



CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE BOTICAS Y FARMACIAS

**COMERCIALIZACIÓN EN ZONAS RURALES, FACTIBILIDAD DE
CREACIÓN DE UN COMISARIATO DE LA SALUD EN SAN JOSÉ DE
MORAN DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO 2013.**

Proyectó de investigación previo a la obtención del título de la Tecnología en
Administración de Boticas y Farmacias

Autor; Daniela Johana Jácome Ch.

Tutor; Eco. Gustavo Paredes

Quito, Octubre 2013

DECLARATORIA

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

Daniela Johana Jácome Chanaluiza

CC 172151218-2

CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Daniela Johana Jácome Chanaluiza alumno de la Escuela de Administración de Boticas y Farmacias, libre y voluntariamente cedo los derechos de autor de mi investigación en favor Instituto Tecnológico Superior “Cordillera”.

CC 172151218-2

AGRADECIMIENTO

Agradezco a todos los profesionales que con su experiencia y conocimientos que me han brindado he logrado cumplir mi objetivo.

A todos mis compañeros que con su apoyo guiaron y me acompañaron en este transcurso de mi vida.

A las personas que directa e indirectamente has sido parte de este proyecto y su apoyo me ayudado a seguir.

A mi familia y hermano que siempre estuvieron ahí dando esas palabras de aliento.

DEDICATORIA

Esta tesis se la dedico primero a Dios, a mi familia sobre todo a mi madre por su apoyo, y a mí querido hijo por el tiempo que no le pude dedicar.

.

INICIO GENERAL

CAPITULO I	1
1.3Justificación	4
2.1.6 Valor actual neto (VAN)	7
2.1.7 Tasa interna de retorno (TIR)	9
2.1.10 Métodos de determinación.	11
2.1.11 Método del gasto	11
2.1.12 Método de la distribución o del ingreso	12
2.2El medio externo tecnológico	17
2.3 El medio externo social	19
2.4 El medio externo: político y legal.....	23
2.5 Análisis Interno	25
2.5.1 Propuesta	25
2.5.2 Objetivos	25
2.5.3 Misión.....	25
2.5.4 Visión	25
2.5.5 Valores.....	26
2.5 Gestión Administrativa.....	27
2.7 Gestión Operativa	28
2.6 2.8 Gestión Comercial.....	29
2.6.2 2.8.1 Estrategias	29
CÁPITULO III	33

3.1 Análisis del consumidor	33
3.1.1 ¿Qué es muestra?	33
3.1.2 ¿Qué es encuesta?	34
3.1.4 Tabulación de las preguntas	37
2.7 3.4 Demanda	48
LA OFERTA.- SE DENOMINA OFERTA A LOS BIENES O SERVICIOS	
QUE LA EMPRESA OFRECE A SUS PROBABLES CLIENTES.....	49
CAPITULO IV	50
4.1 Tamaño del proyecto	50
4.3.1 Costo de Venta	53
4.3.6 Rol de pagos	57
2.7.2 El rol de pagos, también denominado nómina, es un registro que realiza toda empresa para llevar el control de los pagos y descuentos que debe realizar a sus empleados cada mes, de manera general, en este documento se consideran dos secciones, una para registrar los ingresos como sueldos, horas extras, comisiones, bonos, etc. y otra para registrar los descuentos como aportes para el seguro social, cuotas por préstamos concedidos por la compañía, anticipos, etc.	57
4.3.7 Sueldo.- es el valor que se paga quincenal o mensual por un trabajo o servicio realizado.....	57
4.3.8 Décimo tercero.- es el bono que se paga en el mes de diciembre en el cual se suman todo lo ganado en el año y se divide para doce es decir es un doble sueldo.	57
4.3.9 Décimo cuarto.- Es un bono escolar que se entrega a los trabajadores bajo relación de dependencia, indistintamente de su cargo o remuneración (con excepción de los operarios y aprendices de artesanos). El valor es un salario básico	

unificado que en este año es 318 dólares y se lo paga hasta el 15 de agosto de cada año.	57
4.3.10 Aporte patronal.- Los aportes patronales resultan ser aquellas sumas de dinero que el patrón estará obligado a aportarle al estado por tener empleados. Las mismas no son recuperables para el empleador y resultan ser indispensables para aquellas personas que quieran jubilarse, ya que se les exige tener al día sus aportes patronales para poder acceder en el futuro a una jubilación. El valor que se paga es el 20,50 % el cual se dividirá el 9,35 % que pagara el empleado y el 11.15% que lo pagara el empleador.....	58
4.3.11 Vacaciones.- es el derecho que tiene el trabajador por haber cumplido un año de trabajo en la misma empresa, se le concede 15 días de vacaciones remuneradas.....	58
4.3.12 Fondos de reserva.- es el 8.33 % de la remuneración que el patrono pagara al empleado a partir del treceavo mes de trabajo.....	58
Localización.- el problema de localización se suele abordar en dos etapas.1ra: macro localización. Decidir la zona general en donde se instalara el proyecto (empresa o negocio) 2da: micro localización, elegir el punto preciso, dentro de la macro zona, en donde se ubicara definitivamente la empresa o negocio.	59
4.4.1 Macro localización.- también llamada macro zona, es el estudio de localización que tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto. Determinando sus características físicas e indicadores socioeconómicos más relevantes.	59
4.4.2 Micro localización.- conjuga los aspectos relativos a los asentamientos humanos, identificación de actividades productivas, y determinación de centros de	

desarrollo. Selección y delimitación precisa de las áreas, también denominada sitio, en que se localizara y operara el proyecto dentro de la macro zona.	60
4.4.3 Localización Óptima.- La localización óptima de un proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital.	60
4.6.1 Permisos y Registros	62
6.2 Requisitos para abrir una farmacia	62
CAPITULO V	64
5.1 Ingresos.-"Ingreso son todos los incrementos de los beneficios económicos durante el período contable en forma de entradas o aumentos de activos, o decrementos de pasivos que resultan en incrementos de capital, diferentes a aquellos relativos con contribuciones por parte de los socios." [NIC, 1994]	64
5.2 Ingresos Operacionales.- Son todos los aumentos brutos del patrimonio originados directamente en el desarrollo del objeto social del ente, distintos de los aumentos en los aportes de los propietarios. Un ingreso operacional tiene relación directa con la producción de un bien o servicio que constituye el objeto social de la empresa. Todo ingreso operacional representa una fuente bruta interna de recursos y resulta del giro ordinario del negocio.	64
5.3 Ingresos no Operacionales.-los ingresos no operacionales son aquellos ingresos diferentes a los obtenidos por el desarrollo de la actividad principal de la empresa, ingresos que por lo general son ocasionales.	64
5.4 Costos.- el costo o coste es el gasto económico que representa la fabricación de un producto o la prestación de un servicio. Al determinar el costo de producción, se puede establecer el precio de venta al público del bien en cuestión (el precio al público es la suma del costo más el beneficio).	65
5.5 Costos Financieros.- los costos financieros son las retribuciones que se deben pagar como consecuencia de la necesidad de contar con fondos para mantener en el tiempo activo que permitan el funcionamiento operativo de la compañía.	

