452,64	3.393,57
4	$ 18.169,24	18.019,93	2.610,36
5	$ 26.029,85	25.762,75	2.302,37
		$ 61.977,72	0,00

Tabla Nº60T(MAR)- VAN - TIR

Elaborado: Fernanda Montalvo

T(MAR)	20,65%
T(MAR)	0,002065
VAN	$ 2,25
TIR	62%

Análisis:

La tasa interna de retorno es de 62% superior al valor de T(MAR) que corresponde al 20,65% esto quiere decir que la inversión que realice la empresa tendrá un alto índice de rentabilidad.

5.5.4 Razón Beneficio Costo

Tabla Nº 61 Razón Beneficio Costo

Elaborado: Fernanda Montalvo

RB/C	$ 81.988,08	$ 2,70

Análisis:

La Razón Costo Beneficio nos indica que tiene un valor de $2,70, es decir que por cada dólar que la empresa invierta esta obtendrá una utilidad de $1,70centavos.

5.5.5 Periodo de recuperación de la inversión (PRI)

Tabla Nº62 PRI

Elaborado: Fernanda Montalvo

PRI = 2 AÑOS, 3 MESES, 227 DÍAS

Análisis:

El PRI es una herramienta que nos permite visualizar en que tiempo se recuperara la inversión en este caso será en 2 años, 3 meses y 227 días por lo que se considera que la empresa tiene estabilidad, es decir que se puede cancelar las deudas en un corto plazo.

5.5.6 Coeficientes Financieros

5.5.6.1 Margen Bruto

Tabla Nº 63 Margen Bruto

	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020
VENTAS	$136.404,00	$136.404,00	$136.404,00	$136.404,00	$136.404,00
COST. VENTAS	$95.482,80	$95.482,80	$95.482,80	$95.482,80	$95.482,80
UT. BRU. VTAS	$40.921,20	$40.921,20	$40.921,20	$40.921,20	$40.921,20
PORCENTAJE	2,33	2,33	2,33	2,33	2,33

Análisis:

Con este coeficiente determinamos que la empresa generara un 2,33% de utilidad en ventas.

5.5.6.2 Margen Neto

Tabla Nº 64 Margen Neto

Elaborado: Fernanda Montalvo

	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020		
VENTAS	$136.404,00	$136.404,00	$136.404,00	$136.404,00	$136.404,00		
COST. VENTAS	$95.482,80	$95.482,80	$95.482,80	$95.482,80	$95.482,80		
UT. NET. VTAS	$18.906,74	$21.264,43	$25.011,39	$31.967,93	$43.604,39	**TOTAL**	**PROM.**
PORCENTAJE	5,05	4,49	3,82	2,99	2,19	**18,53**	**3,71**

Análisis:

Se establece que el 18,53% corresponde al promedio de los 5 años, esto quiere decir que la empresa tendrá un 3,71% de utilidad neta.

CAPITULO VI

6.1 Impacto Ambiental

El impacto ambiental es la alteración que introduce una actividad humana en su entorno, interpretada en términos de salud y bienestar humano. (Gómez Orea y Gómez Villarino, 2013).

El impacto ambiental que tendrá este será de nivel mínimo ya que la población de consumo sabe cómo se deben desechar los productos farmacéuticos que se comercializan sin embargo es de vital importancia incentivar a la población a que recuerde como desechar los mismos de esta manera podemos cuidar la integridad humana, social y ecológica evitando contaminar en conjunto.

6.2 Impacto Social

El impacto social será de gran escala debido a que este proyecto se define a colaborar con el cuidado y bienestar de la sociedad, que mejor para la sociedad poder adquirir el

medicamento que necesitan sin tener que esperar a que estén habilitadas las existencias de los mismos.

6.3 Impacto Económico

El impacto económico puede ser variante debido a diferentes factores como por ejemplo el país o la región donde se establezcan**.**

Luego de haber realizado un análisis previo se ha podido constatar que el proyecto se puede poner en marcha con una aceptable rentabilidad.

CAPITULO VII

7.1 Conclusiones

Con respecto al Proyecto "Estudio De Factibilidad para la Creación de una Compañía Dedicada a la Comercialización y Distribución De Productos Farmacéuticos, especializada en la línea de vacunasen el Sector De Carcelén, DMQ, Período 2015-2016", podemos concluir lo siguiente:

Capítulo I

En este capítulo podemos evidenciar la razón de la realización del proyecto y antecedentes de la Distribución Farmacéutica con el afán de empaparnos un poco más con el tema que estamos tratando a lo largo de este estudio.

