



INSTITUTO TECNOLÓGICO
"CORDILLERA"

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE BOTICAS Y FARMACIAS

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA FARMACIA
DE AUTOSERVICIO EN EL BARRIO SANTO DOMINGO ALTO, SECTOR
MITAD DEL MUNDO D.M.Q. OCTUBRE 2015 - MARZO 2016

Proyecto de factibilidad previo a la obtención del título de Tecnólogo
Administración de Boticas y Farmacias

Autor:

Carlos Roberto Flores Amaya

Tutor: Econ. Jessica Erazo

Quito, Diciembre 2016



DECLARATORIA

Declaro que la investigación es totalmente personal, original y autentica, que he citado las fuentes correspondientes respetando las leyes actuales que protegen los derechos de autor vigentes.

Las conclusiones recomendaciones e idea son de mi absoluta y plena responsabilidad.

Flores Amaya Carlos Roberto

171575354-5



CESIÓN DE DERECHOS A LA INSTITUCIÓN

Yo Flores Amaya Carlos Roberto Alumno de la Escuela de Salud, de la carrera de Administración de Boticas y Farmacias, libre y voluntariamente cedo los derechos de autoría de mi investigación en favor al Instituto Tecnológico Superior "Cordillera"

Flores Amaya Carlos Roberto

171575354-5



AGRADECIMIENTO

En primer lugar y ante todo agradezco a Dios por haberme bendecido con felicidad y abundancia, en cada área de mi vida, y por darme unos padres maravillosos los cuales con sus enseñanzas me han inculcado una fuerte base valores y a los cuales debo todo mi respeto, admiración y gratitud, y a mis queridos docentes que han sabido llenar todo vacío de conocimientos demostrándonos como llegar hacer grandes profesionales y personas de éxito.

INDICE

DECLARATORIA	ii
CESIÓN DE DERECHOS A LA INSTITUCIÓN	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA.....	v
INDICE	vi
INDICE DE TABLAS	xii
INDICE DE CUADROS	xiii
INDICE DE GRAFICOS	xv
INDICE DE FIGURAS	xvi
INDICE DE ILUSTRACIONES.....	xvii
RESUMEN EJECUTIVO	xviii
ABSTRAC	xix
Capítulo I.....	1
1.01 JUSTIFICACION	1
1.02 ANTECEDENTES	4
Capítulo II	6
2: ANALISIS SITUACINAL.....	6
2.01. AMBIENTE EXTERNO.....	6
MACRO ENTORNO	6
2.01.01. Factor económico	6
PIB (Producto interno bruto)	7
Inflación	8
2.01.02. Factor social	12
Delincuencia	14



2.01.03. Factor legal.....	15
CAPÍTULO I.....	15
Del derecho a la salud y a la protección	15
LIBRO TERCERO.....	16
Disposiciones Comunes.....	16
Del registro sanitario	17
De los medicamentos.....	18
De los Establecimientos Farmacéuticos	18
Autorización de apertura de Farmacia o Botiquín.....	21
Procedimiento.....	21
Registro de Responsables Técnicos de Farmacias y Botiquines	27
Procedimiento:	27
Requisitos:.....	27
Tecnología Utilizada.....	29
MICROENTORNO.....	31
2.02. ENTORNO LOCAL.....	31
2.02.01. Cliente	31
2.02.02. Proveedores.....	31
2.02.03. Competidores	31
2.02.04. Las 5 Fuerzas de Porter.....	32
2.02.04.01. Rivalidad entre competidores existentes.....	32
2.02.04.02. Competencia	32
a) FARMACIA ECONOMICAS	33
b) FARMACIAS SANA SANA.....	33
2.02.04.03. Amenaza de entrada de nuevos competidores.....	34
2.02.04.04 Amenaza de ingreso de productos sustitutos.	34



2.02.04.05 Poder de negociación de los proveedores.....	35
2.02.04.06. Poder de negociación de los consumidores	36
2.03. ANALISIS INTERNO	36
Cuadro # 1.- Propuestas estratégicas.....	37
Administrador.....	41
Bioquímico Farmacéutico	42
Dependiente de farmacia	42
2.04 ANÁLISIS FODA	50
Cuadro # 4.- Matriz MEFI.....	53
Capítulo III	54
3. ESTUDIO DE MERCADO.....	54
3.01 ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR.....	54
POBLACIÓN.....	54
3.01.01. Determinación de la población y muestra.....	55
3.01.02. Técnicas de obtención de información	56
3.01.03. análisis de la información	56
Tabulación de datos.....	57
3.02. OFERTA.....	67
3.02.01. Oferta histórica.....	67
3.02.02. Oferta actual.....	67
3.02.03. Oferta proyectada.....	67
3.03 PRODUCTOS SUSTITUTOS	67
3.02.01. Oferta histórica.....	68
3.02.02. Oferta actual.....	68
3.02.03. oferta proyectada.....	68
3.04 DEMANDA.....	68



3.04.01. Demanda histórica	69
3.04.02. Demanda actual.....	69
3.04.03. Demanda proyectada.....	69
3.5. BALANCE OFERTA-DEMANDA	70
3.05.01. Balance actual	70
3.05.02. Balance proyectado	70
CAPÍTULO IV	71
4. ESTUDIO TÉCNICO	71
4.01. TAMAÑO DEL PROYECTO.....	71
4.01.01. Capacidad instalada	71
4.01.02. Capacidad óptima	71
4.02. LOCALIZACIÓN	71
4.02.01. Macro localización	72
Gráfico 16: Macro localización.....	72
4.02.02. Micro localización	73
4.02.03. localización óptima.....	73
4.03. INGENIERÍA DEL PRODUCTO.....	74
4.03.02 Cálculo	75
4.03.03 Gestión de ensayos.....	75
4.03.04 Soporte a producto	75
4.03.05 Delegación Técnica.....	75
4.03.06. IRM (Ingeniería de Revisión de Materiales)	75
4.03.07. Diseño	76
4.03.08. Instalación de sistemas.....	76
4.03.01. Definición del B/S.....	76
4.03.02. Distribución de planta	77



PLANOGRAMA FARMACIA	78
4.03.03. Proceso productivo.....	79
4.03.04. Maquinaria.....	79
4.03.05. Equipos	81
CAPÍTULO V	84
5.01. INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES	84
5.01.01 Ingresos operacionales	84
5.01.02 Ingresos no operacionales	84
5.02. COSTOS	84
5.01.01. Costos directos	85
5.02.02. Costos indirectos	85
5.02.03. Gastos administrativos	86
Depreciación de muebles y encerres	86
5.02.04. Costos de ventas.....	86
Rol de pagos del Bioquímico Farmacéutico	87
Rol de pagos Administrador	87
Publicidad	88
5.02.05. Costos financieros	88
5.02.06. Costos fijos y variables	88
5.03. INVERSIONES	88
5.03.01. Inversión fija	89
5.03.01. 01. Activos fijos	89
5.04. Capital de trabajo.....	90
5.04.01. 01. Fuentes de financiamiento	91
5.05.01. Amortización de financiamiento.....	91
5.5.01.01. Depreciaciones	91



5.5.01.02. Estado de situación inicial	92
5.5.01.03. Estado de resultados proyectado	93
5.5.01.04. Flujo de caja	95
5.06. EVALUACION	95
5.06.01. Tasa de descuento	95
5.06.02. VAN	95
5.03.03. TIR	96
5.03.04. PRI (Periodo de recuperación de la inversión)	97
5.03.05. RBC (Relación costo beneficio)	97
5.03.06. Punto de equilibrio	98
CAPÍTULO VI	100
6.01. Impacto ambiental	100
6.02. Impacto económico	101
6.03. Impacto social	102
CAPÍTULO VII	103
7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	103
7.01 Conclusiones	103
7.02 Recomendaciones	104
BIBLIOGRAFIA	105
ANEXOS	106



INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Porcentaje del PIB.....	7
Tabla # 2. Porcentaje de Inflación.....	8
Tabla # 3. Porcentaje de Tasa de Interés Activa	9
Tabla # 4: Tasa de interés Pasiva	10
Tabla # 5: Balanza Comercial	11
Tabla # 6: tasa de Desempleo.....	12
Tabla # 7: Porcentaje del PEA	13
Tabla # 8: Delincuencia	14
Tabla # 9.- Población de San Antonio Pichincha.....	54
Tabla # 10. - Muestra	55
Tabla 11. Oferta Histórica.....	67
Tabla 12. Oferta Actual.....	67
Tabla 13. Oferta histórica Productos Sustitutos.....	68
Tabla 14. Oferta Actual Productos Sustitutos	68
Tabla 15. Oferta Proyectada Productos Sustitutos.....	68
Tabla 16. Demanda Histórica.....	69
Tabla 17. Demanda Proyectada.....	69
Tabla 18. Balance Actual	70
Tabla 19. Balance Proyectado.....	70
Tabla # 20.- Localización Optima.....	74

INDICE DE CUADROS

Cuadro # 1.- Propuestas estratégicas.....	37
Cuadro # 2.- Análisis FODA.....	51
Cuadro # 3.- Matriz MEFE	52
Cuadro # 4.- Matriz MEFI	53
Cuadro # 5.- Pregunta número 1	57
Cuadro # 6. – Cuadro pregunta 2	58
Cuadro # 6. – Cuadro pregunta 3	59
Cuadro # 7. – Cuadro pregunta 4	60
Cuadro # 8. – Cuadro pregunta 5	61
Cuadro # 9. – Cuadro pregunta 6	62
Cuadro # 10. – Cuadro pregunta 7	63
Cuadro # 11.- Pregunta 8	64
Cuadro # 12.- Pregunta 9	65
Cuadro # 13.- Pregunta 10	66
Cuadro 14. Muebles y Enceres.....	81
Cuadro 14. Equipo de oficina	82
Cuadro 15. Equipo de Computación	83
Cuadro # 16. – Ingresos operacionales	84
Cuadro # 17.- Gastos Administrativos	86
Cuadro # 18.- Gastos de venta	87
Cuadro # 19.- Rol de pagos BQF	87
Cuadro # 20.- Rol de pagos Administrador	87
Cuadro # 21.- Gastos en publicidad	88
Cuadro # 22.- Activos fijos	89



Cuadro # 23.- Activos nominales.....	90
Cuadro # 24.- Capital de trabajo	90
Cuadro # 25.- Depreciaciones	91
Cuadro # 26.- Depreciaciones Equipos de oficina	92
Cuadro # 27.- Depreciación equipos de computo	92
Cuadro # 28.- Estado de situación inicial.....	93
Cuadro # 29. – estado de P y G.....	94



INDICE DE GRAFICOS

Gráfica # 1: Porcentaje anual del PIB.....	7
Gráfica # 2: Porcentaje Anual de la Inflación.....	8
Gráfica # 3: Porcentaje tasa de interés activa.....	9
Gráfica # 4: Tasa de Intereses Pasiva.....	10
Gráfico # 5: Balanza Comercial.....	11
Gráfico # 6: Balanza Comercial.....	13
Gráfico # 7: Delincuencia.....	15



INDICE DE FIGURAS

Figura # 1.- Organigrama Institucional	40
Figura # 2. – gráfico de pastel pregunta 1	57
Figura # 3. – gráfico de pastel pregunta 2	58
Figura # 4. – gráfico de pastel pregunta 3	59
Figura # 5. – gráfico de pastel pregunta 4	60
Figura # 6. – gráfico de pastel pregunta 5	61
Figura # 7. – gráfico de pastel pregunta 6	62
Figura # 8. – gráfico de pastel pregunta 7	63
Figura # 9. – gráfico de pastel pregunta 8	64
Figura # 10. – gráfico de pastel pregunta 9	65
Figura # 11. – gráfico de pastel pregunta 10	66



INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración # 1.- Factor Tecnológico	28
Ilustración # 2.- Factor Tecnológico ESYST	29
Ilustración # 3.- Factor tecnológico Sistema Administrativo	29
Ilustración # 4.- Factor tecnológico farmacias	30
Ilustración # 5.- Cinco fuerzas de Porter.....	32
Ilustración # 6.- Farmacias Económicas	33
Ilustración # 7.- Farmacias Sana Sana	33
Ilustración # 8.- Competidores	35
Ilustración # 9.- Gestión Administrativa.....	40



RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto de factibilidad es para la creación de una farmacia de autoservicio en el barrio Santo Domingo Alto, sector la Mitad del Mundo, siendo nuestra visión brindar un servicio de calidad, con la misión de mejorar la calidad de vida de los habitantes del barrio y cumpliendo con el objetivo 10 del plan nacional del buen vivir.

En el proyecto se realizará un estudio de mercado para verificar el estado de la oferta y la demanda para satisfacer las necesidades de los consumidores, además se realizará un estudio técnico del proyecto en el cual se especificará su macro y micro localización del sector, se realizará un estudio económico para garantizar la optimización de los recursos físicos, económicos y del talento humano para garantizar el éxito del proyecto.



ABSTRAC

This feasibility project is to create a pharmacy self in the neighborhood Santo Domingo Alto, a sector the Mitad del Mundo, with the vision of providing quality service with a mission to improve the quality of life of the inhabitants of neighborhood and meeting the objective 10 of the national plan of good living.

In the project a market study be conducted to verify the status of supply and demand to meet the needs of consumers, and a technical study projected at which specify the macro and micro location of the sector will take place, it will be held An economic study to ensure the optimization of the physical, economic and human talent to ensure project success.



Capítulo I

1.01 JUSTIFICACION

El barrio Santo Domingo Alto se halla ubicado en la parte noreste de la ciudad de Quito, es un sector que tiene muchos años de existencia, lamentablemente fue olvidado por las autoridades locales y seccionales durante mucho tiempo ya que se hallaba alejada del centro de la ciudad y carecía de muchos beneficios que tenían otros barrios de Quito.

Desde hace pocos años dicho sector tomó gran notoriedad, exactamente desde el año de 2010 y gracias al crecimiento de bienes raíces, sus avances han sido significativos en el cuidado de los caminos y calles del barrio Santo Domingo Alto, existe la dotación de los servicios básicos, el incremento de líneas de camionetas y taxis, las autoridades seccionales se interesan por realizar obras que favorezcan al ornato y mejoramiento de la comunidad.

También se debe destacar, que los moradores del barrio pese a los limitados recursos económicos, se preocuparon por invertir en la apertura de tiendas, bares, salones de comida, papelerías, construcción de casas para rentar, cabinas telefónicas y de internet, entre otros.

Es decir, el sector cambió radicalmente su panorama, el desarrollo es significativo, los 2.046 habitantes de este barrio se sienten complacidos por la transformación del sector, en el aspecto, social, económico, político, ante todo en lo educativo. Sin embargo, sus acciones no se hicieron en forma planificada y su labor se concretó en su mayoría al interés personal; sin imaginarse el crecimiento acelerado del mismo, por ello no midieron las consecuencias futuras, como la inseguridad, la contaminación del medio ambiente, el peligro vehicular, entre otros.

Ventajosamente las autoridades de la comunidad, fueron las primeras preocupadas del mejoramiento de la seguridad del barrio.

Otra de las ventajas que vale destacar que las propiedades, terrenos, casas del sector, ha elevado su plusvalía, es decir, los predios que están ubicados junto a la UNASUR y Ciudad mitad del Mundo tienen un valor preferencial para beneficio de sus propietarios.

En consecuencia, la Ciudad mitad del Mundo continúa siendo un pilar fundamental en el progreso del mencionado barrio, sus autoridades están preocupadas constantemente por acrecentar cada día el prestigio, por ello hoy, es uno si no el primero de los centros turísticos del Ecuador, con visión internacional.

No obstante, a pesar de todo lo descrito anteriormente tanto del barrio, no cuenta lamentablemente con una farmacia, que preste su contingente a 7.305 Habitantes.



Es urgente y necesaria la apertura de una farmacia que brinde el servicio indispensable para los niños, jóvenes y adultos del sector, durante las horas del día y noche mediante los turnos previamente establecidos por el Ministerio de Salud.

Con la implementación de la farmacia se dotaría de un servicio de enorme relevancia a la comunidad, por ello es importante realizar los estudios de factibilidad; es decir, efectuar el respectivo proceso para obtener la apertura, conocer la cantidad de personas que requieren de una farmacia, obtener los requisitos para la implementación, conocer las normas de higiene, el manejo de los productos y medicamentos a expenderse, el local y la ubicación apropiado la logística y muebles a utilizar, entre otros aspectos.

1.02 ANTECEDENTES

Tema: Estudio para la creación de una empresa importadora y comercializadora de productos naturales.

Autor. - Guillermo Barzola

Institución. - Pontificia Universidad Católica del Ecuador

Año. - Quito octubre del 2014

La empresa está dirigida al sector norte de la ciudad de Quito para persona entre 16 a 70 años de edad, en el estudio de mercado se determinó que existe una demanda insatisfecha de 23432 habitantes.

(León, C. 2011) Para la planificación estratégica se debe tomar en consideración varios parámetros que llevaran la puesta en marcha de esta herramienta fundamental para elevar las ventas y el posicionamiento, dentro del mercado al cual pertenece la empresa identificando el impacto y la relevancia para generar más demanda y nuevas ideas.

Alfonzo (2007) en su tesis doctoral muestra a la improvisación y creatividad como materia esencial de la imaginación siendo el impulso para el desarrollo empresarial hablando en bienes primarios de consumo y servicios. Propicia una alta consecuencia en el crecimiento económico y del rendimiento, su importancia radica en que demuestra que la creatividad y el emprendimiento deben estar cercados en los procesos de la planeación estratégica.

AUTOR: Darwin Miguel Gálvez Maldonado

TEMA: Modelo de planeación estratégica aplicado a una microempresa artesanal

INSTITUCIÓN: Escuela Politécnica Nacional. El presente trabajo de grado da a conocer que se utilizara herramientas como son: marketing, de procesos, proyectos, y financiero entre otras.