Dichos activos requieren financiamiento, y así existen terceros (acreedores) o propietarios (dueños), que aportan dinero (pasivos y patrimonio neto, respectivamente, según la óptica contable) quienes demandan una compensación por otorgarlo, dado que el dinero tiene un valor en el tiempo. Dicha compensación se llama INTERÉS y para la empresa que recibe los fondos representa un costo. 66

2.8 5.7 Inversiones del Proyecto 69

5.7.1 Capital de trabajo.-la definición más básica de capital de trabajo lo considera como aquellos recursos que requiere la empresa para poder operar. En este sentido el capital de trabajo es lo que comúnmente conocemos activo corriente. (Efectivo, inversiones a corto plazo, cartera e inventarios).70

5.7.2 Los Activos Nominales (AN) corresponden a intangibles tales como servicios o derechos necesarios para la puesta en marcha del proyecto.....71

CÁPITULO VI 72

6. Pronóstico Financiero 72

6.1 Estado Proforma.-Los estados pro-forma son estados financieros proyectados. Normalmente, los datos se pronostican con un año de anticipación. Los estados de ingresos pro-forma de la empresa muestran los ingresos y costos esperados para el año siguiente, en tanto que el Balance pro-forma muestra la posición financiera esperada, es decir, activo, pasivo y capital contable al finalizar el periodo pronosticado. 72

6.1.1 Flujo de caja.- Los flujos de caja son las variaciones de entradas y salidas de caja o efectivo, en un período dado para una empresa. El flujo de caja es la acumulación neta de activos líquidos en un periodo determinado y, por lo tanto, constituye un indicador importante de la liquidez de una empresa.....73

6.1.2 Punto de equilibrio.-Sin embargo la realidad es otra, el punto de equilibrio es una herramienta financiera que permite determinar el momento en el cual las

ventas cubrirán exactamente los costos, expresándose en valores, porcentaje y/o unidades, además muestra la magnitud de las utilidades o perdidas de la empresa cuando las ventas excedan o caen por debajo de este punto, de tal forma que este viene a ser un punto de referencia a partir del cual un incremento en los volúmenes de venta generará utilidades, pero también un decremento ocasionará perdidas, por tal razón se deberán analizar algunos aspectos importantes como son los costos fijos, costos variables y las ventas generadas.....	75
6.1.2 T _{marc} .- la tasa mínima de rendimiento es la tasa de oportunidad en el mercado o costo del capital que las fuentes que financian el proyecto pueden esperar obtener para invertir su dinero.	77
6.1.3 PRI.- Periodo de recuperación de la inversión es uno de los métodos que a corto plazo puede tener el favoritismo de algunas personas a la hora de evaluar sus proyectos de inversión. Por su facilidad de cálculo y aplicación el PRI es considerado un indicador que mide tanto la liquidez del proyecto como también el riesgo relativo pues permite anticipar los eventos en el corto plazo.	78
6.1.4 VAN.- el método del valor actual neto es la expresión en términos actuales, de los ingresos y egresos que se producen durante el horizonte de vida del proyecto y representa el total de sus recursos líquidos que quedan a favor de la empresa al final de su vida útil.	78
6.2 Coeficiente Financiero.-Unidades de medida que sirven para evaluar la situación financiera y el desempeño de la Empresa, relacionando entre sí determinadas partidas de los Estados Financieros.	80
6.2.1 RBC.- la razón beneficio costo se calcula dividiendo el valor presente de los beneficios entre el valor presente de los costos. Utilizando como tasa de descuento la que refleja el costo de los fondos, para mostrar la rentabilidad del proyecto.....	80

INDICE DE TABLAS

TABLA 1. Tasa de interes activa	10
TABLA 2. Producto Interno Bruto	13
TABLA 3. Índice General de Precios de Consumo (IPC) Del Estado. 2013.....	14
TABLA 4. Inflación	16
TABLA 5. Riesgo País	17
TABLA 6. Tasa de desempleo en Quito	22
TABLA 7. Gasto de publicidad	30
TABLA 8. Análisis FODA	30
TABLA 9. Pregunta #1	37
TABLA 10. Pregunta #2	38
TABLA 11. Pregunta #3	39
TABLA 12. Pregunta #5	41
TABLA 13. Pregunta #6	42
TABLA 14. Pregunta #7	43
TABLA 15. Pregunta #8	44
TABLA 16. Pregunta #9	45
TABLA 17. Pregunta #10	46
TABLA 18. Población Insatisfecha	47

TABLA 19. Porcentaje de consumo por farmacia	47
TABLA 20. Ventas Anuales	47
TABLA 21. Proyección de la demanda	49
TABLA 22. Cuadro de activos	52
TABLA 23. Cuadro de gastos	53
TABLA 24. Costos de venta	54
TABLA 25. Gastos Administrativos.....	55
TABLA 26. Gasto de Ventas	56
TABLA 27. Rol de pagos	58
TABLA 28. Ventas anuales de la Farmacia.....	64
TABLA 29. Gasto Administrativo	65
TABLA 30. Amortización	66
TABLA 31. Gasto de Venta.....	69
TABLA 32. Activos Fijos	70
TABLA 33. Activos Corrientes y Realizables	70
TABLA 34. Activos Diferidos	71
TABLA 35. Pronostico de ventas	72
TABLA 36. Proyección de la demanda	72
TABLA 37. Proyección Anual.....	73
TABLA 38. Estado de Pérdidas de Ganancia	74
TABLA 39. Flujo neto de caja	74
TABLA 40. Punto de equilibrio consolidado	75
TABLA 41. Cuadro de Variables.....	76
TABLA 42. Formula $P_x = a + bx$	76
TABLA 43. Punto de Equilibrio	76

TABLA 44. Rubros para cálculo de TMARC	77
TABLA 45. Calculo del Periodo de Recuperación de la Inversión	78
TABLA 46. Cálculo del Valor Actual Neto	79
TABLA 47. Calculo del Taza Interna de Retorno	79
TABLA 48. Calculo de Razón Costo Beneficio	80

RESUMEN EJECUTIVO

Este proyecto se realizó para concientizar y demostrar que en las zonas rurales también debería crecer del sector farmacéutico, en vista que estas áreas se están poblando rápidamente y cada vez hay más demanda de una farmacia, ya que los botiquines no pueden satisfacer las necesidades de los usuarios.