Capitulo II

Analizamos los factores sociales, tecnológicos y, legales para la creación de una empresa de esta magnitud, además hicimos la Estructura organizacional, Misión, Visión, Análisis FODA, Matriz MAFE y MEFE.

Capitulo III

Se analizó al consumidor, determinando así a la población y tomando una muestra de los mismos para obtener información por medio de una encuesta, además calculamos la oferta y demanda actual histórica y proyectada de cada una de ellas.

Capitulo IV

Definimos el tamaño del proyecto, la capacidad optima que se debe tener para iniciar el funcionamiento y localización definiendo las potencialidades para ejercer.

Capítulo V

Analizamos el aspecto financiero para la Comercializadora y Distribuidora LoyalDistri – Vacunas, tomando en cuenta varios factores del análisis situacional para definir la realidad financiera del proyecto.

Capítulo VI

Verificamos 3 tipos de Impacto Ambiental, Social y Económico, definimos que se requiere capacitar a los consumidores para que desechen de forma adecuada los residuos del producto adquirido.

7.2 Recomendaciones

Luego de haber realizado este estudio de factibilidad se recomienda que:

- Tomar en cuenta cada factor en el análisis situacional ya que son las variantes mas relevantes en los estados financieros.
- Usar de forma adecuada este proyecto con las proyecciones financieras realizadas.
- Investigar, analizar y estudiar las necesidades que tiene el Mercado Farmacéutico para cubrirlas con los satisfactores adecuados.

7.3 Anexos

ENCUESTA

Soy estudiante del último nivel de la Carrera de Administración de Boticas y Farmacias del Instituto Tecnológico Superior Cordillera, la presente información requerida es con el propósito de elaborar el Proyecto de tesis para la obtención de una Tecnología en la carrera antes descrita, por lo que agradeceré a usted/es prestar la colaboración debida en las respuestas formuladas.

FARMACIA……

PROPIETARIO / ADMINISTRADOR……

FECHA……

1. ¿Cuánto tiempo se encuentra operando en el mercado y se encuentra dedicado a la venta y comercialización de productos farmacéuticos?

Menos de 1 año	
Entre 1 y 3 años	
Entre 3 y 5 años	
Más 5 años	

2. ¿Indique los nombres de los proveedores que actualmente lo están abasteciendo de productos farmacéuticos?

.....

.....

3. ¿Qué productos farmacéuticos (genéricos y/o marca) son los más requeridos por usted?

.....

.....

4. ¿Con que frecuencia realiza sus pedidos de medicamentos?

Semanales	
Quincenales	
Mensuales	
Bimestral	

5. Marque la casilla que describa su compra mensual en productos farmacéuticos.

Menos de 400 dólares	☐
Entre 400 y 800 dólares	☐
Entre 800 y 1600 dólares	☐
Más de 1600 dólares	☐

6. ¿Le gustaría a usted recibir los servicios de una nueva empresa comercializadora de medicamentos farmacéuticos cuyo servicio estará dada a través de descuentos y promociones?

SI	☐
NO	☐

7. ¿Qué servicios más le gustaría que le ofreciera la nueva comercializadora de medicamentos farmacéuticos?

Capacitación	
Publicidad	
Call Center	
Otros	

Cual.....

8. ¿De qué manera le gustaría se le tomara los pedidos?

Vía telefónica	
Vía internet	
En el lugar de su negocio	

9. ¿Cada qué tiempo le gustaría que realizáramos las vistas para tomar su pedido?

Semanales	
Quincenales	
Mensuales	
Bimestral	

10. ¿Tiene algún comentario o sugerencia sobre este servicio de abastecimiento de medicamentos?

.....

.....

.....

.....

.....

GRACIAS…

Referencias:

1. Martínez Estrada A. (2003). Elementos de Economía 4º Curso (pp. 47 y 49). Quito Gómez Díaz Gorky.

2. Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (2014). Revisado el 15 marzo 2016.

3. Gómez Orea D. & Gómez Villarino M. (2013). Evaluación de Impacto Ambiental (3rd, ed., p155) Madrid – España: Mundi Prensa.

4. J. Gitman, L. (2003). Principios de Administración Financiera (10th ed.). México: Pearson Educación.

5. Banco Central del Ecuador (Producto Interno Bruto). Recuperado el 25 febrero 2016 de http://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/310-producto-interno-bruto

6. Censos I. "INEC"(Tasa de crecimiento poblacional). Recuperado el 25 de febrero de 2016 de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/

7. Foro Medicina y Realidades (2009). Farmundi. Recuperado 15 de Enero de 2016 de http://www.nodo50.org/farmundi/recursos/documentos/Acceso%20a%20medicamentos/foro.pdf