Como aporte al análisis de las cinco fuerzas de Potter que permitir elaborar estrategias propicias para el mejoramiento de la cadena de valor.

El termino farmacia tiene origen egipcio (Pharmakai), uno de los nombres que le daban al dios de la medicina.

La historia de la farmacia como se la conoce hoy en día es joven, a pesar de su relevancia y trascendencia que tiene en el ámbito socio económico y político alrededor del mundo.

Luego de analizar el mercado farmacéutico ecuatoriano y su evolución a lo largo de los últimos años en ventas y ganancias del sector público y privado la cantidad de médicos y farmacias existentes, y los indicadores económicos muestra un panorama favorable del ambiente económico del país.

Capítulo II

2: ANALISIS SITUACIONAL

2.01. AMBIENTE EXTERNO

Según el Banco Central del Ecuador (2015). Se considera ambiente externo a todas aquellas condiciones exteriores que pueden afectar de manera potencial en el desempeño de la organización a pesar de que estas sean ajenas a la empresa entre ellas tenemos:

MACRO ENTORNO

2.01.01. Factor económico

Según el Banco Central del Ecuador (2015). Es este el factor considerado de más importancia puesto que maneja el encaminamiento de la empresa, a partir del correcto manejo de recursos, este es el determinante de las actividades y decisiones a tomarse hacia el futuro, para ello se basa en los datos de indicadores estudiados en el transcurso de un período entre los que tenemos:

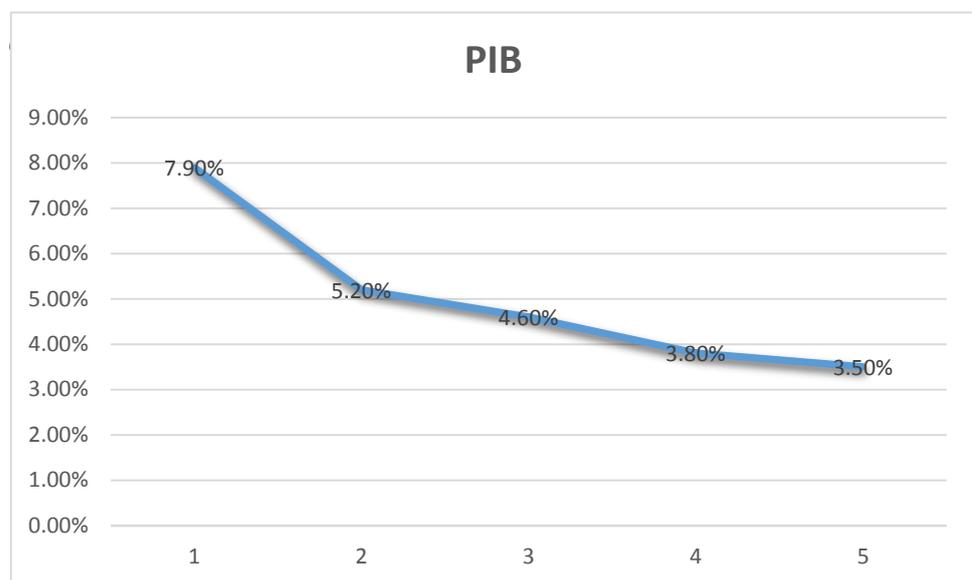
PIB (Producto interno bruto)

Según el Banco Central del Ecuador (2015). Este nos indica el nivel de riqueza de un país obtenido en un determinado tiempo el cual es de un año, el mismo que se basa en el valor de los bienes y servicios transformados en el proceso de producción.

Tabla 1.
Porcentaje del PIB

Año	Porcentaje
2011	7,90%
2012	5,20%
2013	4,60%
2014	3,80%
2015	3,50%

Fuente: Banco Central del Ecuador



Gráfica # 1: Porcentaje anual del PIB.

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Carlos Flores

Análisis

El PIB representa una amenaza debido a la economía descendente, por lo tanto, influirá en la estabilidad económica de la farmacia.

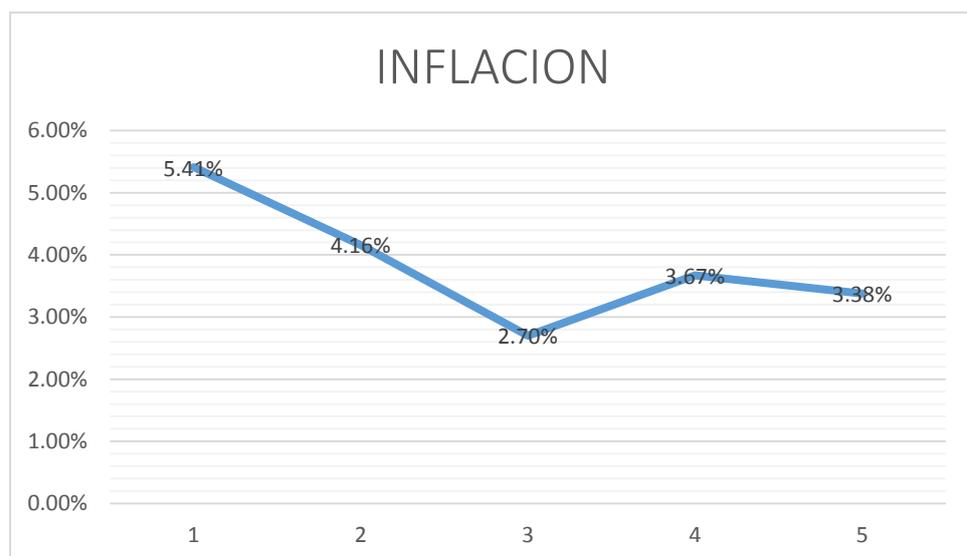
Inflación

Según el Banco Central del Ecuador (2015). Este indicador representa el aumento generalizado de los precios en el transcurso de un año, reflejando así la disminución del poder adquisitivo de la moneda.

Tabla # 2.
Porcentaje de Inflación

Años	Porcentaje
2011	5,41%
2012	4,16%
2013	2,70%
2014	3,67%
2015	3,38%

Fuente: INEC



Gráfica # 2: Porcentaje Anual de la Inflación

Fuente: INEC

Elaborado por: Carlos Flores

Analisis

En la grafica se puede apreciar el comportamiento de la infación lo que indica que se mantendra la estabilidad de los precios, siendo una oportunidad para la creacion de una famacia.

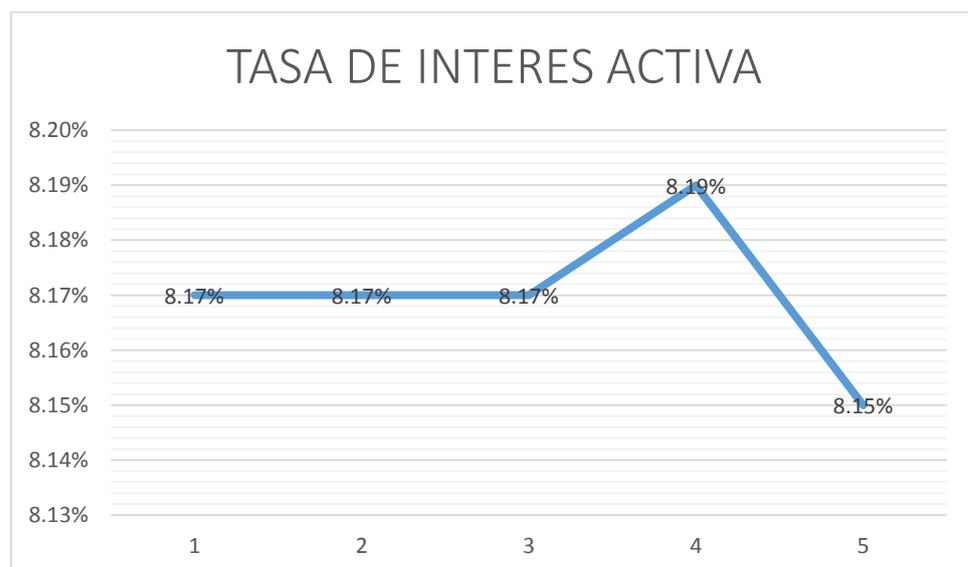
Tasa de interés activa

Según el Banco Central del Ecuador (2015). Este porcentaje de interés es el que reciben terceras personas de aquellos que recibieron un préstamo. Es decir, los que cobra la entidad financiera por el capital que presta.

Tabla # 3.
Porcentaje de Tasa de Interés Activa

Años	Porcentaje
2011	8,17%
2012	8,17%
2013	8,17%
2014	8,19%
2015	8,15%

Fuente: *Banco Central del Ecuador*



Gráfica # 3: Porcentaje tasa de interés activa

Fuente: INEC

Elaborado por: Carlos Flores

Análisis.

Tomando en consideración que este indicador determina el porcentaje que será cobrado al adquirir un préstamo, es de suma importancia aclarar que entre más bajo sea este valor mayor es el beneficio de adquirir un préstamo siendo una oportunidad para el financiamiento de la farmacia.

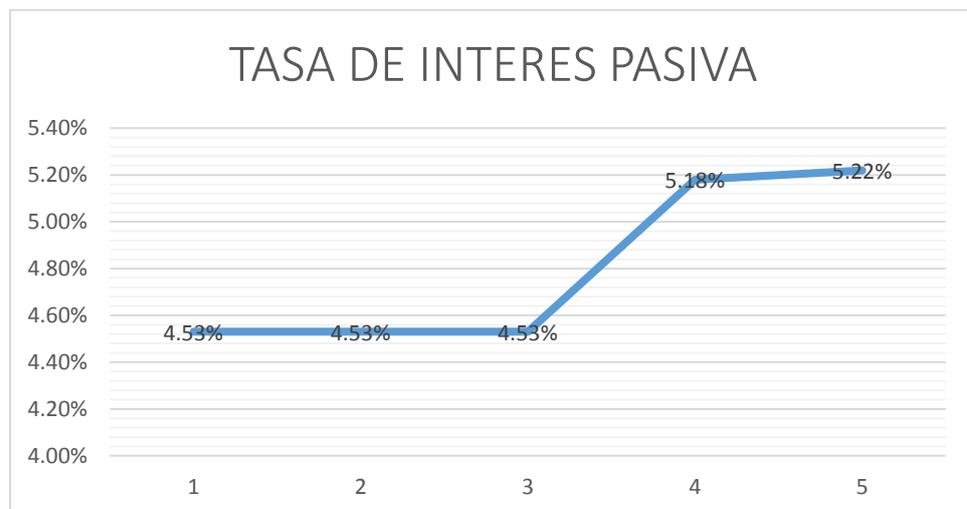
Tasa de interés pasiva

Según el Banco Central del Ecuador (2015). Este porcentaje de interés es el que lo que nos paga la entidad financiera por nuestros depósitos.

Tabla # 4:
Tasa de interés Pasiva

Años	Porcentaje
2011	4,53%
2012	4,53%
2013	4,53%
2014	5,18%
2015	5,22%

Fuente: Banco Central del Ecuador



Gráfica # 4: Tasa de Intereses Pasiva

Fuente: Banco: Central Del Ecuador

Elaborado por: Carlos Floras

Análisis:

Este dato demuestra el aumento del índice, es una oportunidad ya que, al tener un mayor flujo de caja en la farmacia, y mediante una planificación estratégica demostraríamos que es más rentable invertir en la implementación de la farmacia superando así la tasa de interés pasiva.

Balanza comercial

De acuerdo (Mankiw, 2012) la Balanza Comercial es el valor de las exportaciones de un país, llamadas exportaciones netas. (pág. 672).

Tabla # 5.
Balanza Comercial

Anos	Millones de \$
2011	\$ -824,50
2012	\$- 440,61
2013	\$ -1040,99
2014	\$ -727,02
2015	\$ - 3,14

Fuente: *Banco Central del Ecuador*

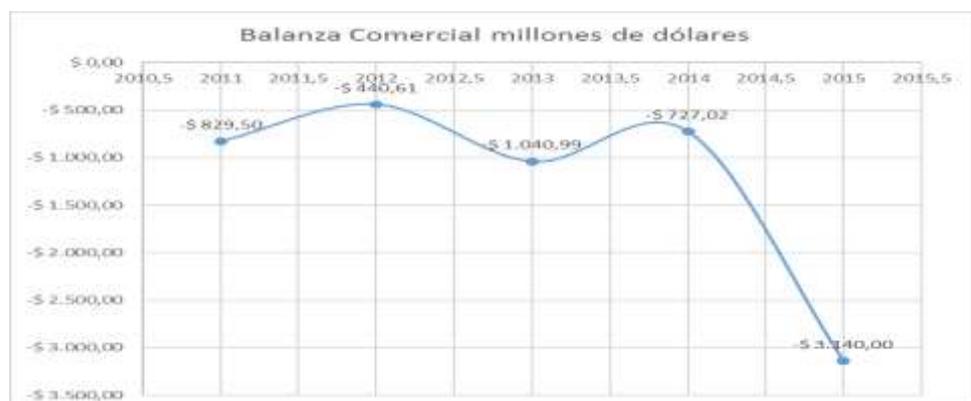


Gráfico # 5: Balanza Comercial
Fuente: *Banco Central del Ecuador*
Elaborado por: *Carlos Flores*

Análisis

Debido al déficit que muestra la balanza comercial representa una amenaza, para lo cual se recomienda realizar estrategias, las cuales permitan mantener precios bajos al alcance del consumidor o usuario.

2.01.02. Factor social

Según (Chiavenato, 2001). Comenta una empresa siempre estará sujeta a influencias de tipo social, económico, cultural del medio en donde se encuentre localizada. (pág.76)

Gastos en salud

Según el Banco Central del Ecuador (2015). Esta vela por la salud de las personas, se basa en el gasto a nivel público, puesto que determinara cuánto gasta un país en preservar el bienestar de sus ciudadanos.

Desempleo

Según (Dornbush & Fisher,2009) comenta, la tasa de desempleo mide el porcentaje de habitantes que no cuentan con un trabajo. (pág.42)

Tabla # 6.
Tasa de Desempleo

Años	Porcentajes
2011	5,10%
2012	4,60%
2013	4,15%
2014	3,30%
2015	4,77%

Fuente: INEC

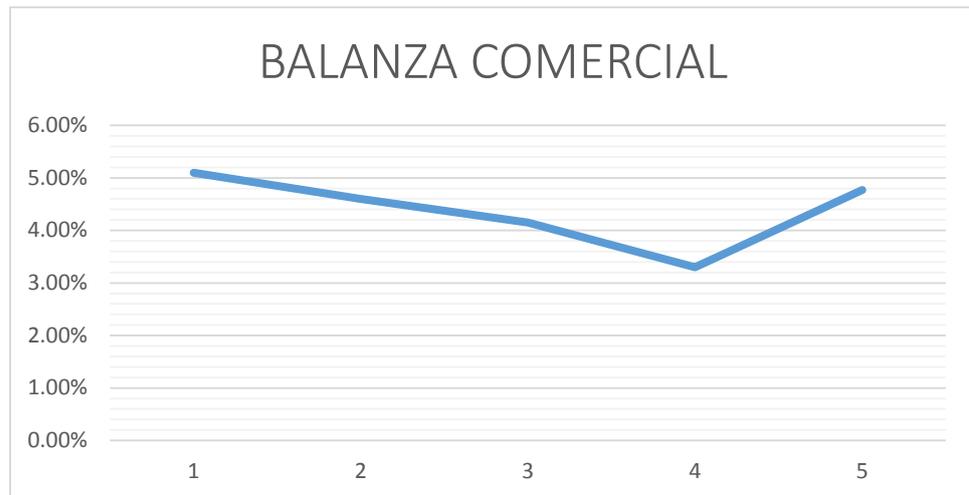


Gráfico # 6: Balanza Comercial

Fuente: INEC

Elaborado por: Carlos Flores

Análisis

De acuerdo con los porcentajes arrojados por el INEC, el número de personas sin empleo a crecido lo cual representa una amenaza, para la rentabilidad de la farmacia.

Población Económicamente Activa

Según (Borja, 2016). Comenta la población económica mente activa es un porcentaje de la población que ejerce una actividad económica o que se encuentra en capacidad de ejercerla. (pág. 16)

Tabla # 7.
Porcentaje del PEA

Años	Porcentaje
2011	45,46%
2012	45,64%
2013	47,87%
2014	49,28%
2015	45,71%

Fuente: INEC

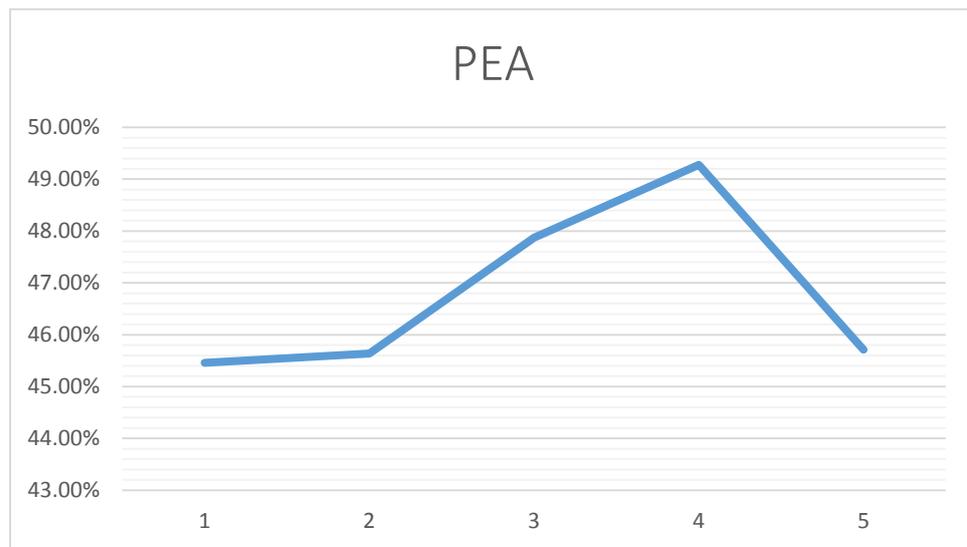


Gráfico # 7: PEA

Fuente: INEC

Elaborado por: Carlos Flores

Análisis

El porcentaje de la Población Económica Mente Activa ha disminuido por lo cual representa una amenaza, por la crisis en la que se encuentra el país.