Para esto primero se realizó un estudio de mercado para comprobar la demanda que existe en el sector, basándonos en diez preguntas en nuestra encuesta las cuales nos demuestran: la necesidad de crear una farmacia en este lugar, la proyección de las ventas que se realizarán mensualmente en valores monetarios, cuánto invierte los pobladores en medicina, que tan importante es que la farmacia sea atendida por profesionales, este dato nos servirá también para demostrar la importancia de la carrera en este ámbito laboral, entre otras cosas.

Una vez que se analizó todas las ventajas y desventajas que presenta el proyecto, se llega a la deducción que es un proyecto factible y que tendrá buena acogida en el sector.

ABSTRACT

This project was conducted to raise awareness and show that in rural areas should also grow in the pharmaceutical sector , given that these areas are rapidly populating and there is increasing demand for pharmacy since the kits can not meet the needs of users.

For this first study was conducted to test the market demand in the sector , based on ten questions in our survey which show us : the need for a pharmacy in this place , the sales projections that were held monthly in monetary terms , the villagers invests in medicine, which is so important that the pharmacy is staffed by professionals , this data will also serve to demonstrate the importance of race in this workplace, among other things.

Once you analyze all the advantages and disadvantages of the project , you get to deduct that the project is feasible and to be well received in the industry.

CAPITULO I

1.1. Introducción

1.2. Antecedentes

Se observa que las farmacias no son tan comunes en las zonas rurales del país, ya que todo el mercado farmacéutico se engloba en las zonas urbanas las cuales tiene mayor afluencia de gente, esto provoca que la gente que vive en estos lugares tengan que desplazarse de un lugar a otro para conseguir su medicina, por este problema las tiendas han encontrado una ventaja más para sus negocios, ya que comercializan medicamentos también, pero no tienen la preparación, el conocimiento ni la infraestructura para hacerlo por lo que solo vende lo esencial sin poder satisfacer la necesidad de la población.

Los pocos botiquines existen en estos sectores tienen precios sin descuento, provocando así que al consumidor no le alcance para completar sus tratamientos, además no tienen variedad en su mercadería y en muchos casos no tienen productos que el usuario necesita afectando así su tiempo y economía.

El problema de las carreteras también es un inconveniente, ya que los distribuidores de medicina no llegan a estas zonas dificultando así la comercialización de medicamentos.

Los establecimientos solo podrán dar servicio si cumplen con la ley la cual será calificada por el Ministerio de Salud Pública, el que controla sus aspectos locativos técnicos, ambientales y demás conexos.

Esto se da por la poca gente que vive en estos sectores en relación a las zonas urbanas, pero los cambios demográficos y de viabilidad en los últimos años han

provocado mayor afluencia de gente en estos lugares, por lo que se hace necesaria la presencia de farmacias.

En la zona de San José de Moran existe una población aproximada de 16000 habitantes. En la cual existen dos botiquines, los cuales no satisfacen sus necesidades ya que no cuentan con toda la medicina necesaria, sus precios son altos y el personal que ahí labora no tiene los conocimientos necesarios de dispensación, expendio y buenas prácticas de almacenamiento, esto provoca que los consumidores tengan que trasladarse hacia otros sectores para adquirir sus medicamentos, arriesgando su seguridad, aumentando su gasto por el transporte que tendrá que utilizar, reduciendo su tiempo que podría ocuparlo en algo más, ya que el tiempo de viaje está entre 20 y 25 minutos hasta la primera farmacia ubicada en el sector de Carapungo, descuidando sus hogares los cuales se exponen a ser robados, y en el peor de los casos no compran la medicina para evitar tanto trámite provocando así que la gente empeore su salud, y como consecuencia tienen que ser llevados de urgencia al hospital público Pablo Arturo Suarez que se encuentra ubicado en la Av. De la Prensa y Luis Tufiño, ya que no cuentan con seguros médicos privados porque son gente que pertenece a un estrato medio bajo.

En un mercado donde las grandes cadenas y franquicias farmacéuticas ganan terreno, las pequeñas boticas de sectores populares y zonas rurales buscan sobrevivir.

La fórmula que está surgiendo para algunas de ellas no es distante al esquema de negocio que ahora se impone. Dos nuevas marcas aparecieron en los últimos meses para tratar de asociar a las pequeñas farmacias que se asientan en las periferias y sectores rurales.

Detrás de esos modelos de negocios se intenta mantener a las boticas que luchan por subsistir frente a la oferta y descuentos que tienen para sus clientes las grandes cadenas. Descuentos que los pequeños locales se ven imposibilitados de transferir a sus usuarios por no adquirir grandes volúmenes de medicamentos. El Grupo Difare, que tiene las marcas Cruz Azul y Pharmacys, entró con una nueva versión de franquicia para captar parte de ese nicho con Farmacias Comunitarias.

Con casi 16 meses de haber introducido esa denominación, la compañía distribuidora logró instalar su marca en 150 farmacias que están en sectores urbano-marginales o en lugares rurales de 80 puntos del país.

“Nosotros notamos que las farmacias pequeñas tenían la necesidad de sobrevivir, porque era una necesidad en el sitio donde estaban operando”, dice Antonio Quezada, del Grupo Difare.

Bajo esa modalidad, Difare llega con su asesoría a farmacias que estaban operando de manera independiente. El cambio para quienes acceden a la franquicia no solo está en el nombre, en los modulares y pintada del local. El grupo apoya a los propietarios con descuentos en la mercancía para que estos se traspasen al consumidor.

Con esta nueva alternativa para las pequeñas farmacias y botiquines, hay una oportunidad para crecer en las zonas rurales.

1.3 Justificación

La creación de un comisariato de la salud ayudara a la población en muchos aspectos:

La ventaja con este proyecto es que los habitantes de este sector tendrán la seguridad de encontrar toda la medicina que necesiten, por ejemplo: para el cuidado del bebe, de la mujer, de caballeros, niños, insumos hospitalarios etc., a precios bajos, más cerca de su hogar y sin tener que correr ningún tipo de riesgo por tener que trasladarse de un lugar a otro, logrando así completar sus tratamientos y evitar así que las enfermedades progresen, al contrario neutralizándolas y en muchos casos sanándolos completamente.

En lo social este proyecto ayudara a evitar el incremento de los robos y asaltos, en vista de que no tendrán que abandonar por mucho tiempo sus hogares pudiendo así salvaguardarlos, además ayudara en el crecimiento y desarrollo de estos barrios ya que la gente sabrá que al vivir ahí no tienen problemas en el acceso a productos e insumos medicinales, logrando confianza en los pobladores y sobre todo seguridad, además se podrán abrir plazas de trabajo para jóvenes ayudándolos a crecer profesionalmente.

Con este proyecto habrá mejor afluencia de la población y crecerá el comercio en el sector, (peluquería, comida, frutería, panadería) logrando así mejorar la economía de muchos hogares.