Delincuencia

Según (Herrera, 2007). Es toda infracción cometida, desintegración social la cual requiere una acción correctiva. (pág. 267)

Tabla # 8.
Delincuencia

Años	Porcentajes
2011	9,00%
2012	9,35%
2013	9,30%
2014	9,00%
2015	8,30%

Fuente: INEC



Gráfico # 7: Delincuencia

Fuente: INEC

Elaborado por: Carlos Flores

Análisis

El porcentaje de delincuencia ha disminuido, lo que representa una oportunidad para la creación de la farmacia, por la seguridad que tiene la ciudadanía.

2.01.03. Factor legal

La ley Orgánica de Salud menciona en los artículos que se van a poner en consideración lo siguiente.

CAPÍTULO I

Del derecho a la salud y a la protección

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

LIBRO TERCERO

Disposiciones Comunes

Art. 129.- El cumplimiento de las normas de vigilancia y control sanitario es obligatorio para todas las instituciones, organismos y establecimientos públicos y privados que realicen actividades de producción, importación, exportación, almacenamiento, transporte, distribución, comercialización y expendio de productos de uso y consumo humano.

Art. 130.- Los establecimientos sujetos a control sanitario para su funcionamiento deberán contar con el permiso otorgado por la autoridad sanitaria nacional. El permiso de funcionamiento tendrá vigencia de un año calendario.

Art. 131.- El cumplimiento de las normas de buenas prácticas de manufactura, almacenamiento, distribución, dispensación y farmacia, será controlado y certificado por la autoridad sanitaria nacional.

Del registro sanitario

Art. 137.- Están sujetos a registro sanitario los alimentos procesados, aditivos alimentarios, medicamentos en general, productos nutraceúticos, productos biológicos, naturales procesados de uso medicinal, medicamentos homeopáticos y productos dentales; dispositivos médicos, reactivos bioquímicos y de diagnóstico, productos higiénicos, plaguicidas para uso doméstico e industrial, fabricados en el territorio nacional o en el exterior, para su importación, exportación, comercialización, dispensación y expendio, incluidos los que se reciban en donación.

Art. 138.- La autoridad sanitaria nacional a través de su organismo competente, ARCSA, quien ejercerá sus funciones en forma desconcentrada, otorgará, suspenderá, cancelará o reinscribirá el certificado de registro sanitario, previo el cumplimiento de los trámites, requisitos y plazos señalados en esta Ley y sus reglamentos, de acuerdo a las directrices y normas emitidas por la autoridad sanitaria nacional, la misma que fijará el pago de un importe para la inscripción y reinscripción de dicho certificado de registro sanitario, cuyos valores estarán destinados al desarrollo institucional, que incluirá de manera prioritaria un programa nacional de control de calidad e inocuidad pos registro.

De los medicamentos

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. 154.- El Estado garantizará el acceso y disponibilidad de medicamentos de calidad y su uso racional, priorizando los intereses de la salud pública sobre los económicos y comerciales. Promoverá la producción, importación, comercialización, dispensación y expendio de medicamentos genéricos con énfasis en los esenciales, de conformidad con la normativa vigente en la materia. Su uso, prescripción, dispensación y expendio es obligatorio en las instituciones de salud pública.

Art. 162.- Los precios de venta al público deben estar impresos en los envases de manera que no puedan ser removidos. Se prohíbe alterar los precios o colocar etiquetas que los modifiquen.

De los Establecimientos Farmacéuticos

Art. 165.- Para fines legales y reglamentarios, son establecimientos farmacéuticos los laboratorios farmacéuticos, casas de representación de medicamentos, distribuidoras farmacéuticas, farmacias y botiquines, que se encuentran en todo el territorio nacional.

Art. 166.- Las farmacias deben atender al público mínimo doce horas diarias, ininterrumpidas y cumplir obligatoriamente los turnos establecidos por la autoridad sanitaria nacional. Requieren obligatoriamente para su funcionamiento la dirección técnica y responsabilidad de un profesional químico farmacéutico o bioquímico farmacéutico, quien brindará atención farmacéutica especializada.

Art. 167.- La receta emitida por los profesionales de la salud facultados por ley para hacerlo, debe contener obligatoriamente y en primer lugar el nombre genérico del medicamento prescrito.

Quien venda informará obligatoriamente al comprador sobre la existencia del medicamento genérico y su precio.

No se aceptarán recetas ilegibles, alteradas o en clave.

Art. 170.- Los medicamentos, para su venta deben cumplir con los siguientes requisitos:

- a) Estar debidamente identificados y etiquetados, sin alteraciones ni enmiendas;
- b) Contener en sus etiquetas el número de registro sanitario nacional, el precio de venta al público y la fecha de expiración;
- c) No estar caducados;
- d) No provenir de instituciones de servicio social, de programas sociales estatales, de donaciones o ser muestras médicas;

- e) No haber sido introducidos clandestinamente al país;
- f) No ser falsificados o adulterados; y,
- g) No tener colocados elementos sobre las etiquetas que impidan la visibilidad de la información del producto, incluidas las que contienen los precios.

Art. 172.- En las farmacias y botiquines no se podrá ofrecer o dar consulta médica, obstétrica, odontológica, aplicar tratamientos, realizar toma de muestras ni tener laboratorios clínicos.

Art. 174.- Se prohíbe a los expendedores de farmacias recomendar la utilización de medicamentos que requieran receta médica o cambiar la sustancia activa prescrita, sin la autorización escrita del prescriptor.

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.

De las Sanciones

Art. 240.- Las infracciones determinadas en esta ley se sancionarán con:

- a) Multa;
- b) Suspensión del permiso o licencia;
- c) Suspensión del ejercicio profesional;
- d) Decomiso; y,
- e) Clausura parcial, temporal o definitiva del establecimiento

correspondiente.

Autorización de apertura de Farmacia o Botiquín

Proceso orientado a solicitar a la ARCSA autorización para la apertura de una farmacia o botiquín, previa la obtención del Permiso de Funcionamiento.

Procedimiento

1. Revise el Instructivo “Autorización y permiso de funcionamiento de farmacias y botiquines privados”.
2. Llene la solicitud dirigida al Director Técnico de Buenas Prácticas y Permisos.
3. Entréguelo en Secretaría General de la Oficina Matriz o en cualquier Coordinación Zonal
4. Retire el documento 10 a 15 días laborales posteriores, en la Secretaría General.

De acuerdo a la (República del Ecuador, 2009) para obtener el permiso por primera vez del funcionamiento de un establecimiento farmacéutico se toma en cuenta los siguientes puntos y artículos del presente reglamento:

1. 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. Solicitud debidamente suscrita por el dueño o representante legal y el profesional técnico responsable, donde constarán los siguientes datos:

- Nombre del propietario o representante legal.
- Nombre, razón social o denominación del establecimiento.
- Cédula de ciudadanía del propietario o representante legal del establecimiento.
- Ubicación del establecimiento.
- Nombre del profesional químico-farmacéutico o bioquímico farmacéutico responsable;

3. Plano del local, a escala 1:50, el mismo que deberá tener un área mínima de cuarenta (40) metros cuadrados;

4. Documentos que acrediten la personería jurídica;

5. Contrato de trabajo con el químico farmacéutico o bioquímico farmacéutico, debidamente registrado de conformidad con lo establecido en el Código del Trabajo y en la normativa vigente y aplicable, emitida por el Ministerio de Relaciones Laborales;

6. Certificado ocupacional de salud del personal de la farmacia conferido por un Centro de Salud del Ministerio de Salud Pública;

7. Permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos; y,

8. Comprobante de pago del derecho por concepto de permiso de funcionamiento

Art. 13.- Los requerimientos del local, saneamiento ambiental y seguridad son los siguientes:

a) El local estará destinado exclusivamente para la farmacia y no para otra actividad o vivienda;

b) Deberá poseer luz natural y artificial suficiente y una ventilación adecuada;

c) Los pisos del local deben ser impermeables y lisos, de baldosa, vinyl u otro material que pueda lavarse, paredes de superficie lisa y adecuadamente pintadas o tratadas con material impermeabilizante;

d) El cielo raso ofrecerá una superficie lisa y limpia;

e) Deberá poseer una ventanilla para atención nocturna al público cuando deba cumplir con los turnos establecidos;

f) Instalación y aprovisionamiento de agua potable de acuerdo a las disposiciones sanitarias;

g) Batería sanitaria y lavabo de manos, convenientemente aislados del área de trabajo y en buen estado de funcionamiento;

h) Dispositivos adecuados para la eliminación de desechos, con su respectiva tapa;

- i) Ventanas protegidas con malla anti-insectos, cuando sea necesario;
- j) Instalación eléctrica indirecta o aislada, de acuerdo a lo establecido convencionalmente;
- k) Extintor de incendios; y,
- l) Rótulo con el nombre de la farmacia, y otro letrero adicional, luminoso, con la palabra TURNO, ubicado en el exterior del local y en un sitio visible.

Art. 14.- Las áreas o ambiente físico de las farmacias serán utilizadas para el propósito a que están destinados y son los siguientes:

1. Área de atención al público, debe ser de fácil acceso, con una superficie adecuada al volumen de servicio que preste, constará de:

- a) Perchas o vitrinas apropiadas y en número suficiente, para los medicamentos, rotuladas conforme corresponde a las buenas prácticas de almacenamiento;
- b) Perchas o vitrinas ubicadas en ambientes separados y debidamente rotulados para medicamentos homeopáticos y productos naturales de uso medicinal; y,
- c) Perchas o vitrinas para exhibición de cosméticos, perfumes, productos higiénicos y de tocador, separadas de las de medicamentos.

2. Áreas auxiliares integradas por las siguientes secciones:

a) Para recetario (elaboración de fórmulas magistrales), si cuenta con la autorización correspondiente para este fin, que debe disponer de los materiales que se indican en el anexo respectivo. El área de recetario debe poseer un lavabo instalado en un sitio conveniente y con el suministro necesario de agua para lavado de envases y utensilios; y,

b) Bodega para almacenamiento de productos farmacéuticos, envases y demás productos destinados al aprovisionamiento de la farmacia, que debe disponer de perchas y anaqueles para mantenerlos protegidos y clasificados debidamente.

Art. 15.- Adicionalmente a lo señalado en los artículos precedentes, toda farmacia deberá contar con:

- a) Fechador y sello con el nombre y dirección de la farmacia;
- b) Facturas y/o notas de venta legalmente autorizadas por el Servicio de Rentas Internas, SRI;
- c) Listas oficiales de precios a disposición permanente del público;
- d) Archivo de recetario. Todas las recetas antes de su archivo, deberán tener el sello de despacho y la respectiva fecha;
- e) Archivo para recetas de estupefacientes y psicotrópicos; y,
- f) Mandiles de color blanco para uso diario del personal que labora en la farmacia.

Art. 16.- Las farmacias poseerán textos de consulta profesional, leyes, reglamentos y libros de control, como los siguientes:

- Ley Orgánica de Salud y leyes conexas, Reglamento de Control y Funcionamiento de Establecimientos Farmacéuticos y más regulaciones relacionadas con las actividades de los establecimientos farmacéuticos.

- Ley de Sustancias Estupefacientes y Psicotrópicas.

Lista de sustancias estupefacientes y psicotrópicas controladas.

- Cuadro nacional de medicamentos básicos vigente.

- Lista de precios oficiales de medicamentos de laboratorios nacionales y extranjeros.

- Farmacopeas oficiales.

- Textos de farmacología.

- Diccionarios de especialidades farmacéuticas.

Para la renovación del permiso de funcionamiento anual se presentará lo descrito en el artículo 2 del presente Acuerdo Ministerial más lo siguiente:

Carné actualizado del curso de capacitación en el manejo de medicamentos dictado por la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria -ARCSA- o quien ejerza sus competencias de conformidad con lo establecido en el artículo 24 del Acuerdo Ministerial No. 813.

Excepto el código de uso del cupo para la instalación de farmacias o botiquines.

Art. 19.- Toda farmacia previa a su apertura y posterior funcionamiento deberá mantener un stock suficiente de los productos que está autorizada a comercializar,

Art. 20.- Es obligación de las farmacias formar su arsenal terapéutico integrado por medicamentos genéricos, de conformidad con el cuadro nacional de medicamentos básicos, el que deberá renovarse, con la periodicidad con que sea revisado el mencionado cuadro.

Registro de Responsables Técnicos de Farmacias y Botiquines

Proceso orientado a registrar en las bases de datos de la ARCSA a los profesionales responsables técnicos de los establecimientos farmacéuticos:

- Previo a la obtención del permiso de funcionamiento.
- Ingreso de un representante técnico.
- Cambio del representante técnico, sea por la decisión del

representante legal o renuncia del técnico.

Procedimiento:

1. El Responsable Técnico a registrarse deberá acercarse a la Coordinación Zonal respectiva de la ARCSA, con su cédula de identidad.
2. El personal técnico verificará que el título se encuentre registrado en la SENESCYT e incluirá al representante en la base de datos.

Requisitos:

Para establecimientos farmacéuticos el representante técnico debe contar con título de tercer nivel de Químicos Farmacéutico o Bioquímico Farmacéutico, y el mismo debe estar registrado en el Ministerio de Salud (MSP).

La única cuenta habilitante para el pago de permisos de funcionamiento es:

- Cuenta del ARCSA, Banco del Pacífico N°07465068.
- RUC del ARCSA: 1768169530001.

Los pagos pueden ser:

- En efectivo.
- En cheque: todos los cheques deben estar certificados.

2.02.04. Factor tecnológico

De acuerdo a (Chiavenato,2001). Comenta la tecnología es trascendental, puesto que influye en la administración, operaciones de la industria. (pág. 76)



Ilustración # 1.- Factor Tecnológico

Tecnología Utilizada

ESYST: Equipos, Suministros y Equipo técnico.



Ilustración # 2.- Factor Tecnológico ESYST



Ilustración # 3.- Factor tecnológico Sistema Administrativo



Aries PLUS ¡ la mejor solución!

Restaurantes, Panaderías, Bares, Comida Rápida

- . Agilita la elaboración de su pedido, mientras realiza la factura.
- . Controla la producción de sus recetas.
- . Incrementa su mercado, vendiendo y atendiendo a domicilio.

Boutiques de Ropa y Calzado, Centros de Estética

- . Organiza sus productos por tallas, colores, marcas, etc...
- . Maneja tarjetas de descuento y afiliación para clientes.

Supermercados, Farmacias, Ferreterías, Papelerías

- . Maneja productos a consignación.
- . Controla la distribución al por mayor.
- . Controla el origen y destino de su mercadería

Hosterías, Moteles, Balnearios

- . Maneja cuentas abiertas, habitaciones simultáneamente

Ilustración # 4.- Factor tecnológico farmacias

Aries plus:

Software Administrativo, contable y de facturación para supermercados, farmacias, ferreterías, papelerías.

- 1.- Maneja productos a consignación.
- 2.- Controla la distribución al por mayor.
- 3.- Controla el origen y destino de su mercadería.
- 4.- Inventarios.

Costo total del Sistema Administrativo: 2400



MICROENTORNO

2.02. ENTORNO LOCAL

El entorno local muestra todos los criterios a tomar a cabo como objetivos.

2.02.01. Cliente

De acuerdo a (Chiavenato, 2001). Comenta los usuarios son los consumidores de los productos o servicios de la empresa. (pág. 78).

2.02.02. Proveedores

De acuerdo a (Chiavenato, 2001). Comenta que los proveedores, suministran de los insumos necesarios para las operaciones de la industria. (pág. 79)

2.02.03. Competidores

De acuerdo a (Chiavenato, 2001). Comenta el mercado de competidores, está conformado por industrias que compiten entre sí por los mismos recursos y nichos de mercado. (pág. 79)

2.02.04. Las 5 Fuerzas de Porter



Ilustración # 5.- Cinco fuerzas de Porter

2.02.04.01. Rivalidad entre competidores existentes

La realidad que presenta el mercado farmacéutico, es apretada por las distintas cadenas de farmacia, existentes entre ellas encontramos Fybeca, Sana Sana, Pharmacys, Cruz Azul, Económicas. Etc.

2.02.04.02. Competencia

Se toma en consideración todo establecimiento, que ofrezca el mismo servicio y o producto.

En el Barrio Santo Domingo Alto no existen establecimientos que cumplan con la misma función de una farmacia. Sin embargo, tomaremos en cuenta las de mayor cercanía.

a) FARMACIA ECONOMICAS

Esta es una farmacia de cadena y se encuentra situada en centro de la parroquia, cuenta con algunos años en el mercado.



Ilustración # 6.- Farmacias Económicas

b) FARMACIAS SANA SANA

Esta es una franquicia de auto servicio, una de las primeras farmacias de San Antonio de Pichincha, Y presenta una gran influencia ya que es muy competitiva, cuenta con un stock muy variado y se considera uno de los principales competidores.



Ilustración # 7.- Farmacias Sana Sana

Análisis

Actualmente la Farmacia no tiene competencia, representando una oportunidad para posicionándose en el mercado rápidamente, para lo cual se creará estrategias de ventas para diferenciarnos y mantenernos en el mercado generando una buena rentabilidad.

2.02.04.03. Amenaza de entrada de nuevos competidores

La amenaza de entrada de nuevos competidores es una de las principales amenazas para los establecimientos farmacéuticos, puesto que es una zona de alto crecimiento inmobiliario, y los sitios estratégicos para la implementación de un nuevo establecimiento farmacéutico crecen.

Análisis

En el Barrio Santo domingo alto no existe una farmacia, lo cual representa una oportunidad para el crecimiento de la farmacia.

2.02.04.04 Amenaza de ingreso de productos sustitutos.

Se entiende por productos sustitutos, a todo bien o servicio, que satisfaga las mismas necesidades ofrecidas por las farmacias, velar por el bienestar de la población, siendo estas,

Medicina de conocimiento ancestral de preparación casera (infusiones de planta, leguminosas, así como el preparado de empasta), farmacias naturistas, Yoga, acupuntura. Etc. Es una potencial para lo cual se veden generar estrategias.



Ilustración # 8.- Competidores

Análisis

En la actualidad los laboratorios tienen en el mercado diferentes productos sustitutos, lo cual no representa una amenaza para la farmacia ya estará dotada de una gran variedad de productos farmacéuticos de origen natural.

2.02.04.05 Poder de negociación de los proveedores

Análisis

Este es uno de los puntos que representa una fortaleza ya que el establecimiento al no ser una franquicia esta cuenta con la comunicación abierta de proveedores.

PROVEEDORES
GRUNENTAL
BAYER S.A
DIFARE S.A
ECUAQUIMICA
GENFAR S.A
LA SANTE
MERCK
NIFA
LIFE

Elaborado por. - Carlos flores

2.02.04.06. Poder de negociación de los consumidores

Análisis

Este punto se encuentra determinado por el Ministerio de Salud el cual establece los precios los mismos que son cargados de forma directa al banco de datos de la farmacia.

2.03. ANALISIS INTERNO

2.03.01. Propuesta estratégica

Nuestro compromiso es contribuir con Plan Nacional del Buen Vivir, mejorando la salud de los ecuatorianos, brindando atención de calidad y una dispensación coherente a cada uno de nuestros clientes.

Cuadro # 1.- Propuestas estratégicas

Propuesta	Estrategia
Atención al cliente	Brindar atención personalizada, como valor agregado a cada uno de nuestros clientes ofreciendo los mejores productos y servicios, dispensación de calidad alcanzando siempre la plena satisfacción de nuestros clientes.
Servicios	Proporcionar a nuestra clientela de los mejores servicios para su comodidad y al alcance de su horario, ayudándoles de esta manera administrar su tiempo, con la implementación de Banco del Barrio (pagos de servicios básicos), recargas electrónicas, datafas (Pagos con tarjeta de crédito)
Ofertas	Para cumplir con nuestro objetivo se ofreceremos ofertas semanales, de nuestros productos y servicios (medicamentos, cuidado personal, aseo, etc.), para la satisfacción de nuestros clientes
Merchandising	Desarrollado en el punto pago, para darle vida y realzar el nombre de la farmacia e incrementar las ventas de los productos y servicios, fidelizando y siendo la primera opción de compra.

Fuente. - Elaboración propia

Elaborado por. - Carlos Flores

2.03.01.01. Misión

Somos una empresa dedicada, al mantenimiento y recuperación de la salud y bienestar de la ciudadanía, brindando servicios de calidad, siendo nuestra promesa de crecimiento personal, la satisfacción total de la población.

2.03.03.02. Visión

Lograr excelencia y liderazgo dentro de 3 años, en el expendio y comercialización de bienes y servicios, Farmacéuticos ayudando una mejor calidad de vida y bienestar de la población, con un sistema integrado de gestión, logrando el crecimiento de nuestra empresa.

2.03.01.03 Objetivos

Ser una organización líder en el mercado brindando el mejor servicio, con estándares de calidad.

2.03.01.03.01 Objetivos General

Verificar la viabilidad técnica, económica, y financiera para la Creación de una Farmacia de auto servicio en el Barrio Santo Domingo Alto Distrito Metropolitano de Quito.

2.03.01.03.02 Objetivos Específicos

- 1.- Determinar el comportamiento de la demanda y oferta en el Barrio Santo Domingo Alto.
- 2.- Efectuar un estudio técnico para identificar el tamaño de la localización del proyecto.
- 3.- Demostrar el costo beneficio del proyecto.

2.03.01.04. Principios y o Valores

Valores Institucionales

1.- Ética.

Fomentando un carácter deontológico para brindar una atención de calidad.

2.- Moral.

Formar actitudes y cualidades que atribuyan un valor agregado, e influyan positivamente en la identidad de la empresa.



3.- Integridad.

Actuar en todo momento con rectitud y pureza, actuando siempre con honestidad, sinceridad, y justicia.

4.- Confianza.

Siendo honesto con nuestros clientes y logrando seguridad y confianza.

5.- Orientación Al cliente.

Anticipándonos a las necesidades y urgencias de nuestros clientes, generando experiencias de vida, superando cada día las expectativas.

6.- Trabajo en equipo.

Buscando siempre la armonía y la calidad de trabajo, teniendo en cuenta las metas personales con los intereses del equipo.

7.- Orientación a la acción.

Retroalimentar con información útil, para dar solución inmediata a los problemas dentro de los puestos de trabajo

Políticas

1.- Proporcionar a cada uno de nuestros clientes, soluciones prácticas, de acuerdo a sus necesidades.

2.- Dispensar con eficiencia y eficacia, a cada uno de nuestros clientes.

3.- Evitar cualquier tipo de confrontación con los clientes y proveedores, brindando respeto, confianza y amabilidad en todo momento, en todo momento.

2.03.02. Gestión Administrativa

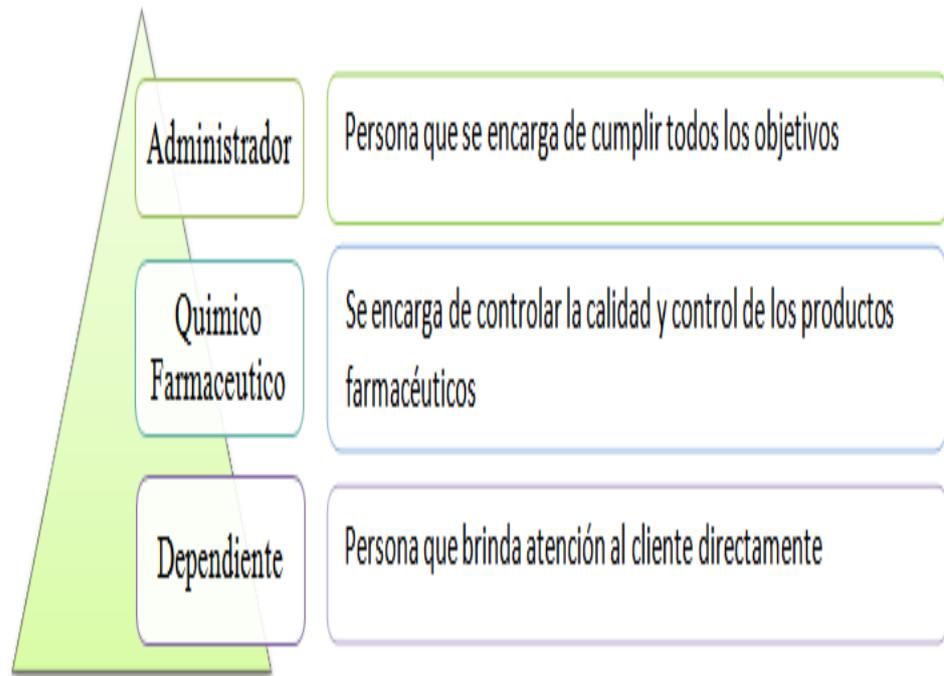


Ilustración # 9.- Gestión Administrativa

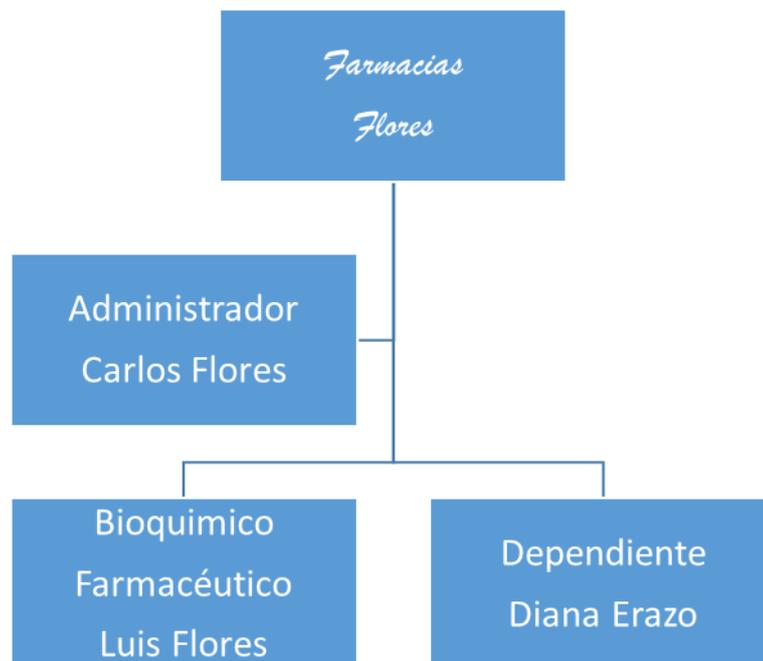


Figura # 1.- Organigrama Institucional

Fuente. - Elaboración propia

Elaborado por. - Carlos Flores

Administrador

Es el encargado de generar, dirigir, controlar, evaluar y desarrollar toda actividad, a realizarse dentro de la farmacia, con el objetivo de alcázar las metas propuestas.

Perfil Profesional:

Licenciado en Administración de empresas.

Economista.

Tecnología en administración de Boticas y Farmacias

Tecnología en administración de empresas o afines.

Funciones a realizar

Planear. - Debe generar estrategias para el logro de objetivos y metas de la farmacia.

Organizar. – Implementar, desarrollar toda diligencia, delegar a la persona para ejecutar la actividad.

Dirigir. – Desarrollar los lineamientos para la ejecución y desarrollo de toda actividad con orden, eficiencia y eficacia, cumpliendo con las políticas y valores institucionales para el logro de objetivos.

Controlar. - Verificar que el trabajo se desarrolle con eficiencia y eficacia, cumpliendo con los estándares requeridos en los tiempos determinados.

Bioquímico Farmacéutico

Es el profesional encargado de garantizar la calidad, inocuidad, presentación, de los productos farmacéuticos (medicinas) y el seguimiento de los medicamentos controlados, cumplir con las disposiciones del Ministerio de Salud Pública, como son los estupefacientes y Psicotrópicos, así como el seguimiento de recetas especiales.

- **Perfil**
- **Bioquímico**
- **Bioquímico Farmacéutico**

Funciones

- 1.- Encargado del cumplimiento normas sanitarias del establecimiento.
- 2.- Responsable de garantizar el origen de todo producto farmacéutico, así como de la debida documentación y registro.
- 3.- Realizar auditorías de los medicamentos en percha, y en bodega para garantizar su debida conservación, y las buenas prácticas de almacenamiento.
- 4.- Coordinar y delegar el número de perchas a controlar las fechas de los medicamentos para su debida devolución dentro de los plazos establecidos por cada proveedor.

Dependiente de farmacia

Es el responsable de la dispensación en el punto de venta, brindándole confianza en todo momento, desarrollando sobreventa.

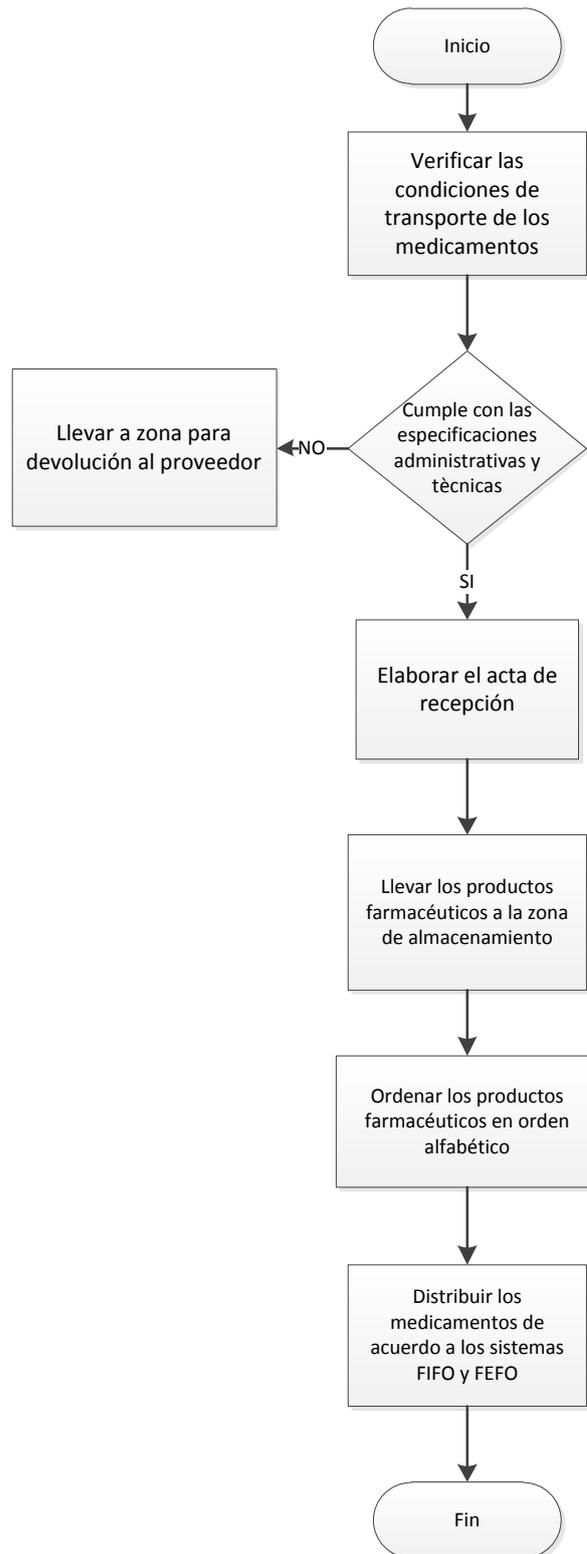
- **Perfil**
- **Bachiller Químico o Unificado**
- **Tecnólogo en Administración de Boticas y Farmacias o Afines**

Funciones:

- 1.- Encargado de atención personalizada al usuario, dispensando toda receta médica debidamente controlada y garantizando su origen.
- 2.- Perchar los medicamentos según el sistema establecido (lo primero que ingresa lo primero que sale)
- 3.- Limpieza de góndolas y perchas.
- 4.- Informar de los faltantes de medicamentos e insumos.
- 5.- Recepción de medicamentos, insumos, productos de cuidado personal, OTC, verificando cantidades, presentación y fechas de caducidad con las guías de remisión.
- 6.- Cumplir con las normas de Buenas Practicas farmacia.
- 7.- Realizar informes diarios de toda sugerencia dada al establecimiento
- 8.- Orientación a la mejora continúa

2.03.03. Gestión operativa

La identidad corporativa de la farmacia, se logra cumpliendo en todo momento con el protocolo de actividades, puesto que son estas la que determinan el cumplimiento de la calidad establecida.



2.03.04. Gestión comercial

Nombre de la farmacia

Farmacias Flores

Isotipo



Slogan

A la vanguardia en el cuidado de la salud de los ecuatorianos

Estrategia comercial

Para el crecimiento de Farmacias Flores, se utilizará la estrategia de las 8P del Marketing de Servicios según Philip Kotler.

Según (Kotler, 2009) hace referencia a estos 8 pasos para la creación de estrategias, para la elaboración de un marketing mix efectivo, aun cuando en la actualidad son 4P. (pág. 22)

El Producto

Según (Kotler, 2009) Los productos son la medula de las estrategias del marketing mix, para una empresa, ya que una mala imagen de un producto no llegara a la mente de los consumidores. (pág. 23)

Análisis

La farmacia al ser una empresa que presta servicios, brindara experiencias en el punto de venta, resaltando nuestra identidad corporativa, con una atención y dispensación diferenciada y personalizada.

Plaza

De acuerdo a (Kotler, 2009) manifiesta que la entrega de los bienes, implica verificar el lugar y los canales que se emplearan, para su transmisión. (pág. 23)

Análisis

Para la farmacia se creará una página web utilizando el canal digital, donde se darán a conocer los servicios prestados, promociones y regalos, para nuestros usuarios, y en el punto de venta se brindará un servicio de calidad al tener un contacto directo con el usuario fidelizándolos.

Precio

Según (Kotler,2009) este debe ser planificada de manera estratégica, ya que el posicionamiento de nuestro producto o servicio dependerá de este. (pág.24)

Análisis

Los precios de los productos farmacéuticos, están determinados por el Gobierno de la república del Ecuador, no obstante, con una buena estrategia de compras al por mayor se puede lograr descuentos los cuales nos permitirán una mayor competencia en el mercado para satisfacer las necesidades de los usuarios y al cuidado de su economía como valor agregado.

Promoción

Según (Kotler, 2009) da referencia a los tipos de canales que se emplearan para dar a conocer nuestro producto o servicio, como son redes sociales, publicidad, marketing digital. (pág. 25).

Análisis

Los canales que se emplearan para comodidad de nuestros usuarios, son las redes sociales ya que hoy en día todo se mueve por la web, (contamos con una página de Facebook, wasapee para la farmaci), en publicidad tendremos regalos especiales para nuestros clientes para fidelizarlos.



Ilustración # 10.- Vaso, Esfero, toalla accesorios.

Proceso

De acuerdo a (Kotler, 2009) los cuidados de los procesos productivos son de vital importancia ya que, si generamos valor agregado a nuestro producto o servicio, desde su elaboración rentabilizamos las ganancias y nos posicionamos en el mercado. (pág. 25)

Análisis

Como estrategia de la empresa, será la implementación de un protocolo de atención al cliente personalizado, y con atención las 24 horas del día, con un servicio de entrega puerta a puerta de esta manera fidelizaremos a nuestros clientes.