Viéndolo desde el punto económico los habitantes del sector ahorrarán, ya que obtendrán descuentos en sus compras variedad de oportunidades para escoger sus

tratamientos, y ya no tendrán que gastar en transporte para su traslado obteniendo así un dinero extra para invertirlo en otras necesidades.

En lo familiar podrán pasar más tiempo con sus seres queridos y tener la confianza de que se encuentran seguros en su hogar.

CAPÍTULO II

2. AMBIENTE EXTERNO

2.1 El medio externo Económico.

El medio externo económico interesa no solo a las organizaciones cuya misión es la producción y distribución de bienes y servicios que las personas pueden adquirir, sino también tiene gran importancia para otros tipos de empresas organizadas, como una oficina del gobierno que toma recursos, generalmente de los contribuyentes y a cambio ofrece servicios deseados por el público.

2.1.2 Capital.

Casi cualquier tipo de organización necesita capital en forma de maquinaria, edificios, inventarios de bienes, equipo de oficina, herramientas de todos tipos y efectivo. Parte de esto puede ser producida por la organización misma, o en general dependen de diversos proveedores para sus requerimientos de capital, y la labor de estos proveedores es producir los materiales y otros bienes del capital que una organización necesita para su operación. Esto significa que todos los tipos de operaciones dependen de la disponibilidad y precios de los bienes de capital que requieren, pero las sociedades varían considerablemente de esta disponibilidad.

Por ejemplo, en Brasil puede ser que haya una carencia de instalaciones ferroviarias, de las que abundan en Estados Unidos.

2.1.3 Trabajo.

Otro insumo importante del medio económico es la disponibilidad, calidad y precio de la fuerza laboral, siendo este último un insumo económico muy importante para una organización. Por ejemplo, los salarios relativamente altos en Estados Unidos y muchas Naciones Europeas con frecuencia crean problemas

de costos para los productores de esos países. No es sorprendente que muchos productos que exigen un elevado insumo en fuerza de trabajo sean elaborados fuera de Estados Unidos y en naciones como México, Corea y Taiwán.

2.1.4 Niveles de precios.

Los insumos en una organización están claramente afectados por los cambios en el nivel de precios, la inflación por ejemplo no solo afecta a las organizaciones, sino también repercute negativamente en todo tipo de organización a través de sus efectos en costo de mano de obra, material y otros bienes.

2.1.5 Política Fiscal y Tributaria del gobierno.

La naturaleza de las políticas fiscales y tributarias del gobierno es otro factor importante de la organización. Aunque, estrictamente hablando, se trata de aspectos del medio político, su impacto económico sobre todas las empresas es impresionante. Por ejemplo, el Gobierno controla la disponibilidad de crédito por medio de la política fiscal. La política tributaria del gobierno afecta a todos los segmentos de la sociedad, así como la forma en que se aplican los impuestos. Una ventaja con el gobierno es la apertura y beneficios que está brindando a las pequeñas empresas, por ejemplo los préstamos bancarios.

2.1.6 Valor actual neto (VAN)

El VAN es un indicador financiero que mide los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá un proyecto, para determinar, si luego de descontar la inversión inicial, nos quedaría alguna ganancia. Si el resultado es positivo, el proyecto es viable.

El VAN debe ser mayor a o para que sea positivo, además podemos ver si un negocio nos da más ganancia que una inversión financiera.

La fórmula del VAN es:

$$\text{VAN} = \text{BNA} - \text{Inversión}$$

$\text{VAN} > 0 \rightarrow$ el proyecto es rentable.

$\text{VAN} = 0 \rightarrow$ el proyecto es rentable también, porque ya está incorporado la ganancia.

$\text{VAN} < 0 \rightarrow$ el proyecto no es rentable.

Entonces para hallar el VAN se necesitan:

- Tamaño de la inversión.
- flujo de caja neto proyectado.
- Tasa de descuento.

$$\text{VAN} = \sum_{t=1}^n \frac{V_t}{(1+k)^t} - I_0$$

- V_t = representa los flujos de caja en cada periodo t.

- I_0 = es el valor del desembolso inicial de la inversión.
- n = es el número de períodos considerado.

Mediante el VAN podremos ver los ingresos que la empresa tendrá en un futuro y verificar si pueden ser mayores a una inversión bancaria.

2.1.7 Tasa interna de retorno (TIR)

La TIR es la tasa de descuento (TD) de un proyecto de inversión que permite que el BNA sea igual a la inversión (VAN igual a 0). La TIR es la máxima TD que puede tener un proyecto para que sea rentable, pues una mayor tasa ocasionaría que el BNA sea menor que la inversión (VAN menor que 0).

Entonces para hallar la TIR se necesitan:

- Tamaño de inversión.
- flujo de caja neto proyectado.

La *Tasa Interna de Retorno* TIR es el tipo de descuento que hace igual a cero el

[VAN](#):

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1 + TIR)^t} - I = 0$$

2.1.8 Tasa mínima de rendimiento

Es la tasa de oportunidad en el mercado o costo del capital que las fuentes que financian el proyecto pueden esperar obtener para invertir su dinero.

TABLA 1. Tasa de interes activa

Tasas de Interés			
AGOSTO 2013 (*)			
1. TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS VIGENTES			
Tasas Referenciales		Tasas Máximas	
Tasa Activa Efectiva Referencial para el segmento:	% anual	Tasa Activa Efectiva Máxima para el segmento:	% anual
	8.17	Productivo Corporativo	9.33
Productivo Empresarial	9.53	Productivo Empresarial	10.21
Productivo PYMES	11.20	Productivo PYMES	11.83
Consumo	15.91	Consumo	16.30
Vivienda	10.64	Vivienda	11.33
Microcrédito Acumulación Ampliada	22.44	Microcrédito Acumulación Ampliada	25.50
Microcrédito Acumulación Simple	25.20	Microcrédito Acumulación Simple	27.50
Microcrédito Minorista	28.82	Microcrédito Minorista	30.50
2. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS PROMEDIO POR INSTRUMENTO			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Depósitos a plazo	4.53	Depósitos de Ahorro	1.41
Depósitos monetarios	0.60	Depósitos de Tarjetahabientes	0.63
Operaciones de Reporto	0.24		
3. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS REFERENCIALES POR PLAZO			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Plazo 30-60	3.89	Plazo 121-180	5.11
Plazo 61-90	3.67	Plazo 181-360	5.65
Plazo 91-120	4.93	Plazo 361 y más	5.35
4. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS MÁXIMAS PARA LAS INVERSIONES DEL SECTOR PÚBLICO			
5. TASA BÁSICA DEL BANCO CENTRAL DEL ECUADOR (según regulación No. 009-2010)			
6. OTRAS TASAS REFERENCIALES			
Tasa Pasiva Referencial	4.53	Tasa Legal	8.17
Tasa Activa Referencial	8.17	Tasa Máxima Convencional	9.33
Fuente: prod.dge@bce.ec			

La tasa de interés que mantienen los bancos relativamente se podría decir que es baja si tenemos un negocio el cual puede superar la misma, logrando una rentabilidad razonable.