Entorno Físico

(Kotler, 2009) Indica que el entorno físico es muy importante, se debe cuidar al máximo la apariencia ya que genera un fuerte impacto de atracción en los usuarios. (pág. 25)

Análisis

Se trabaja con una estrategia de marketing mix, para aprovechar todos los rincones del local, y brindar al cliente una sensación de comodidad.

Personal

Según (Kotler, 2009) enuncia el personal son de gran importancia ya que generan un valor estratégico, al motivarlos en conjunto con la misión, visión y valores de nuestra empresa, estos serán generadores de valor, brindado experiencias que sean de satisfacción para nuestros usuarios. (pág. 52)

Análisis

Con capacitaciones constantes, y retroalimentaciones diarias, de atención al usuario, en conjunto con incentivos, a nuestros colaboradores, los motivaremos a generar experiencias a nuestros clientes en el punto de venta.

Productividad

Según (Kotler, 2009) comenta que una alianza estratégica, nos ayuda a tener mayores y mejores resultados en menos tiempo. (pág. 25)

Análisis

Las alianzas con los proveedores generaran una mejor y mayor rentabilidad en la farmacia, con lo cual reduciremos costos, para satisfacción de nuestros clientes, con un valor agregado de precios bajos y promociones.

2.04 ANÁLISIS FODA

Es una técnica que utilizamos para la recolección de información interna y externa de la farmacia.

1.- Fortalezas. - Son los puntos fuertes con los que cuenta la farmacia.

2.- Oportunidades. – Son factores externos, de los cuales podemos aprovechar.

3.- Debilidades. – Son las partes menos fuertes de la farmacia y debemos estudiarlas para convertirlas en oportunidades.

4.- Amenazas. - Son las de mayor cuidado, ya que si nos descuidamos podemos perder nuestro nicho de mercado, la competencia es ahí donde atacara.

En la farmacia se emplearán un conjunto de estrategias, para masificar las fortalezas y oportunidades, de esta manera contrarrestaremos nuestras debilidades y amenazas de manera eficiente.

Análisis FODA

Cuadro # 2.- Análisis FODA

Análisis FODA	
Fortalezas	Debilidades
1.- Capacitación constante a los empleados 2.- Evaluaciones constantes a los empleados 3.- Servicio y productos de calidad y personalizado 4.- Afluencia de usuarios 5.- Enfoque a la mejora continua	1.-Falta de espacio en la bodega 2.-Falta de actualización contante del sistema operativo.
Oportunidades	Amenazas
1.- Plusvalía en crecimiento 2.- Cadena de valor 3.- Servicio puerta a puerta 4.- Productos de bajo precio	1.- Recesión económica 2.- Pago de impuestos altos 3.- Entrada de productos sustitutos

Fuente. - Elaboración propia

Elaborado por. - Carlos Flores

Matriz MEFE

Cuadro # 3.- Matriz MEFE

Factor Analizado Fortalezas	Peso	Calificación	Ponderación
1.- Capacitación constante a los empleados	0.3	5	1.5
2.- Evaluaciones constantes a los empleados	0.2	4	0.8
3.- Servicio y productos de calidad y personalizado	0.3	3	0.9
4.- Afluencia de usuarios	0.4	5	2
5.- Enfoque a la mejora continua	0.3	3	0.9
		Total	6.1
Factor Analizado Debilidades			
1.-Falta de espacio en la bodega	0.1	2	0.2
2.-Errores en la dispensación			
3.- Falta de actualización contante del sistema operativo	0.2	3	0.6
	0.1	2	0.2
		Total	1

Fuente. – Elaboración propia

Elaborado por. – Carlos Flores

Análisis

De acuerdo con los datos arrojados por la matriz las fortalezas superan a las debilidades, por 5.1% por lo que se recomienda aprovechar las fortalezas para reducir las debilidades.

Matriz MEFI

Cuadro # 4.- Matriz MEFI

Factor Analizado Oportunidades	Peso	Calificación	Ponderación
1.- Plusvalía en crecimiento	0.6	2	1.2
2.- Cadena de valor	0.9	5	4.5
3.- Servicio puerta a puerta	0.5	3	1.5
4.- Productos de bajo precio	0.9	4	3.6
Total			10.8
Factor Analizado Amenazas	Peso	Calificación	Ponderación
1.- Recesión económica	0.8	4	3.2
2.- Pago de impuestos altos	0.10	4	0.4
3.- Entrada de productos sustitutos	0.7	3	2.1
Total			5.7

Fuente. - Elaboración propia

Elaborado por. – Carlos Flores

Análisis

De acuerdo con los datos arrojados por la matriz MEFI las oportunidades superan con 5.1% a las amenazas, cabe resal que a pesar de los resultados toda amenaza, por medio de estrategias se deben convertir en oportunidades.

Capítulo III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.01 ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR

POBLACIÓN

La población de la parroquia de San Antonio De Pichincha, es de 29220 Personas las mismas que serán sujetas a estudio.

Sector San Antonio de Pichincha: 29220

Familia: 4

PEA: 48%

Posibles consumidores: 7305 personas

Tabla # 9.- Población de San Antonio Pichincha

Población de San	Antonio de	Pichincha
# de habitantes del sector	Miembros por familia	Total de familias
29220	4	7305

Fuente. - INEC

Elaborado por. – Carlos Flores

3.01.01. Determinación de la población y muestra

MUESTRA

La muestra es una porción de una población, a los cuales se les practicara una encuesta, con la única finalidad de obtener información.

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{e^2 (N-1) + Z^2 * P * Q}$$

Descripción de cada una de las variables:

K= muestra el nivel de confianza, lo que provocara la fidelidad del estudio.

P= determinara el nivel de éxito del trabajo

Q= es el nivel de fracaso al que se arriesga nuestro trabajo

N=es la población del sector

E=establece el error maestro es decir el aceptable entre la muestra y la población.

Cálculo de la muestra

Tabla 25: Muestra

Tabla # 10. - Muestra

Variable	Valor
K	1.96
P	0.50
Q	0.50
N	7305
E	0.05

Fuente. – Encuesta

Elaborado por. – Carlos Flores

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

$$(1,96)^2 * 0.50 * 0.50 * 7305 / (0,05)^2 * (7305 - 1) + (1,96)^2 * 0.50 * 0.50$$

$$(3.8416) * (0.25) * 7305 / (0.0025) * (7304) + (3.8416) * (0.25)$$

$$(0.9604) * 7305 / (21.8725) + (0.9604)$$

$$7015.722 / 22.8329 = 307.2637$$

n = 307 Encuestas

Por medio de la muestra se determina que se deben realizar 307 encuestas,

3.01.02. Técnicas de obtención de información

De acuerdo a (Herrera & Medina, 2004). Comenta la encuesta es un herramienta y técnica para la recopilación de información en la cual los encuestados responden a una serie de preguntas por escrito. (pág. 120)

La recopilación de la información se obtendrá por medio de la encuesta, la cual consta de una serie de preguntas, con las cuales recopilará la mayor cantidad de información.

3.01.03. análisis de la información

Según (Herrera & Medina, 2004) comenta la información obtenida se debe tabular y mediante un análisis crítico. (pág. 125).

Tabulación de datos

1. ¿A qué farmacia frecuenta usted a realizar sus compras?

Cuadro # 5.

Pregunta número 1

1. ¿A qué farmacia frecuenta usted a realizar sus compras?		
Pregunta #1	# de Encuestas	%
Farmacia Milfarma	60	12,55
Farmacias Sana Sana	210	43,93
Farmacias Economicas	128	26,78
Farmacias Cardenas	80	16,74
Total	478	100

Fuente. – Encuesta

Elaborado por. – Carlos Flores



Figura # 2. – Gráfico de pastel pregunta 1

Fuente. – Encuesta

Elaborado por. - Carlos Flores

Análisis

Por medio de la encuesta se logró determinar que el 43.93% de la población consume en Farmacias SANA SANA, convirtiéndose en el principal competidor para lo cual se tendrá que generar estrategias de fidelización de clientes, para ser su primera opción de compra de medicamentos.

2. ¿Con qué frecuencia realiza usted sus compras?

Cuadro # 6.

Cuadro pregunta 2

2. ¿Con qué frecuencia realiza usted sus compras ?		
Pregunta # 2	# de Encuesta	%
Diariamente	60	12,58
Semanalmente	90	18,97
Quincenalmente	120	25,26
Mensualmente	205	43,19
Total	475	100

Fuente. – Encuesta

Elaborado por. - Carlos Flores



Figura # 3. – Gráfico de pastel pregunta 2

Fuente. – Encuesta

Elaborado por. - Carlos Flores

Análisis

El 43.19% presenta un consumo promedio mensual medicamentos, lo que representa una buena alternativa al momento de la implementación de la farmacia, ya que al presentarse la farmacia bien abastecida se podrá atraer clientes, así como ganar su confianza.

3. ¿De la siguiente lista escoja una opción por la cual usted prefiere esa farmacia?

Cuadro # 6.

Cuadro pregunta 3

3. ¿De la siguiente lista escoja una opción por la cual usted prefiere esa farmacia?		
Pregunta # 3	# de Encuesta	%
Buen servicio	105	22,11
Stock Suficiente	115	24,22
Cercanía	135	28,42
Confianza	120	25,25
Total	475	100

Fuente. – Encuesta

Elaborado por. - Carlos Flores



Figura # 4. – Gráfico de pastel pregunta 3

Fuente. – Encuesta

Elaborado por. - Carlos Flores

Análisis

El 97.47% de la población acepta la implementación de una farmacia de autoservicio en el barrio, lo que representa una oportunidad para el futuro crecimiento de la misma en el barrio.

5. ¿Usualmente usted paga sus medicamentos?

Cuadro # 8.

Cuadro pregunta 5

5. ¿Usualmente usted paga sus medicamentos?		
Pregunta # 5	# de Encuestas	%
En efectivo	333	70,11
Con tarjeta de crédito	142	29,89
Total	475	100

Fuente. – Encuesta

Elaborado por. - Carlos Flores



Figura # 6. – Gráfico de pastel pregunta 5

Fuente. – Encuesta

Elaborado por. - Carlos Flores

Análisis

Se calculó que el 70.11% de la población tiene preferencia a pagar los medicamentos de contado, y el 29.89% prefiere pagar los medicamentos con tarjeta de crédito o débito, lo que permite poder satisfacer todas las necesidades del usuario.

6. ¿Cuál es su promedio de consumo mensual en un establecimiento farmacéutico?

Cuadro # 9.

Cuadro pregunta 6

¿Cuál es su promedio de consumo mensual en un establecimiento farmacéutico?		
Pregunta # 6	# de Encuestas	%
1-15 dólares	80	16,84
16-25 dólares	105	22,11
26-35 dólares	114	24
35-45 dólares	176	37,05
Total	475	100

Fuente. – Encuesta

Elaborado por. - Carlos Flores



Figura # 7. – gráfico de pastel pregunta 6

Fuente. – Encuesta

Elaborado por. - Carlos Flores

Análisis

El 61.68% de los habitantes del barrio Santo Domingo Alto se auto médica, por lo tanto, representa una gran oportunidad, ya que se podrá implementar un programa en el punto de venta sobre la automedicación a la población, logrando una concientización al usuario.

8.- ¿Qué tipo de medicamento es de su preferencia?

Cuadro # 11.
Pregunta 8

8.- ¿Qué tipo de medicamento es de su preferencia?		
Pregunta # 8	# de Encuestas	%
Medicamentos naturistas	128	26,95
Medicamentos de marca	157	33,05
Medicamentos Genericos	190	40
Total	475	100

Fuente. – Encuesta
Elaborado por. - Carlos Flores



Figura # 9. – Gráfico de pastel pregunta 8
Fuente. – Encuesta
Elaborado por. - Carlos Flores

Análisis

De acuerdo a la encuesta el 40% de la población tiene preferencia por los medicamentos de marca, y el 33.05% prefiere los medicamentos genéricos, 26.96% tiene preferencia por los productos naturistas por lo tanto la farmacia debe tener un abastecimiento de todo tipo de medicamento para la satisfacción del usuario.

9.- ¿cree usted que es necesario un servicio de medicamentos a domicilio?

Cuadro # 12.

Pregunta 9

9.- ¿cree usted que es necesario un servicio de medicamentos a domicilio?		
Pregunta # 9	# de encuestas	%
Si	247	52
No	228	48
Total	475	100

Fuente. – Encuesta

Elaborado por. - Carlos Flores

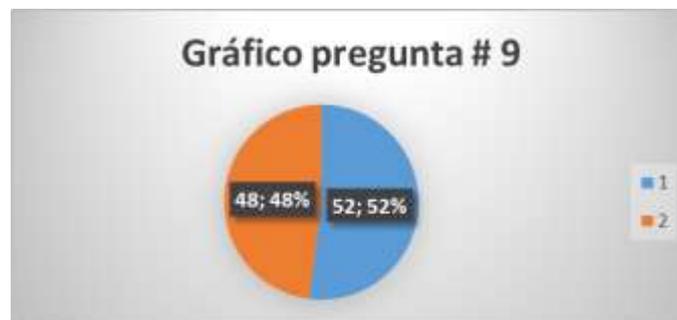


Figura # 10. – Gráfico de pastel pregunta 9

Fuente. – Encuesta

Elaborado por. - Carlos Flores

Análisis

El 52% de los habitantes del barrio Santo Domingo Alto le gustaría tener un servicio de entrega a domicilio, por lo tanto, representa una gran oportunidad, ya que se podrá fidelizar al usuario.

10. ¿Qué horario de atención le gustaría?

Cuadro # 13.

Pregunta 10

10.- ¿Qué horario de atención le gustaría?		
Pregunta # 10	# de encuestas	%
24 horas	343	72,21
12 horas	132	27,79
Total	475	100

Fuente. – Encuesta

Elaborado por. - Carlos Flores



Figura # 11. – Gráfico de pastel pregunta 10

Fuente. – Encuesta

Elaborado por. - Carlos Flores

Análisis

El 72.21% de los habitantes prefieren una atención de 24h, mientras el 27.79% le gustaría un horario de 12h, siendo una oportunidad para la farmacia, puesto que se creará un horario de atención continuo para toda la población, al momento de necesitar medicamentos.

3.02. OFERTA

Según (Baca, 2001) comenta la oferta es la cantidad de bienes o servicios que los ofertantes brindarán al mercado. (pág. 41)

3.02.01. Oferta histórica

Tabla 11.
Oferta Histórica

	PIB	Oferta histórica
2011	1,89%	\$ 232.627,62
2012	1,90%	\$ 237.108,98
2013	1,70%	\$ 241.701,30
2014	2,75%	\$ 245.881,28
2015	2,78%	\$ 252.834,22

Fuente: BCE
Elaborado por: Carlos Flores

3.02.02. Oferta actual

Tabla 12. Oferta Actual

	Oferta diaria	Oferta semanal	Oferta mensual	Oferta anual
Farmacias Economicas	\$ 300,00	\$ 2.100,00	\$ 8.400,00	\$ 100.800,00
Farmacias Sana Sana	\$ 324,00	\$ 2.268,00	\$ 9.072,00	\$ 108.864,00
Farmacias Cadena	\$ 150,00	\$ 1.050,00	\$ 4.200,00	\$ 50.400,00
OFERTA ACTUAL	\$ 774,00	\$ 5.418,00	\$ 21.672,00	\$ 260.064,00

Fuente: BCE
Elaborado por: Carlos Flores

3.02.03. Oferta proyectada

3.03 PRODUCTOS SUSTITUTOS

3.02.01. Oferta histórica

Tabla 13. Oferta histórica Productos Sustitutos

	PIB	Oferta histórica
2011	1,89%	\$ 60.110,49
2012	1,90%	\$ 61.268,46
2013	1,70%	\$ 62.455,11
2014	2,75%	\$ 63.535,21
2015	2,78%	\$ 65.331,84

Fuente: Elaboración Propia

Elaborado por: Carlos Flores

3.02.02. Oferta actual

Tabla 14. Oferta Actual Productos Sustitutos

	Oferta diaria	Oferta semanal	Oferta mensual	Oferta anual
Nature's Garden	\$ 200,00	\$ 1.400,00	\$ 5.600,00	\$ 67.200,00
OFERTA ACTUAL	\$ 200,00	\$ 1.400,00	\$ 5.600,00	\$ 67.200,00

Fuente: Elaboración Propia

Elaborado por: Carlos Flores

3.02.03. oferta proyectada

Tabla 15. Oferta Proyectada Productos Sustitutos

	PIB	Oferta proyectada
2017	2,20%	\$ 68.678,40
2018	2,20%	\$ 70.189,32
2019	2,20%	\$ 71.733,49
2020	2,20%	\$ 73.311,63
2021	2,20%	\$ 74.924,49

Fuente: Elaboración Propia

Elaborado por: Carlos Flores

3.04 DEMANDA

De acuerdo (Parkin,2007) comenta la demanda es proporcional con el precio de un bien o servicio. (pág. 62)

3.04.01. Demanda histórica

Tabla 16. Demanda Histórica

	Inflación	Población	Total	Demanda histórica
2011	5,41%	1,44%	6,85%	\$ 328.990,06
2012	4,16%	1,42%	5,58%	\$ 351.525,88
2013	2,70%	1,40%	4,10%	\$ 371.141,02
2014	3,67%	1,37%	5,04%	\$ 386.357,80
2015	3,38%	1,59%	4,97%	\$ 405.830,24

Fuente: Elaboración Propia

Elaborado por: Carlos Flores

3.04.02. Demanda actual

Demanda actual

$N = 4000/4 = 1000$

Consumo promedio por familia = 35,5

Cálculo: $35,5 * 12 = 426$

Demanda anual = $426 * 1000 = 426000$

3.04.03. Demanda proyectada

Tabla 17. Demanda Proyectada

	Inflación	Población		Demanda proyectada
2017	5,41%	1,44%	6,85%	\$ 448.612,08
2018	4,16%	1,42%	5,58%	\$ 472.424,41
2019	2,70%	1,40%	4,10%	\$ 497.500,70
2020	3,67%	1,37%	5,04%	\$ 523.908,03
2021	3,38%	1,59%	4,97%	\$ 551.717,07

Total

26,54%

$m = 5,308/100$

$m = 0,05308$

Fuente: Elaboración Propia

Elaborado por: Carlos Flores

3.5. BALANCE OFERTA-DEMANDA

3.05.01. Balance actual

Tabla 18. Balance Actual

	Oferta - Demanda		Total	78.36%
2016	\$ 260.064,00	\$ 426.000,00	\$ (165.936,00)	\$ (130.027,45)

Fuente: Elaboración Propia

Elaborado por: Carlos Flores

3.05.02. Balance proyectado

Tabla 19. Balance Proyectado

Años	Oferta – Demanda		Total	98,5%
2017	\$ 265.785,41	\$ 448.612,08	\$ (182.826,67)	\$ (143.262,98)
2018	\$ 271.632,69	\$ 472.424,41	\$ (200.791,72)	\$ (157.340,39)
2019	\$ 277.608,61	\$ 497.500,70	\$ (219.892,09)	\$ (172.307,44)
2020	\$ 283.716,00	\$ 523.908,03	\$ (240.192,03)	\$ (188.214,47)
2021	\$ 289.957,75	\$ 551.717,07	\$ (261.759,32)	\$ (205.114,60)

Fuente: Elaboración Propia

Elaborado por: Carlos Flores

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.01. TAMAÑO DEL PROYECTO

Sierra Bravo destaca. El estudio de tamaño consiste en definir cuál es el mejor nivel de producción para el cual debe ser diseñada la empresa (pág. 2).

4.01.01. Capacidad instalada

Sierra Bravo destaca. Viene a ser la totalidad de productos que se pueden elaborar con los recursos tecnológicos que se poseen. Representa el 100% de la capacidad de la empresa (pág. 3).

4.01.02. Capacidad óptima

Según (Baca, 2010) destaca la capacidad óptima es considerada cuando se obtiene la mayor rentabilidad económica. (pág. 2)

4.02. LOCALIZACIÓN

Según (Sierra Bravo, 2010) destaca la mejor localización será la que permita aumentar la producción y al mismo tiempo reducir los costos necesarios a esta producción, maximizando por tanto los beneficios del proyecto. (pág. 3).

Los factores que gobiernan comúnmente la determinación de localización de empresas son:

- Localización de la materia prima o proveedores.
- Disponibilidad de mano de obra.
- Clima, factores topográficos.
- Localización del mercado.
- Condiciones de vida, leyes y reglamentos, incentivos.
- Estructura tributaria.
- Servicios básicos.

4.02.01. Macro localización

La farmacia estará ubicada en la provincia de Pichincha, en la ciudad de Quito en la Parroquia de San Antonio de Pichincha el sector no existe una farmacia por tal motivo esto representa una oportunidad para el establecimiento, ya que al conseguir posicionamiento en el mercado es algo posible.

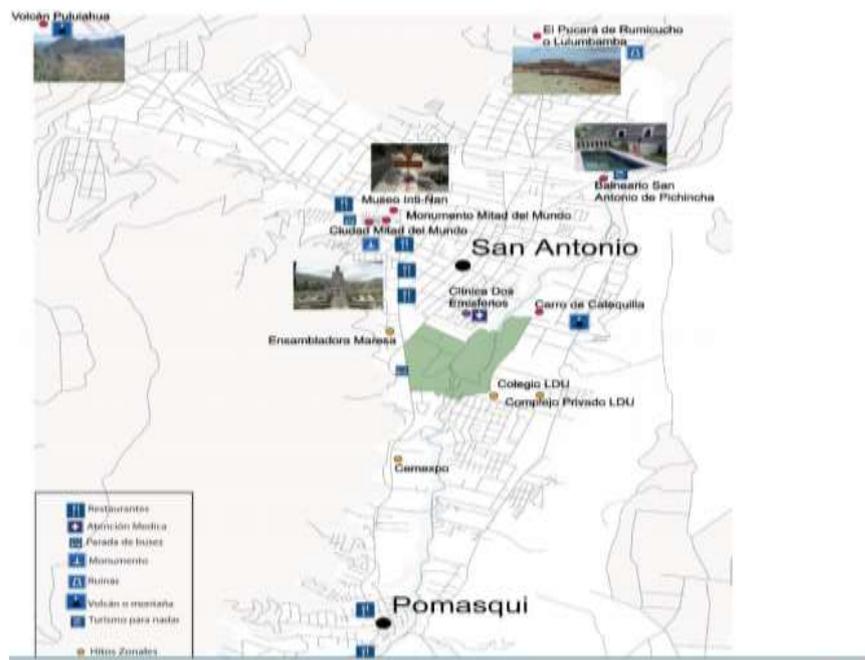


Gráfico 16: Macro localización

Fuente: www.google.es/earth/index.html

4.02.02. Micro localización

La farmacia estará ubicada en la Parroquia de San Antonio de Pichincha, en el Barrio Santo Domingo Alto en el pasaje San Rafael y Calle Padre Rumi.



Gráfico 17: Micro localización

Fuente: www.google.es/earth/index.html

4.02.03. localización óptima

La localización óptima es la que nos permitirá obtener la mayor rentabilidad y conseguir los precios unitarios más bajos esta es uno de los puntos de mayor relevancia en el estudio de mercado puesto que de este dependerá la factibilidad del proyecto. Es así como este establecimiento se ubica en el Barrio Santo Domingo Alto Pasaje San José y Calle Padre Rumi sector Mitad del Mundo.

Tabla # 16.- Localización Optima

Ponderación	A	B	C
1/10	Santo Domingo	Barrio paraíso	Barrio alcantarillas
Cliente	8	7	6
Servicios básicos	9	9	6
Ubicación	9	6	6
Total	26	22	18

Elaborado por. - Carlos Flores

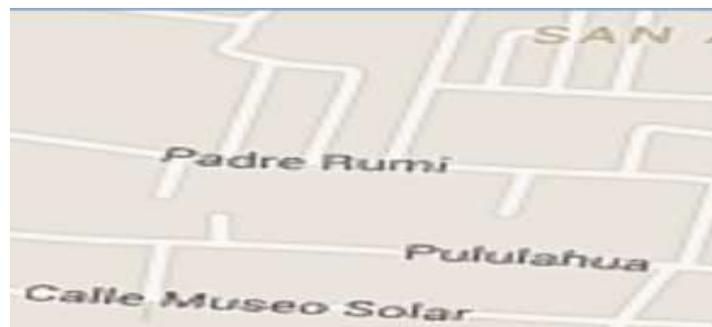


Gráfico 18: localización optima

Fuente: www.google.es/earth/index.html

4.03. INGENIERÍA DEL PRODUCTO

El trabajo del equipo de Ingeniería de Definición de Producto engloba todas las actividades que se llevan a cabo tras recibir la especificación del cliente y hasta alcanzar la validación y entrada en servicio del elemento estructural

4.03.02 Cálculo

Análisis y dimensionado de componentes aeronáuticos empleando herramientas propias o de cliente, análisis manual o a través de herramientas CAE, y soporte a la certificación de las estructuras mediante la certificación de los métodos de cálculo y su validación, realización de los análisis y los correspondientes informes de justificación documentación de certificación.

4.03.03 Gestión de ensayos

Proceso completo desde la solicitud del ensayo hasta la generación de los informes de resultados. Gestión de las tareas de ingeniería, laboratorio y fabricación.

4.03.04 Soporte a producto

Análisis de mantenimiento de los diseños estructurales y de sistemas. Interactuación con la primera línea de diseño, análisis de accesibilidad.

4.03.05 Delegación Técnica

Capacitación del equipo de ingeniería para la aprobación del diseño mediante la delegación del cliente como entidad certificadora de la estructura.

4.03.06. IRM (Ingeniería de Revisión de Materiales)

Revisión de material no conforme, asumiendo el análisis, la definición de la reparación en caso de que sea necesario, y la justificación

4.03.07. Diseño

Desarrollo de componentes de estructuras aeronáuticas primarias y secundarias, desde la recogida de requerimientos hasta la entrada en servicio, pasando por las etapas de validación del diseño y certificación. Diseño 3D mediante herramientas CAD y generación de la información 2D para su fabricación.

4.03.08. Instalación de sistemas

Diseño del trazado de los sistemas eléctricos e hidráulicos e instalación de equipos en la estructura, diseño de los soportes, y realización de los análisis zonales de seguridad para detectar cumplimiento de los requisitos de seguridad, operacionales y de mantenimiento.

4.03.01. Definición del B/S

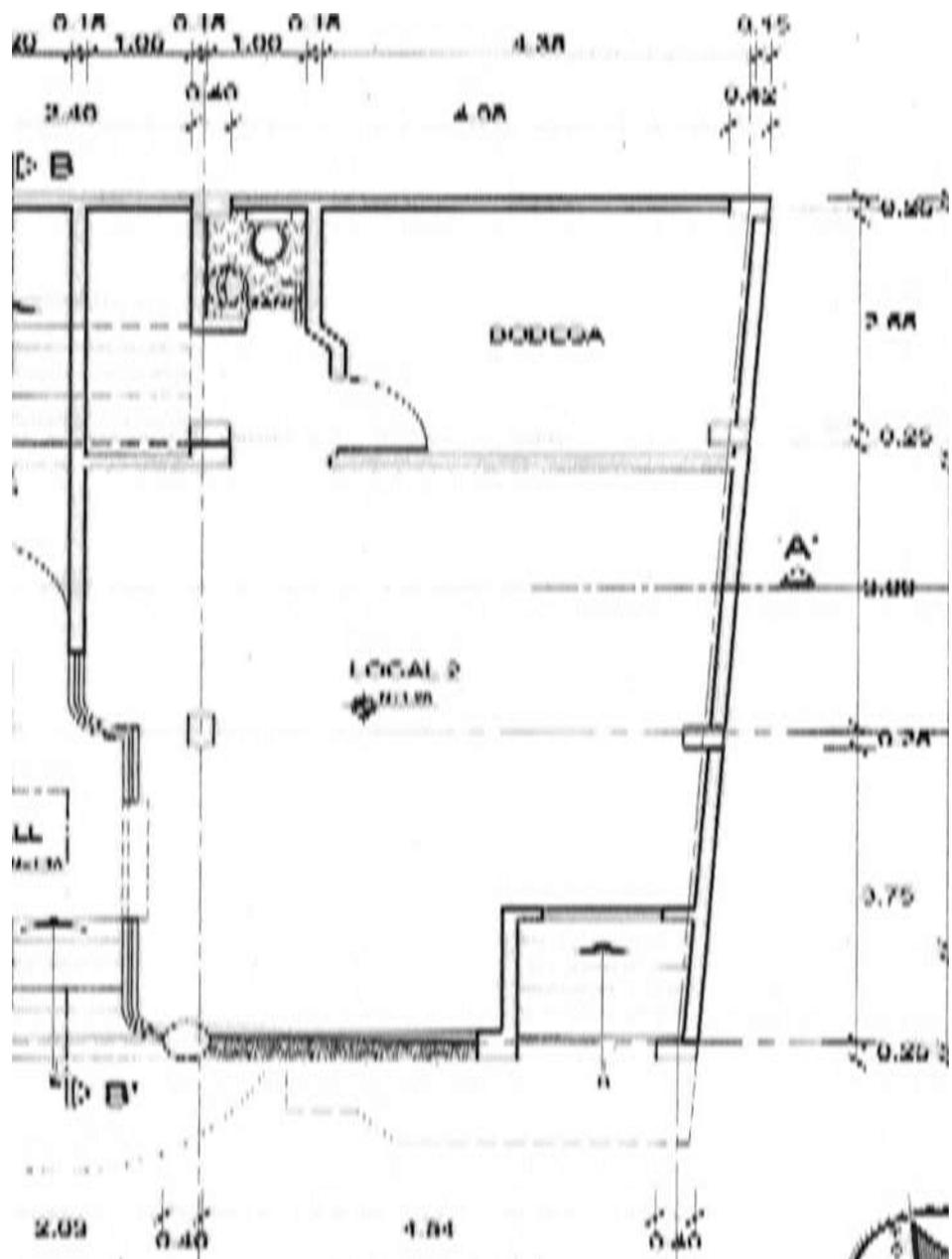
Bienes: Son todas las cosas aptas para la satisfacción de necesidades humanas y son producidas por el trabajo.

Servicios: Son actividades que, si bien van dirigidas a satisfacer necesidades humanas, son trabajo improductivo porque no generan valor, no producen valor y, por tanto, son servicios inmateriales, tales como el servicio de transporte, servicio doméstico, servicios financieros, servicios del gobierno, etc.

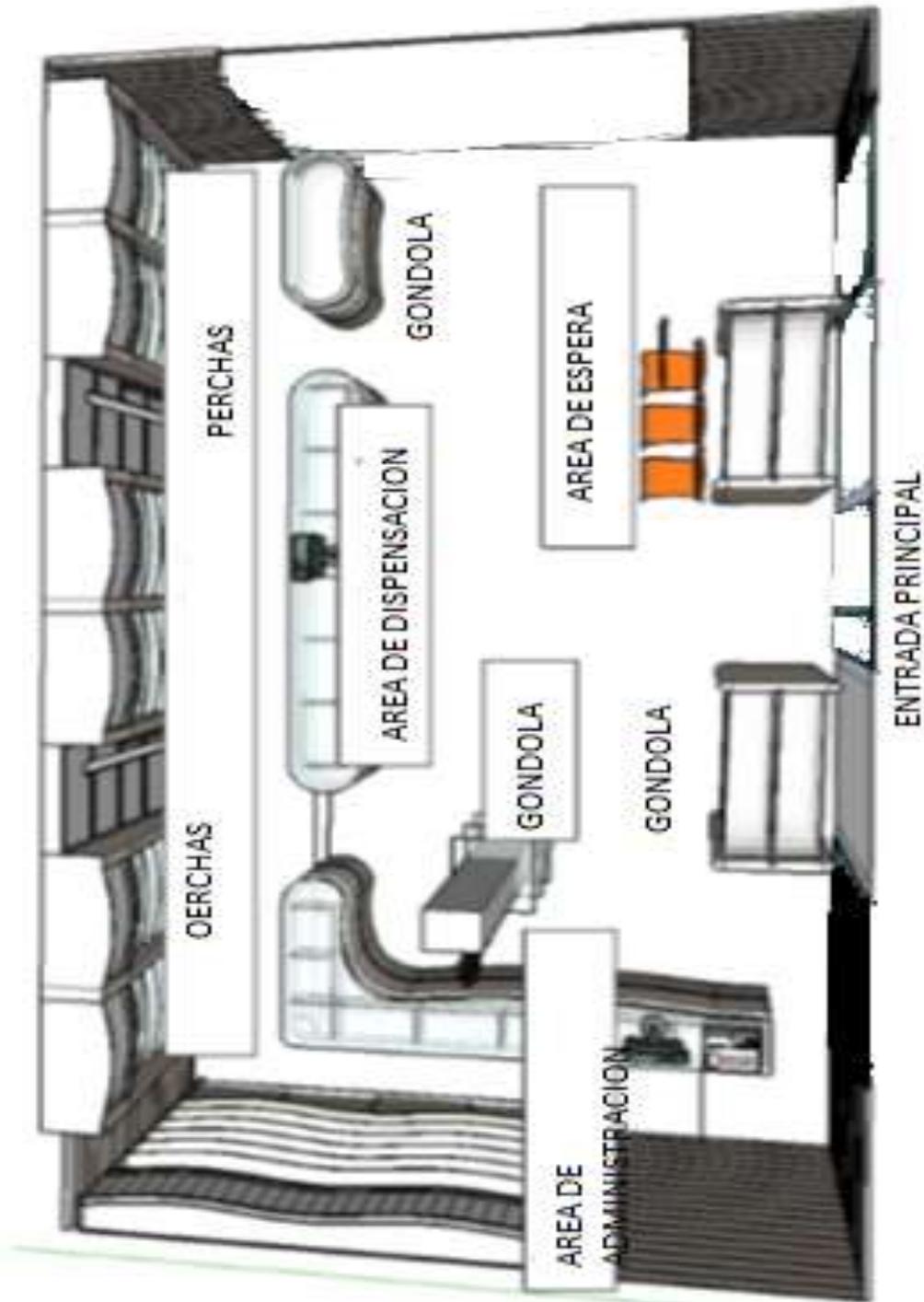
4.03.02. Distribución de planta

Según (Baca,2010) comenta la distribución del local debe proporcionar condiciones de trabajo óptimas para los recursos humanos. (pág. 94)

PLANO AREA DEL LOCAL FARMACIA



PLANOGRAMA FARMACIA



4.03.03. Proceso productivo

Definiciones de procesos “Es un conjunto de actividades de trabajo interrelacionadas que se caracteriza por requerir ciertos insumos y tareas particulares que implican valor agregado con miras a obtener ciertos resultados”. OMS.

“Cualquier actividad o grupo de actividades que emplee un insumo le agregue valor a éste y suministre un producto a un cliente externo o interno. Los procesos utilizan recursos y se obtiene un producto o servicio”. Harrington.

“serie de actividades o pasos relacionados entre sí, a través de los cuales se transforman unos recursos y se obtiene un producto o servicio”. R. Martínez.

4.03.04. Maquinaria

General Sección 1 (2010). Dice Inmuebles maquinaria y equipo por Concepto: "Inmuebles, maquinaria y equipo son bienes tangibles que tienen por objeto:

- a) el uso o usufructo de los mismos en beneficio de la entidad
- b) la producción de artículos para su venta o para el uso de la propia entidad
- e) la prestación de servicios la entidad, a su cliente o al público en general.