2.1.9 PIB, Producto Interno Bruto

El PIB es la medida de referencia más amplia de la situación económica de un país, y representa el valor total en los mercados de todos los bienes y servicios producidos en un país durante un año.

El PIB es el valor monetario de los bienes y servicios finales producidos por una economía en un período determinado. También se lo denomina Producto Bruto Interno (PBI).

Producto = se refiere a valor agregado.

Interno = se refiere a que es la producción dentro de las fronteras de una economía.

Bruto = se refiere a que no se contabilizan la variación de inventarios ni las depreciaciones o apreciaciones de capital.

2.1.10 Métodos de determinación.

El PIB puede calcularse a través de tres procedimientos:

2.1.11 Método del gasto

En el método del gasto, el PIB se mide sumando todas las demandas finales de bienes y servicios en un período dado. En este caso se está cuantificando el destino de la producción. Existen cuatro grandes áreas de gasto: el consumo de

las familias (C), la inversión en nuevo capital (I), el consumo del gobierno (G) y los resultados netos del comercio exterior (exportaciones - importaciones):

Obsérvese que las exportaciones netas son iguales a las exportaciones (X) menos las importaciones (M). Desde el punto de vista del gasto o demanda, el PIB resulta ser la suma de los siguientes términos:

$$PIB_{pm} = C + G + I + X - M$$

Donde PIB_{pm} es el producto interno bruto valorado a precios de mercado, C es valor total del consumo final nacional, I es la formación bruta de capital también llamada inversión. X es el volumen monetario de las exportaciones y M el volumen de importaciones. Si se tiene en cuenta la existencia del sector público se distingue entre consumo e inversión privadas y gasto público en adquisición de bienes y servicios: G , entonces modificamos la fórmula:

$$PIB_{pm} = C_{pr} + I_{pr} + G + X - M$$

2.1.12 Método de la distribución o del ingreso

Este método suma los ingresos de todos los factores que contribuyen al proceso productivo, como por ejemplo, sueldos y salarios, comisiones, alquileres, derechos de autor, honorarios, intereses, utilidades, etc. El PIB es el resultado del cálculo por medio del pago a los factores de la producción. Todo ello, antes de deducir impuesto.

$$PIB = R_L + R_K + R_r + B + A + (I_i - S_b)$$

Donde R_L representa los salarios procedentes del trabajo, R_K las rentas procedentes del capital o la tierra, R_r los intereses financieros, B los beneficios, A las amortizaciones, I_i los impuestos indirectos, S_b los subsidios.

TABLA 2. Producto Interno Bruto

FECHA	VALOR
Enero-31-2012	84682.30 millones de USD
Enero-31-2011	77831.60 millones de USD
Enero-31-2010	67812.30 millones de USD
Enero-31-2009	62519.70 millones de USD
Enero-31-2008	61762.60 millones de USD
Enero-31-2007	51007.80 millones de USD
Enero-31-2006	46802.00 millones de USD
Enero-31-2005	41507.10 millones de USD
Enero-31-2004	36591.70 millones de USD
Enero-31-2003	32432.90 millones de USD
Enero-31-2002	28548.90 millones de USD
Enero-31-2001	24468.30 millones de USD
Enero-31-2000	18318.60 millones de USD
Enero-31-1999	16896.00 millones de USD
Enero-31-1998	23290.00 millones de USD

Se puede observar que del año 2011 al 2012 hubo un incremento del 8.8% del PIB.

2.1.13 IPC, Índice de Precios al Consumo

El Índice de Precios al Consumo (IPC) es sin lugar a dudas el indicador de inflación más importante. Representa cambios en el nivel de los precios minoristas

para la cesta básica del consumidor.

TABLA 3. Índice General de Precios de Consumo (IPC) Del Estado. 2013

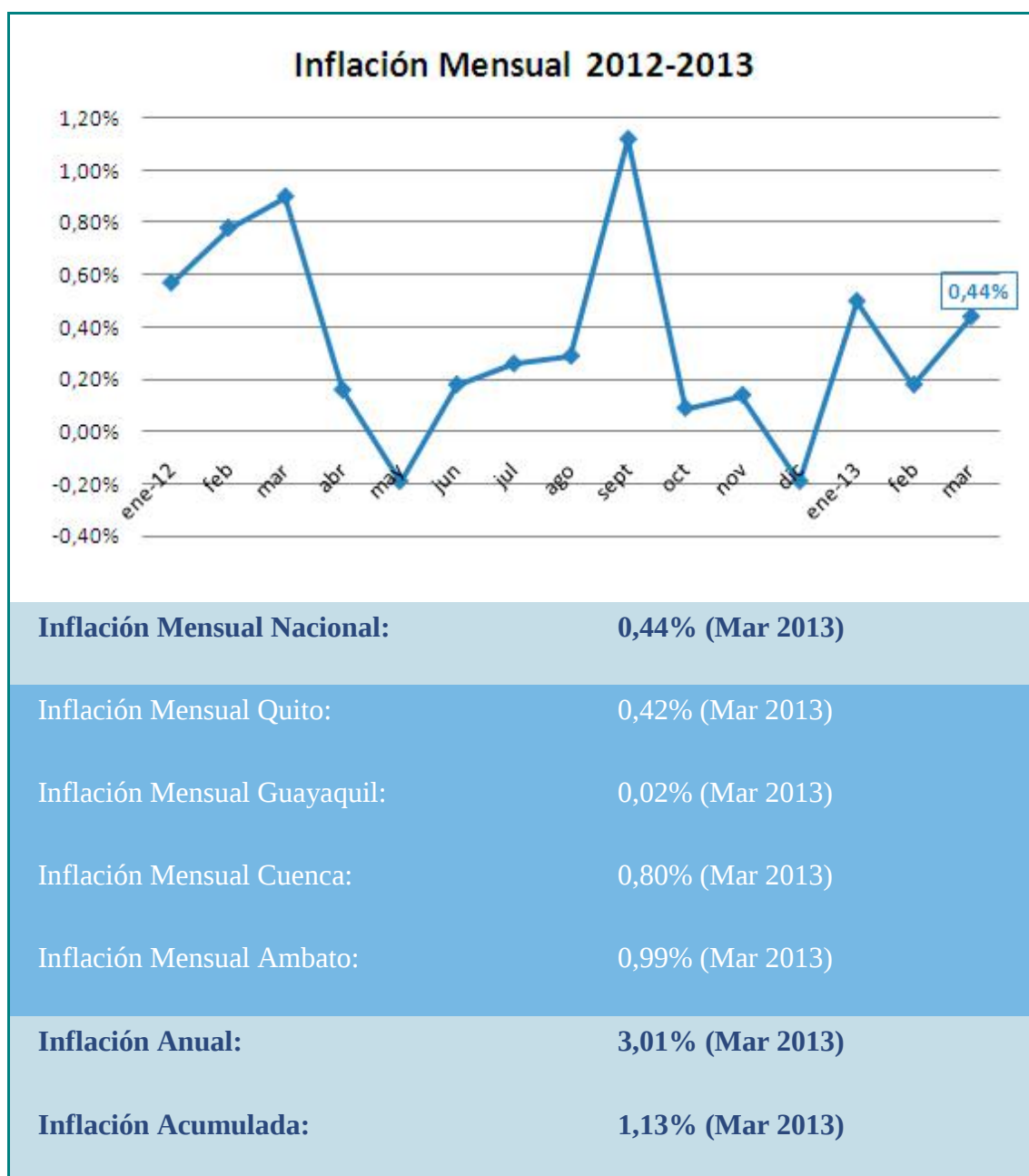
	Índice	Variación mensual	Variación en lo que va de año	Variación annual
2012				
Julio	101,9	-0,2	0,5	2,2
Agosto	102,5	0,6	1,1	2,7
Septiembre	103,5	1,0	2,1	3,4
Octubre	104,4	0,8	2,9	3,5
Noviembre	104,2	-0,1	2,8	2,9
Diciembre	104,3	0,1	2,9	2,9
2013				
Enero	103,0	-1,3	-1,3	2,7
Febrero	103,1	0,2	-1,1	2,8
Marzo	103,5	0,4	-0,8	2,4
Abril	103,9	0,4	-0,4	1,4
Mayo	104,1	0,2	-0,2	1,7
Junio	104,2	0,1	-0,1	2,1
Julio	103,7	-0,5	-0,6	1,8