La adquisición de estos bienes denota el propósito de utilizarlos y no venderlos en el curso normal de operaciones de la entidad".



Los inmuebles, maquinaria y equipo son los bienes tangibles que constituyen uno de los grandes grupos que integran los activos de las empresas, destinados a la producción y venta de mercancías o servicios propios del giro del negocio de los cuales estima que su tiempo de uso o consumo sea prolongado.

Con este nombre genérico se les describe en los Estados financieros y, con excepción de los terrenos, los demás bienes tienen la característica común de estar sujetos a la baja paulatina de su valor a causa de la depreciación o el agotamiento.

4.03.05. Equipos

Cuadro 14. Muebles y Enceres

Muebles y Enceres			
Cantidad.	Detalle	P/U	P/T
2	Vitrinas	120,00	240,00
6	Góndolas Simples	120,00	720,00
3	Góndolas Centrales	220,00	660,00
2	Puntos Pago	120,00	240,00
6	Estanterías	70,00	420,00
1	Escritorio más Arturito	130,00	130,00
1	Archivador	80,00	80,00
2	Pallets	10,00	20,00
1	Cancel	150,00	150,00
2	Escaleras	10 ,00	20,00
		Subtotal	2680,00
		I.V.A 14%	375,20
		TOTAL	\$ 3055.20

*Fuente: Vitrinas Buenaño
Elaborado por: Carlos Flores*

Cuadro 14. Equipo de oficina

Equipo de Oficina			
Cantidad.	Detalle	P/U	P/T
2	Grapadoras	3.00	6,00
2	Perforadoras	2,00	4,00
10	Folders Archivadores	4,00	40,00
1	Pizarrón	14,00	14,00
1	Dispensador de agua más botellón	25,00	25,00
2	Dispensador de cinta	4,50	9,00
12	Tijeras	0.70	8 40
2	Extintor	35,00	70,00
1	Sistema de alarma	600,00	609,00
1	Refrigeradora	450,00	450,00
3	Luces de Emergencia	25,00	75,00
1	Punto ecológico	250.00	250.00
3	Basureros	7.00	21.00
		Subtotal	1581.40
		I.V.A 14%	221.39
		TOTAL	\$ 1802.79

Fuente: Dilipa, Electro Amazonas, Congiel
Elaborado por: Carlos Flores

Cuadro 15. Equipo de Computación

Equipo de Computación			
Cantidad.	Detalle	P/U	P/T
1	Computadoras todo en uno hp	480,00	480,00
1	Impresora Xerox	250,00	250,00
2	Detector de billetes	22,00	44,00
2	Caja registradora todo en uno	2200.00	4400.00
1	Software	900,00	900,00
1	Sistema de vigilancia cámaras	300,00	300,00
1	Teléfono inalámbrico	60,00	60,00
		Subtotal	6434,00
		I.V.A 14%	900,76
		TOTAL	\$ 7334.76

Fuente: ESYST Sistemas de cómputo, Administración.
Elaborado por: Carlos Flores

CAPÍTULO V

5.01. INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES

5.01.01 Ingresos operacionales

Según (Gerencia, 2010) menciona los ingresos operacionales son producidos por la actividad económica principal de la empresa. (párr. 1).

Cuadro # 16. – Ingresos operacionales

VENTAS ANUALES	86688
VENTAS MENSUALES	7224
VENTAS SEMANALES	1806
VENTAS DIARIAS	258

Fuente. – Elaboración propia

Elaborado por. – Carlos Flores

5.01.02 Ingresos no operacionales

Según (Gerencia, 2010) comenta son todo ingreso que son obtenidos por diferentes actividades de la empresa. (párr. 3)

Farmacias Flores No contara con ingresos no operacionales.

5.02. COSTOS

5.02.01 Costos operacionales

Son todo gasto generado por las actividades desarrolladas por la empresa

5.02.01.01 Medicina

En inversión para medicamento se considera el cuadro de medicamentos básicos.

Como proveedores Farmacias Flores contara con los siguientes.

Cuadro # 16.- Proveedores

LABORATORIOS	COMPRA TOTAL
GRUNENTAL	3200
BAYER S.A	3700
DIFARE S.A	2500
ECUAQUIMICA	2100
GENFAR S.A	1200
LA SANTE	1100
MERCK	820
NIFA	2800
LIFE	850
NOVARTIS ECUADOR	600
SUMATORIA TOTAL	18870

Fuente. - Laboratorios, Casas comerciales

Elaborado por. - Carlos Flores

5.01.01. Costos directos

Según (García, 2008) comenta los costos directos son todos aquellos que se pueden cuantificar específicamente. (pág.12)

5.02.02. Costos indirectos

Según (García, 2008) Los costos indirectos son todos aquellos que se pueden cuantificar específicamente. (pág.12)

5.02.03. Gastos administrativos

Según (Baca Urbina, 2010) comenta los costos administrativos provienen de la realización de funciones de la empresa y los gastos generales de la empresa. (pág. 76)

Cuadro # 17.- Gastos Administrativos

GASTOS ADMINISTRATIVOS	VALOR
SUELDO BIOQUIMICO FARMACEUTICO	6349,2
SUELDO DEPENDIENTE DE FARMACIA	377
DEPRECIACION EQIP. DE COMPUTO	353,33
DEPRECIACION EQIP. DE OFICINA	243,1
DEPRECIACION DE M y E	159,1
ARRIENDO LOCAL	2160,1
SERVICIOS BASICOS	780
AMORTIZACION PATENTE	40
AMORTIZACION PERMISOS DE FUN.	300
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	10761,83

Fuente. - Rol de pagos, pago permisos
Elaborado por. - Carlos Flores

Depreciación de muebles y enseres

Cuadro # 17.- Depreciaciones

DEPRECIACION	AÑOS VIDA UTIL	COSTO \$	DEPRE. ANUAL
DEPRECIACION M y E	10	1591	159,1
DEPRECIACION EUIP. DE COMPUTO	3	3476	35,33

Fuente. - tabla de depreciaciones
Elaborado por. - Carlos Flores

5.02.04. Costos de ventas

Según (Baca Urbina, 2010) argumenta las ventas no significa llevar el producto o servicio al consumidor final, sino que tiene muchas actividades más. (pág. 25)

Cuadro # 18.- Gastos de venta

GASTOS DE VENTA	
DESCRIPCIÓN	VALOR \$ ANUALES
SUELDO ADMINISTRADOR	7097,1
PUBLI. INAUGURACIÓN	2130
PUBLI. ANULA	2100
TOTAL GASTOS VENTA	11.327,10

Elaborado por. – Carlos Flores

Rol de pagos del Bioquímico Farmacéutico**Cuadro # 19.- Rol de pagos BQF**

ROL DE PAGOS B.Q.F	
SUELDO	400
DECIMO 3º	33,33
DECIMO 4º	30,5
APORTE PAT. 12,15%	48,6
VACACIONES	16,67
TOTAL \$ MENSUAL	529,1
TOTAL \$ ANUAL	6349,2

Elaborado por. - Carlos Flores

Rol de pagos Administrador**Cuadro # 20.- Rol de pagos Administrador**

ROL DE PAGOS ADMINISTRADOR	
SUELDO	450
DECIMO 3º	37,5
DECIMO 4º	30,5
APORTE PAT. 12,15%	54,68
VACACIONES	18,75
TOTAL \$ MENSUAL	591,43
TOTAL \$ ANUAL	7097,1

Elaborado por. - Carlos Flores

Publicidad

Cuadro # 21.- Gastos en publicidad

GASTOS EN PUBLICIDAD INICIAL			
PRODUCTO	CANTIDAD	COSTO UNIT.	TOTAL
TARGETAS	1000	0,25	25
FICHER	50	0,05	2,5
PARLANTE AMPLIFICADO	1	150	150
TOTAL \$ MENSUAL			177,5
TOTAL \$ ANUAL			2130

Elaborado por. - Carlos Flores

5.02.05. Costos financieros

Según (Baca Urbina, 2010) comenta son todo interés pagado por motivo de préstamos obtenidos. (pág. 25).

En la creación de la farmacia no acudiremos a un préstamo, puesto que se cuenta con capital propio.

5.02.06. Costos fijos y variables

5.03. INVERSIONES

La inversión inicial comprende de la adquisición de los activos fijos o tangibles y diferidos o intangibles necesarios para iniciar las operaciones de la empresa excepción del capital de trabajo. Baca Urbina, (2010)

5.03.01. Inversión fija

5.03.01. 01. Activos fijos

Según (Rodríguez, 2010) comenta son bienes tangibles que son necesarios para el inicio de las actividades de la empresa. (pág. 247)

Cuadro # 22.- Activos fijos

E			
ACTIVOS FIJOS			
DESCRIPCION	CANTIDAD	C/U	TOTAL
VITRINAS	2	120	240
GONDOLAS SIMPLES	6	120	720
GONDOLAS CENTRALES	3	220	660
PUNTO PAGO	2	120	240
ESTANTERIAS	6	70	420
ESSCRITORIO MAS ARTURITO	1	130	130
ARCHIVADOR	1	80	80
PALLET	2	10	20
CANCEL	1	150	150
ESCALERAS	2	10	20
TOTAL			2680
EQUIPOS DE COMPUTO			
COMPUTADOR HP	1	480	480
IMPRESORA XEROX	1	250	250
TOTAL			730
EQUIPOS DE SEGURIDAD			
LUCES DE EMERGENCIA	3	25	75
PUNTO ECOLOGICO	1	250	250
DETECTOR DE VILLETES	2	22	44
EXTINTOR	2	35	70
DETECTOR DE HUMO	2	14	28
SISTEMA DE VIGILANCIA	1	300	300
TELEFONO INALAMBRICO	1	60	60
TOTAL			827
Suministros de oficina			
EQUIPOS DE OFICINA	1	947	947
TOTAL			947
TOTAL ACTIVOS			5184

Elaborado por. - Carlos Flores

5.03.01.02 Activos nominales (diferidos)

Es todo gasto pagado por anticipado y no se recupera

Cuadro # 23.- Activos nominales

ACTIVOS NOMINALES	
PATENTE MUNICIPAL	160
PERMISO DE FUNCIONAMIENTO	1200
SUB. TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	1360

Elaborado por. - Carlos Flores

5.04. Capital de trabajo

El capital de trabajo, contablemente se define como la diferencia entre el activo circulante y pasivo circulante, está representado por el capital adicional para que funcione una empresa, es decir, los medios financieros necesarios para la primera producción mientras se perciben ingresos: materias primas, sueldos y salarios, cuentas por cobrar, almacén de productos determinados y un efectivo mínimo necesario para sufragar los gastos diarios de la empresa. Su estimación se realiza basándose en la política de ventas de la empresa, condiciones de pago a proveedores, nivel de inventario de materias primas, etc. (Córdoba Padilla, 2011).

Cuadro # 24.- Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	
CAJA	2500
BANCOS	6000
MERCADERIA	18870
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	27370

Elaborado por. - Carlos Flores

5.04.01. 01. Fuentes de financiamiento

De acuerdo a (Gitman, 2012) comenta es el valor de los pagos corrientes del préstamo, con un interés específico para el reembolso del préstamo en un tiempo determinado. (pág. 179).

5.05.01. Amortización de financiamiento

5.5.01.01. Depreciaciones

De acuerdo con (Gitman, 2012) es “Parte de los costos de los activos fijos que se deduce de los ingresos anuales a través del tiempo” p. 108.

Cuadro # 25.- Depreciaciones

Muebles y Enceres			
TIEMPO	DEPRECIACIÓN	IMPORTE A DEPRECIACION	VALOR EN LIBRO
0	0	0	2680
1	268	268	2412
2	268	536	2144
3	268	804	1876
4	268	1072	1608
5	268	1340	1340
6	268	1608	1072
7	268	1876	804
8	268	2144	536
9	268	2412	268
10	268	2680	0

Elaborado por. - Carlos Flores

Cuadro # 26.- Depreciaciones Equipos de oficina

EQUIPOS DE OFICINA			
TIEMPO	DEPRECIACIÓN	IMPORTE A DEPRECIACION	VALOR EN LIBRO
0	0	0	947
1	94,7	94,7	852,3
2	94,7	189,4	757,6
3	94,7	284,1	662,9
4	94,7	378,8	568,2
5	94,7	473,5	473,5
6	94,7	568,2	378,2
7	94,7	662,9	284,1
8	94,7	757,6	189,4
9	94,7	852,3	94,7
10	94,7	947	0

Elaborado por. - Carlos Flores

Cuadro # 27.- Depreciación equipos de computo

EQUIPOS DE COMPUTO			
TIEMPO	DEPRECIACIÓN	IMPORTE A DEPRECIACION	VALOR EN LIBRO
0	0	0	730
1	243,333	243,333	486,667
2	243,333	486,667	243,334
3	243,333	729,999	0

Elaborado por. - Carlos Flores

5.5.01.02. Estado de situación inicial

(Guajardo, 2008) Dice que “es presentar una relación de recursos (activos) de la empresa, así como de las fuentes de financiamiento (pasivo y capital) de dichos recursos.” p. 44

El estado financiero en el que se expresa la inversión total realizada

Cuadro # 28.- **Estado de situación inicial**

EATADO DE SITUACION INICIAL			
FARMACIAS FLORES			
2016			
ACTIVOS CORRIENTES		PASIVOS CORRIENTES	
CAJA	2500		
BANCOS	6000		
MERCADERIA	18870		
TOTAL	27370	TOTAL	
ACTIVOS FIJOS		PASIVOS A LARGO PLAZO	
EQUIPOS DE COMPUTO	730		
MUEBLES Y ENSERES	2680		
EQUIPOS DE OFICINA	947		
OTROS ACTIVO A FIJOS	827		
TOTAL	5184	TOTAL	
PATENTE	160		
PERMISO DE FUNCIONAMIENTO	1200	TOTAL	
TOTAL	1360	TOTAL PASIVOS	
TOTAL ACTIVOS	33914		

Elaborado por. – Carlos Flores

5.5.01.03. Estado de resultados proyectado

Según (Gitman, 2012) es “También llamado estado de resultados, proporciona un resumen financiero de los resultados de operación de la empresa durante un periodo específico” p. 53

Cuadro # 29. – estado de P y G

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS	
FARMACIAS FLORES	
INGRESOS	86688
COSTOS DE VENTA	-32422,75
UT. BRUTA EN VENTAS	54265,25
GASTOS DE VENTAS	-11327,1
UTILIDAD NETA EN VENTAS	42938,15
GASTOS DE ADMINISTRACION	-10761,83
UTILIDA OPERACIONAL	32176,32
GASTOS FINANCIEROS	
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	32176,32
15 % DE TRABAJADORES	-3608,88
UTILIDAD DE IMPUESTOS	28567,44
12 % IR	-2454,04
UTILIDAD O PERIODO	26113,4
10 % RL	-1799,63
UTILIDAD NETA	24313,77

Fuente. - tesis

Elaborado por. – Carlos Flores

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS	PROYECCION						
	FARMACIAS FLORES	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021
INGRESOS		\$130.027,45	\$143.262,98	\$157.340,39	\$172.307,44	\$188.214,47	\$205.214,60
COSTOS DE VENTA		\$-78.016,47	\$-85.957,79	\$-94.404,23	\$-103.384,46	\$-112.928,68	\$-123.128,76
UT. BRUTA EN VENTAS		\$52.010,98	\$57.305,19	\$62.936,16	\$68.922,98	\$75.285,79	\$82.085,84
GASTOS DE VENTAS		\$-11.327,10	\$-11.553,64	\$-11.784,71	\$-12.020,41	\$-12.260,82	\$-12.506,03
UTILIDAD NETA EN VENTAS		\$40.683,88	\$45.751,55	\$51.151,44	\$56.902,57	\$63.024,97	\$69.579,81
GASTOS DE ADMINISTRACION		\$-10.761,83	\$-11.084,68	\$-11.417,23	\$-11.759,74	\$-12.112,53	\$-12.475,91
UTILIDA OPERACIONAL		\$29.922,05	\$34.666,87	\$39.734,22	\$45.142,82	\$50.912,44	\$57.103,90
GASTOS FINANCIEROS		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		\$29.922,05	\$34.666,87	\$39.734,22	\$45.142,82	\$50.912,44	\$57.103,90
15 % DE TRABAJADORES		\$-4.488,31	\$-5.200,03	\$-5.960,13	\$-6.771,42	\$-7.636,87	\$-8.565,58
UTILIDAD DE IMPUESTOS		\$25.433,74	\$29.466,84	\$33.774,08	\$38.371,40	\$43.275,57	\$48.538,31
25% IR		\$-6.358,44	\$-7.366,71	\$-8.443,52	\$-9.592,85	\$-10.818,89	\$-12.134,58
UTILIDAD O PERIODO		\$19.075,31	\$22.100,13	\$25.330,56	\$28.778,55	\$32.456,68	\$36.403,73
10 % RL		\$-1.907,53	\$-2.210,01	\$-2.533,06	\$-2.877,86	\$-3.245,67	\$-3.640,37
UTILIDAD NETA		\$17.167,78	\$19.890,11	\$22.797,51	\$25.900,70	\$29.211,01	\$32.763,36

E

Elaborado por.- Carlos Flores

5.5.01.04. Flujo de caja

El flujo de caja nos mostrara las razones por la cual nuestro dinero crece o disminuye.

Cuadro # 30.- Proyecciones

^E FLUJO DECAJA	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6
UTILIDAD	0	\$17.167,78	\$19.890,11	\$22.797,51	\$25.900,70	\$29.211,01	\$32.763,36
DEPRECIACIÓN	0	\$755,53	\$755,53	\$755,53	\$402,20	\$402,20	\$402,20
AMORTIZACION	0	\$340,00	\$340,00	\$340,00	\$340,00	\$340,00	\$340,00
GASTOS FINANCIEROS	0	0	0	0	0	0	0
FLUJO OPERACIONAL	0	\$18.263,31	\$20.985,64	\$23.893,04	\$26.642,90	\$29.953,21	\$33.505,56
CNT	-\$28.730,00						7182,5
ACTIVOS FIJOS	-\$5.184,00						1296
FLUJO NETO	-\$33.914,00	\$18.263,31	\$20.985,64	\$23.893,04	\$26.642,90	\$29.953,21	\$41.984,06

Elaborado por.- Carlos flores

5.06. EVALUACION

5.06.01. Tasa de descuento

(Guajardo, 2008) Dice que “la fija el mercado en relación con el rendimiento y la oferta y demanda existentes.” p. 302

5.06.02. VAN

De acuerdo con (Lawrence, 2012) es la “Técnica más desarrollada de elaboración del presupuesto de capital; se calcula restando la inversión inicial de un proyecto del valor presente de sus flujos de entrada de efectivo descontados a una tasa equivalente al costo de capital de la empresa.” p. 368

Cuadro # 31.- VAN

	FN	FNA
0	-\$33.914,00	-\$33.914,00
1	\$18.263,31	\$15.010,53
2	\$20.985,64	\$14.176,05
3	\$23.893,04	\$13.265,41
4	\$26.642,90	\$12.157,59
5	\$29.953,21	\$11.233,78
6	\$41.984,06	\$12.941,46
	VAN	\$44.870,82

Elaborado por.- Carlos Flores

Análisis

El presente van es mayor a cero lo cual es muy importante ya que podremos amortizar con rapidez la inversión inicial. Esto nos demuestra que nuestro proyecto es viable.

5.03.03. TIR

TASA INTERNA DE RETORNO. Nos ayuda a medir la rentabilidad de la farmacia.

TIR	61,72%
------------	--------

Análisis

El proyecto si es aceptable ya que supera al VAN, con esto reduciremos año a año la inversión en un cierto tiempo de terminado

5.03.04. PRI (Periodo de recuperación de la inversión)

Según (Lawrence, 2012) es el “Tiempo requerido para que una compañía recupere su inversión inicial en un proyecto, calculado a partir de las entradas de efectivo.” p. 364

PRI		
AÑOS	MES	DIAS
2	4	8

5.03.05. RBC (Relación costo beneficio)

Según (Ecuafinanciera, 2012) comenta la relación costo beneficio mide el grado de bienestar de un proyecto en una empresa. (párr.1)

RBC	VALOR
BENEFICIO	\$78.784,82
COSTO	\$33.914,00
TOTAL	2,32

Análisis

Razón costo beneficio es mayor a 1, se establece que por cada dólar invertido se recuperara \$ 2,58 esto refleja que el proyecto es rentable.

5.03.06. Punto de equilibrio

De acuerdo con (Baca Urbina, 2010) “es el nivel de producción en el que los ingresos por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables.” p. 148

Cuadro # 32.- punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO			
GASTOS /GASTOS	FIJO	VARIABLE	TOTAL
COSTOS DE VENTAS	\$0,00	\$78.016,47	\$78.016,47
GASTOS DE VENTAS	\$7.097,10	\$4.230,00	\$11.327,10
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$10.761,83	\$0,00	\$10.761,83
GASTOS FINANCIEROS	\$0,00	\$0,00	\$0,00
TOTAL	\$17.858,93	\$82.246,47	\$100.105,40

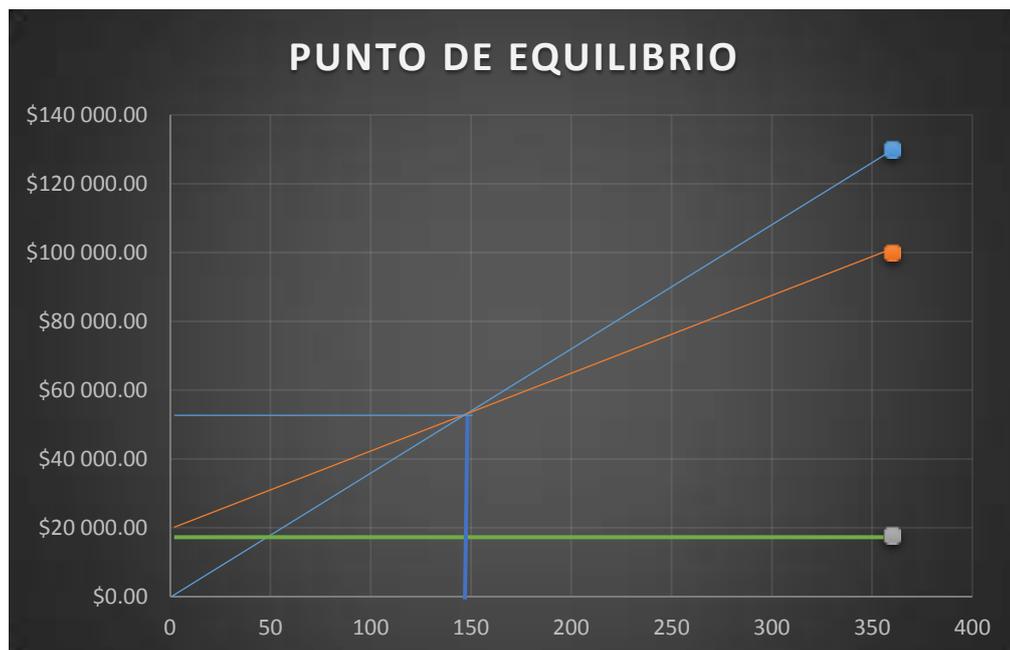
Elaborado por.- Carlos Flores

VTAS UNITARIO	\$361,19
Ctu	\$278,07
CF	\$17.858,93
Cvu	\$228,46
Q	360

PVU=	\$130.027,45
	360
PVU=	\$361,19
CVU=	\$82.246,47
	360
CVU=	\$228,46

	CF
	1-CVU/PVU
PE(MON)=	\$17.858,93
	1-228,46/361,19
PE(MON)=	\$48.599,91

	CF
	PVU-CVU
PE(Q)	\$17.858,93
	361,19-228,46
PE(Q)	134,56



CAPÍTULO VI

Análisis

Se tomará en cuenta la influencia positiva o negativa en el ámbito económico, productivo, y social con su respectivo análisis.

La ponderación es:

Cuadro # 32.- Impacto

PONDERACION	IMPACTO
-10	IMPACTO ALTO NEGATIVO
-5	IMPACTO MEDIO NEGATIVO
-1	IMPACTO BAJO NEGATIVO
0	NO EXISTE IMPACTO
1	IMPACTO BAJO POSITIVO
5	IMPACTO MEDIO POSITIVO
10	IMPACTO ALTO POSITIVO

Elaborado por.- Carlos Flores

6.01. Impacto ambiental

Análisis

El impacto ambiental es la medición técnica de las diferentes áreas del proyecto.

Cuadro # 33.- Impacto Ambiental

IMPACTO AMBIENTAL INDICADOR	PONDERACION								TOTAL
	-10	-5	-1	0	1	5	10		
Conservación ambiental						X			5
Resiclaje							X		10
Ambiente laboral							X		10
TOTAL						5	20		25

Elaborado por.- Carlos Flores

De acuerdo a los datos arrojados el impacto ambiental es positivo con una calificación de 8.33 % (Medio positivo), debido a que se implementara la regla de las 3R, reducir, reciclar, reutilizar.

6.02. Impacto económico

Análisis

El impacto económico es la capacidad de generar beneficios extras a la inversión realizada, para el logro de las metas propuestas de farmacias Flores, el proyecto de inversión es rentable puesto que los indicadores arrojan valores positivos con una calificación de 6.33 % (Medio positivo), ya que se cuenta con una solides financiera para futuras inversiones.

Tabla # 34.- Impacto Economico

IMPACTO ECONOMICO INDICADOR	PONDERACION								TOTAL
	-10	-5	-1	0	1	5	10		
Solides financiera					X				5
Fuentes de empleo					X				5
Inversiones						X			10
TOTAL						10	10		20

Elaborado por.- Carlos Flores

6.03. Impacto social

Análisis

^E IMPACTO SOCIAL	PONDERACION							TOTAL
INDICADOR	-10	-5	-1	0	1	5	10	
Dispensación adecuada						X		10
Bienestar comunitario						X		10
TOTAL							20	20

Elaborado por.- Carlos Flores

El impacto social es positivo con un 10% (Alto positivo), puesto que se educará al usuario por medio de redes sociales con información de los medicamentos, y las reacciones adversas provocadas por la automedicación velando por el bienestar de los ecuatorianos.

CAPÍTULO VII

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.01 Conclusiones

- a) No existe una farmacia en el Barrio Santo Domingo Alto donde los habitantes pueda adquirir medicamentos.
- b) Al momento que se realizó el estudio de mercado se logró visualizar gran demanda insatisfecha
- c) El estudio de localización determino que la ubicación es idónea para las personas del Barrio Santo Domingo Alto para poder cubrir sus necesidades.
- d) El estudio económico y financiero demostró la factibilidad y rentabilidad de inversión que tendrá el proyecto, el estado de resultado demuestra la utilidad neta durante la vida útil del proyecto.
- e) La inversión total para el presente proyecto es de **40000\$**
- f) Al realizar el estudio de mercado se determinó que se debe crear la farmacia

7.02 Recomendaciones

a) Una vez ya puesto en marcha el proyecto par se debe estar al día con los permisos con el fin de cumplir los reglamentos legales

b) En el Barrio Santo Domingo Alto debe haber una farmacia que responda adecuadamente con la necesidad insatisfecha, ofreciendo a sus clientes calidad, variedad y precios bajos

c) Realizar un excelente control de medicamentos y a su vez un correcto manejo de inventario.

d) Cumplir con las normas legales del ministerio de salud para la venta de productos financieros.

e) Implementar el proyecto considerando el estudio económico y financiero, reflejado en el VAN, TIR, COSTO BENEFICIO, cuyos valores reflejan la rentabilidad dl proyecto.

f) Mediante el presente estudio se concluyó que el mercado farmacéutico es sumamente amplio, por lo tanto, se determinó que 93% del Barrio Santo Domingo Alto necesita un servicio de adquisición de productos farmacéuticos.

BIBLIOGRAFIA

- Baca Urbina, G. (2010). *Evaluación de Proyectos*. México: Mc Graw Hill.
- Baca, U. G. (2010). *Evaluación de Proyectos*. México: Mc Graw Hill.
- Borja, R. (13 de Julio de 2016). *www.encyclopediadelapolitica.org*. Obtenido de <http://www.encyclopediadelapolitica.org/Default.aspx?i=&por=p&idind=1183&termino=>
- Chiavenato, I. (2001). *Administración "Teoría, Proceso y Práctica"*. Colombia: McGraw-Hill Interamericana S.A.
- Dornbush, R., & Fisher, S. &. (2009). *Macroeconomía*. Mexico: McGraw Hill Interamericana S.A.
- Gitman, L. y. (2012). *Principios de Administración Financiera*. Mexico: PEARSON Educación de México, S. A de C. V.
- Guajardo, G. &. (2008). *Contabilidad Financiera*. México: McGraw Hill Interamericana.
- Herrera, L., & Medina, A. &. (2004). *Tutoría de la Investigación Científica*. Quito - Ambato: Editorial Corona Quito.
- Herrero, C. (2007). *Criminología*. Rústica Castellano.
- Lawrence, G. &. (2012). *Principios de Administración Financiera*. México: Pearson Educación.
- Mankiw, G. (2012). *Principios de Economía*. Mexico: Learning Editores S.A de C.V.
- Material, P. E. (2016). *Diseño y elaboración de proyectos de inversión*. Quito.
- Parkin, M. (2007). *Macroeconomía*. Pearson.
- República del Ecuador. (23 de Enero de 2009). Reglamento Control y funcionamiento establecimientos farmacèuticos. *Registro oficial 513*. Quito, Pichincha, Ecuador: Editora Nacional.

ANEXOS





**REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES
PERSONAS NATURALES**



NUMERO RUC: 1715753545001

APELLIDOS Y NOMBRES: FLORES AMAYA CARLOS ROBERTO

NOMBRE COMERCIAL: D'FIORE

CLASE CONTRIBUYENTE: OTROS **OBLIGADO LLEVAR CONTABILIDAD:** NO

CALIFICACIÓN ARTESANAL: **NUMERO:**

FEC. NACIMIENTO: 28/05/1984 **FEC. ACTUALIZACION:** 27/09/2016

FEC. INICIO ACTIVIDADES: 14/03/2016 **FEC. SUSPENSIÓN DEFINITIVA:**

FEC. INSCRIPCIÓN: 14/03/2016 **FEC. REINICIO ACTIVIDADES:**

ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL:

ACTIVIDADES DE MICROMERCADO:

DOMICILIO TRIBUTARIO:

Provincia: PICHINCHA Cantón: QUITO Parroquia: SAN ANTONIO Calle: PADRE RUMI Número: E1-49 Intersección: PASAJE SAN RAFAEL Referencia: FRENTE AL CONJUNTO EQUINOCCIAL 2 Teléfono: 022396629 Email: flores.3@hotmail.es Celular: 0999214013

DOMICILIO ESPECIAL:

OBLIGACIONES TRIBUTARIAS:

* DECLARACIÓN MENSUAL DE IVA

Las personas naturales que superen los límites establecidos en el Reglamento para la Aplicación de la Ley de Equidad Tributaria, estarán obligadas a llevar contabilidad, convirtiéndose en agentes de retención, y no podrán acogerse al Régimen Simplificado (RISE).

Si supera los montos establecidos en el reglamento estará obligado a llevar contabilidad para el siguiente ejercicio fiscal y la presentación de sus obligaciones será mensual.

# DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS:	del 001 al 001	ABIERTOS:	1
JURISDICCIÓN:	1 ZONA 91 PICHINCHA	CERRADOS:	0

FIRMA DEL CONTRIBUYENTE

SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

Declaro que los datos contenidos en este documento son exactos y verdaderos, por lo que asumo la responsabilidad legal que de ella se derivan (Art. 97 Código Tributario, Art. 9 Ley del RUC y Art. 9 Reglamento para la Aplicación de la Ley del RUC).

Usuario: EFHC270816 **Lugar de emisión:** QUITO/PAEZ N22-57 Y **Fecha y hora:** 27/09/2016 12:42:24



REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES PERSONAS NATURALES



NUMERO RUC: 1715753545001

APELLIDOS Y NOMBRES: FLORES AMAYA CARLOS ROBERTO

ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS:

No. ESTABLECIMIENTO:	001	ESTADO	ABIERTO	MATRIZ	FEC. INICIO ACT.	14/03/2016
NOMBRE COMERCIAL:	D'FIORE				FEC. CIERRE:	
					FEC. REINICIO:	

ACTIVIDADES ECONÓMICAS:

VENTA AL POR MENOR DE PRODUCTOS FARMACÉUTICOS.
ACTIVIDADES DE MICROMERCADO.
ELABORACIÓN DE PAN, PANECILLOS.
VENTA AL POR MENOR DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS.
ACTIVIDADES DE PREPARACIÓN Y SERVICIO DE BEBIDAS PARA SU CONSUMO INMEDIATO EN CAFÉS.

DIRECCIÓN ESTABLECIMIENTO:

Provincia: PICHINCHA Cantón: QUITO Parroquia: SAN ANTONIO Barrio: SAN ANTONIO DE PICHINCHA Calle: PADRE RUMI
Número: E1-49 Intersección: PASEJE SAN RAFAEL Referencia: FRENTE AL CONJUNTO EQUINOCCIAL 2 Telefono Domicilio:
022396629 Email: flores.3@hotmail.es Celular: 0999214013

FIRMA DEL CONTRIBUYENTE

SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

Declaro que los datos contenidos en este documento son exactos y verdaderos, por lo que asumo la responsabilidad legal que de ellos se derivan (Art. 97 Código Tributario, Art. 9 Ley del RUC y Art. 9 Reglamento para la Aplicación de la Ley del RUC).

Usuario: EFHC270816

Lugar de emisión: QUITO/PAEZ N22-57 Y

Fecha y hora: 27/09/2016 12:42:24



Oficio Nro. ARCSA-ARCSA-CGTC-DTBPYP-2016-1622-O

Quito, 22 de marzo de 2016

Carlos Roberto Flores Amaya
Presente

De mi consideración:

En respuesta al documento N° ARCSA-ARCSA-DSG-2016-0913-E, mediante el cual el Sr. Carlos Roberto Flores Amaya con número de cédula 1715753345, solicita la autorización para la apertura de una Farmacia en la zona 9, distrito: T7D03; circuns: 17D03C10, ubicado en la provincia: Pánuco; cantón: Quito; parroquia: San Antonio; una vez analizada la documentación presentada, al respecto la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria - ARCSA, AUTORIZA la apertura de la Farmacia de conformidad al Reglamento Sustitutivo para la Planificación Nacional de farmacias y botiquines Acuerdo Ministerial N° 0005227, publicado en el segundo suplemento del RD: 448 del 28-02-2015 y su reforma Acuerdo Ministerial N° 0005243 publicado en el segundo suplemento del RD: 467 del 26-03-2015.

Adicional se comunica que, debe iniciar el proceso de obtención del permiso de funcionamiento 2016 para su establecimiento farmacéutico, mediante el sistema automatizado de la ARCSA a través de la página web permisosfuncionamiento.controlsanitario.gub.ec.

Particular que se comunica para los fines pertinentes.

Acreditación:



Ing. Dayana Priscila Donoso Paz
DIRECTORA TÉCNICA DE BUENAS PRÁCTICAS Y PERMISOS ENC.

Referencia:
ARCSA-ARCSA-DSG-2016-0913-E

Anexo:
- 401308907100145098625.pdf

Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria
DIRECCIÓN TÉCNICA DE BUENAS PRÁCTICAS Y PERMISOS ENC.