Fuente: Under Creative Commons License: [Attribution](#)

Además, en situaciones de crecimiento normales, los sueldos se suelen actualizar respecto a este indicador.

Si la economía se desarrolla en condiciones normales, el aumento del IPC suele llevar aparejado un aumento en los tipos de interés básicos. Esto provoca un aumento en el grado de atractivo de una divisa.

FIGURA 1. INFLACIÓN MENSUAL 0,44% MARZO 2013



Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC

TABLA 4. Inflación

FECHA	VALOR
Junio-30-2013	2.68 %
Mayo-31-2013	3.01 %
Abril-30-2013	3.03 %
Marzo-31-2013	3.01 %
Febrero-28-2013	3.48 %
Enero-31-2013	4.10 %
Diciembre-31-2012	4.16 %
Noviembre-30-2012	4.77 %
Octubre-31-2012	4.94 %
Septiembre-30-2012	5.22 %
Agosto-31-2012	4.88 %
Julio-31-2012	5.09 %
Junio-30-2012	5.00 %
Mayo-31-2012	4.85 %
Abril-30-2012	5.42 %
Marzo-31-2012	6.12 %
Febrero-29-2012	5.53 %
Enero-31-2012	5.29 %
Diciembre-31-2011	5.41 %
Noviembre-30-2011	5.53 %
Octubre-31-2011	5.50 %
Septiembre-30-2011	5.39 %
Agosto-31-2011	4.84 %
Julio-31-2011	4.44 %

Fuente: WWW.BANCOCENTRALDELECUADOR.COM.EC

La inflación que presenta mensual es baja, este indicador nos favorecería ya que se podría asumir que la gente puede realizar inversiones en su salud.

2.1.14 RIESGO PAIS (EMBI Ecuador)

El riesgo país es un concepto económico que ha sido abordado académica y empíricamente mediante la aplicación de metodologías de la más variada índole: desde la utilización de índices de mercado como el índice EMBI de países emergentes de Chase-JPmorgan hasta sistemas que incorpora variables económicas, políticas y financieras. El Embi es un índice de bonos de mercados emergentes, el cual refleja el movimiento en los precios de sus títulos negociados en moneda extranjera. Se la expresa como un índice o como un margen de rentabilidad sobre aquella implícita en bonos del tesoro de los Estados Unidos.

TABLA 5. Riesgo País

FECHA	VALOR	FECHA	VALOR
Agosto-19-2013	631.00	Agosto-04-2013	621.00
Agosto-18-2013	610.00	Agosto-03-2013	621.00
Agosto-17-2013	610.00	Agosto-02-2013	621.00
Agosto-16-2013	610.00	Agosto-01-2013	617.00
Agosto-15-2013	611.00	Julio-31-2013	620.00
Agosto-14-2013	613.00	Julio-30-2013	620.00
Agosto-13-2013	613.00	Julio-29-2013	621.00
Agosto-12-2013	617.00	Julio-28-2013	621.00
Agosto-11-2013	617.00	Julio-27-2013	621.00
Agosto-10-2013	617.00	Julio-26-2013	621.00
Agosto-09-2013	617.00	Julio-25-2013	618.00
Agosto-08-2013	618.00	Julio-24-2013	617.00
Agosto-07-2013	617.00	Julio-23-2013	621.00
Agosto-06-2013	619.00	Julio-22-2013	622.00
Agosto-05-2013	620.00	Julio-21-2013	623.00

2.2El medio externo tecnológico

El término tecnología se refiere a la suma total del conocimiento que se tiene sobre las maneras de hacer las cosas. Incluye los inventos, las técnicas y el

amplio archivo de conocimiento organizado. Sin embargo su principal influencia se da en las formas de hacer las cosas, en cómo se diseña, produce, distribuye y vende bienes y servicios.

2.2.1 Impacto de la tecnología y categorías del cambio tecnológico.

Los beneficios de la tecnología deben ser sopesados frente a los problemas asociados con los desarrollos tecnológicos. Lo que se requiere es un enfoque equilibrado que tome las ventajas de la tecnología y al mismo tiempo reduzca al mínimo algunos de los efectos secundarios indeseados.

El alcance del cambio tecnológico se muestra a continuación.

- Mayores posibilidades de controlar el tiempo y la distancia para el movimiento de carga y pasajeros.
- Mayores posibilidades de generar, almacenar, transportar y distribuir energía.
- Mecanización o automatización de los procesos físicos.
- Mecanización o automatización de ciertos procesos mentales.
- Mayor entendimiento de la conducta individual o grupal y cómo manejarla.
- Mejor conocimiento de las enfermedades y su tratamiento.

La ayuda de la tecnología en este mercado es fuerte ya que de esto depende la rapidez en los pedidos, las alianzas, los descuentos (por el sistema operativo con el que se trabaje en la farmacia) el cumplir con la ley (entregando facturas por todas las compras que realicen, además el crecimiento en el mercado por el nuevo ingreso de laboratorios farmacéuticos con tecnología de punta para la

fabricación y distribución de medicamentos ha crecido entregando variedad no solo en productos sino también en precios.

2.3 El medio externo social

Resulta difícil separar los medios social, político y ético, sin embargo, con fines conceptuales si es posible.

El medio social está integrado por las actitudes, deseos, expectativas, grados de inteligencia y educación, creencias y costumbre de las personas en un grupo o sociedad determinada.

El medio político y legal es primordialmente el complejo de leyes, regulaciones y agencias del gobierno, y sus acciones, que afectan a todos los tipos de empresas.

El medio ético comprende el conjunto de estándares generalmente aceptados y practicados de conducta personal. Aunque estos estándares podrían o no estar codificados por la ley, en cualquier grupo en el que se apliquen tienen la misma fuerza que la ley.

2.3.1 Actitudes, creencias y valores sociales.

Existe una diversidad de valores que dificulta a la alta dirección diseñar un medio conducente al desempeño y la satisfacción. Aun es más difícil responder a esas fuerzas cuando están fuera de la empresa. No obstante no les queda otra alternativa que tenerlas en cuenta en su toma de decisiones.

A lo largo del desarrollo social, han surgido diversas creencias sociales que son importantes para la alta dirección:

1. La creencia de que existen oportunidades para las personas dispuestas y capaces de trabajar para aprovecharlas.

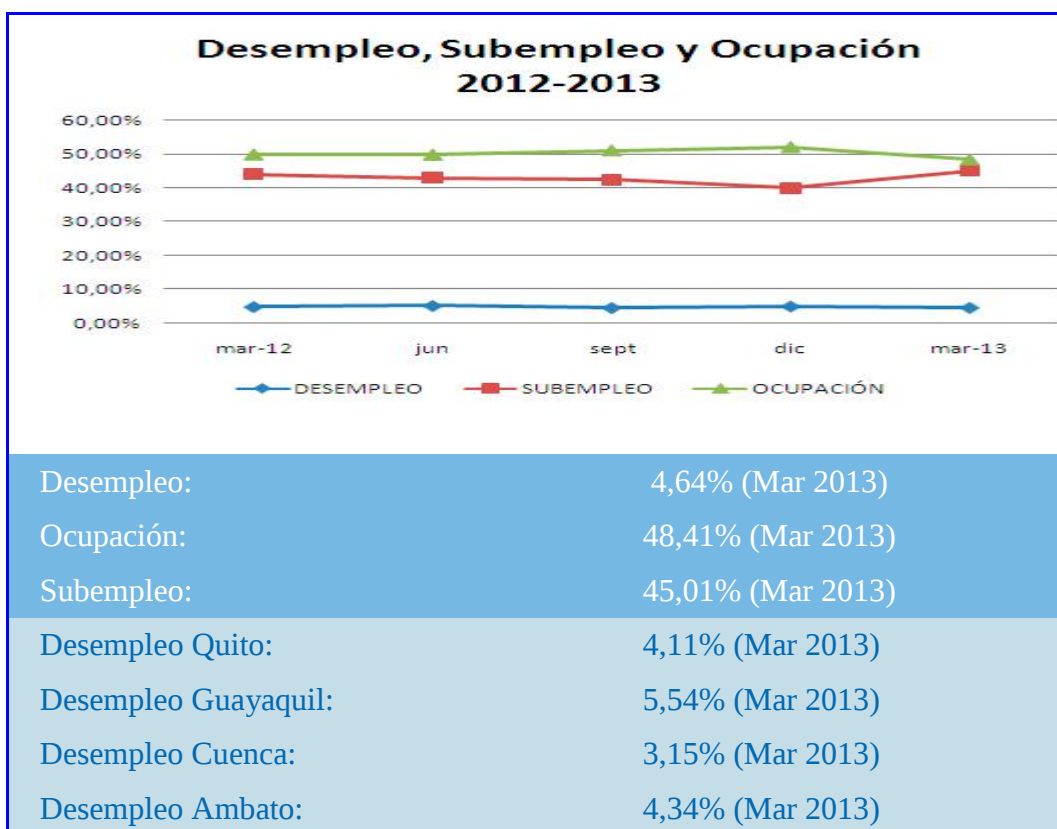
2. Fe en los negocios y respeto hacia los propietarios y líderes de los mismos.
3. Creencia en la competencia y la competitividad en todos los aspectos de la vida, pero particularmente en los negocios.
4. Respeto por los individuos, sin importar su raza, religión o credo.
5. Creencia y respeto por la educación.
6. Fe en los procesos lógicos, la ciencia y la tecnología.
7. Creencia en la importancia del cambio y la experimentación para encontrar mejores maneras de hacer las cosas.

Aun cuando estas y otras creencias han tendido a erosionarse en la medida en que mejora el nivel de vida de la población y las expectativas de una vida mejor tienden a incrementarse más rápido, siguen teniendo fuerza.

2.3.4 Indicadores de empleo

Los indicadores de empleo reflejan la salud laboral de una economía. Para entender cómo funciona una economía y sobre todo para medir la paz social, es importante saber cuánto empleo se está creando o destruyendo, qué porcentaje de la fuerza laboral es activo y cuántas personas están solicitando subsidios de desempleo. Se entiende que una tasa del 4% de desempleo (menor es problemático) es encontrarse en una situación inmejorable, ya que en este 4% se engloba gente que está buscando cambiar de empleo para mejorar sus situaciones económicas. Una tasa inferior suele acarrear de forma inmediata inmigración. Una tasa por encima del 15% suele acarrear no sólo el aumento del gasto del estado en subsidios de desempleo sino además malestar general y ruptura de la paz social.

FIGURA 2. DESEMPLEO 4, 64% MARZO 2013



Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC

Podemos observar que el porcentaje de subempleo es alto, lo que en un futuro puede provocar el índice de desempleo comience a subir provocando una crisis económica la cual perjudicaría el proyecto.

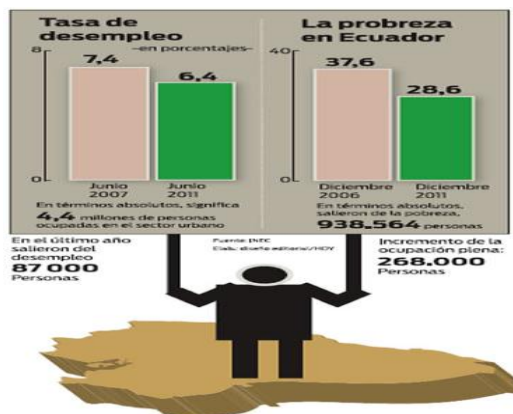
TABLA 6. Tasa de desempleo en Quito

FECHA	VALOR
Junio-30-2013	4.44 %
Marzo-31-2013	4.11 %
Diciembre-31-2012	4.43 %
Septiembre-30-2012	3.38 %
Junio-30-2012	4.35 %
Marzo-31-2012	3.67 %
Diciembre-31-2011	4.31 %
Septiembre-30-2011	4.20 %
Junio-30-2011	3.79 %
Marzo-31-2011	5.67 %
Diciembre-31-2010	4.32 %
Septiembre-30-2010	5.77 %
Junio-30-2010	6.65 %

Aunque Quito tiene un porcentaje bajo de desempleo según las estadísticas va ir incrementándose.

2.3.5 Indicadores sociales

FIGURA 3. Pobreza



2.4 El medio externo: político y legal

Como ya se indicó antes, el medio político y legal de la alta dirección está vinculado con el medio social. Las leyes normalmente son aprobadas como resultado de presiones y problemas sociales. Sin embargo una vez que son aprobadas, por lo general se quedan en los libros después de que ha desaparecido la necesidad socialmente percibida que se tenía para instituir las.

2.4.1 El medio político.

Los medios políticos (actitudes y acciones de los líderes políticos y gubernamentales y los legisladores) cambian con el surgimiento y desarrollo de las demandas y creencias sociales. El gobierno afecta a casi todas las empresas y todos los aspectos de la vida. Con respecto a una organización, actúa en dos funciones esenciales: promueve y limita los negocios. Finalmente es el Gobierno el principal cliente que compra bienes y servicios.

2.4.2 El medio legal.

El otro papel del gobierno es limitar y regular los negocios. Hay muy poco que la alta dirección pueda hacer en cualquier organización que no esté vinculado y con frecuencia específicamente controlado por una ley o reglamento.

Muchas de las leyes y reglamentos son necesarias, aun cuando muchas se tornan obsoletas. Sin embargo representan un medio complejo para la alta dirección. Se espera que ellos conozcan las restricciones y requisitos legales aplicables a sus acciones. Por lo tanto es natural que cuenten con un experto legal muy cerca de ellos cuando tomen decisiones.

2.4.3 Ético

Todas las personas, ya sea que estén en el gobierno, los negocios, una universidad o cualquier otra organización, se preocupan por la ética se define como: *"la disciplina que tiene que ver con el bien y el mal y con el deber y obligación moral"*. La ética de los negocios tiene que ver con la verdad y la justicia y tiene una variedad de aspectos como son las expectativas de la sociedad, la competencia justa, la publicidad, las relaciones públicas, responsabilidades sociales, autonomía del consumidor y la conducta de la corporación en su país de origen, así como en el extranjero.

2.4.4 Teorías éticas

En las organizaciones los gerentes compiten por obtener información, influencia y recursos. Los criterios que guían la conducta ética y desarrollada como tres tipos básicos de teorías morales en el campo de la ética normativa son:

1. La teoría utilitaria, sugiere que los planes y acciones deben evaluarse por consecuencias. La idea es que los planes y acciones deben producir el máximo bien para el mayor número de personas.
- 2. La teoría basada en los derechos, sostiene que todas las personas tienen derechos básicos como el derecho a la libertad de conciencia, la libre expresión, el proceso correcto y otros.
- 3. La teoría de la justicia, que exige que quienes tomen las decisiones estén guiados por la justicia y la equidad así como la imparcialidad.

2.5 Análisis Interno

2.5.1 Propuesta

La creación de un comisariato de Salud en San José de Moran Distrito Metropolitano de Quito.

2.5.2 Objetivos

- Establecer la comercialización de medicamentos en zonas rurales.
- Analizar el tiempo adecuado para el inicio del proyecto tomando en cuenta el espacio y realizando los cálculos económicos para poder ejecutarlo.
- Realizar el estudio de mercado que permitirá tener una visión clara y precisa de la plaza, reduciendo la inseguridad de aceptación.
- Analizar los entornos macro y micro para determinar los factores externos que puedan incidir en la ejecución del proyecto.

2.5.3 Misión

Exender y dispensar medicamentos de consumo humano con los mejores precios de Quito y la mejor atención, logrando brindar un servicio eficaz y responsable a nuestros usuarios.

2.5.4 Visión

Ser la farmacia más reconocida del sector norte de Quito, por la variedad de productos y los precios más cómodos del mercado, con el fin de brindar la mejor atención a nuestros usuarios con garantía y calidad de servicio en su salud, mediante la expedición, dispensación y buenas prácticas de almacenamiento de

medicamentos, satisfaciendo las necesidades de la población sin ningún tipo de excepción, en un periodo determinado de tres años.

2.5.5 Valores

Responsabilidad.- Con nuestros usuarios y los derechos de nuestro cliente interno.

Honestidad.- Cumpliendo siempre lo que la ley designe.

Cooperación.- logrando formar equipos de trabajo.

Servicio al cliente.- orientar nuestras acciones a la atención y satisfacción de las necesidades de los usuarios.

Respeto.- El aprecio por el valor de alguien o de algo, el respeto a los derechos de uno mismo y de los demás, al medio ambiente, el no lastimar a quien debemos valorar.

Muchas de las leyes y reglamentos se desarrollan lentamente, por lo que los gerentes perspicaces no solamente deben responder a las presiones sociales, sino que tienen el problema también de prever y enfrentar las presiones políticas así como las leyes que podrían aprobarse.

En vista de que las farmacias han tenido un crecimiento muy rápido en el mercado farmacéutico, es muy difícil la obtención de cupos para la apertura de farmacias,

Las condiciones que debe cumplir un establecimiento son varias como lo dice el art. de la ley Orgánica de Salud, además existen otros entes que regulan su funcionamiento como son los bomberos, medio ambiente etc.

Confianza.- Tener lo que el usuario necesita siempre y darle información de lo que tenga dudas.

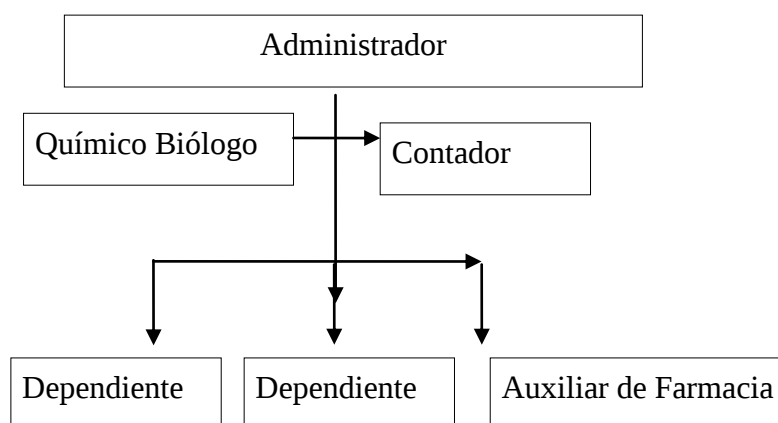
La laboriosidad.- el gusto de trabajar y esforzarse en conseguir objetivos si rendirse.

La lealtad.- la fidelidad a la empresa.

La libertad.- la capacidad de los individuos de controlar sus propias acciones.

2.5 Gestión Administrativa

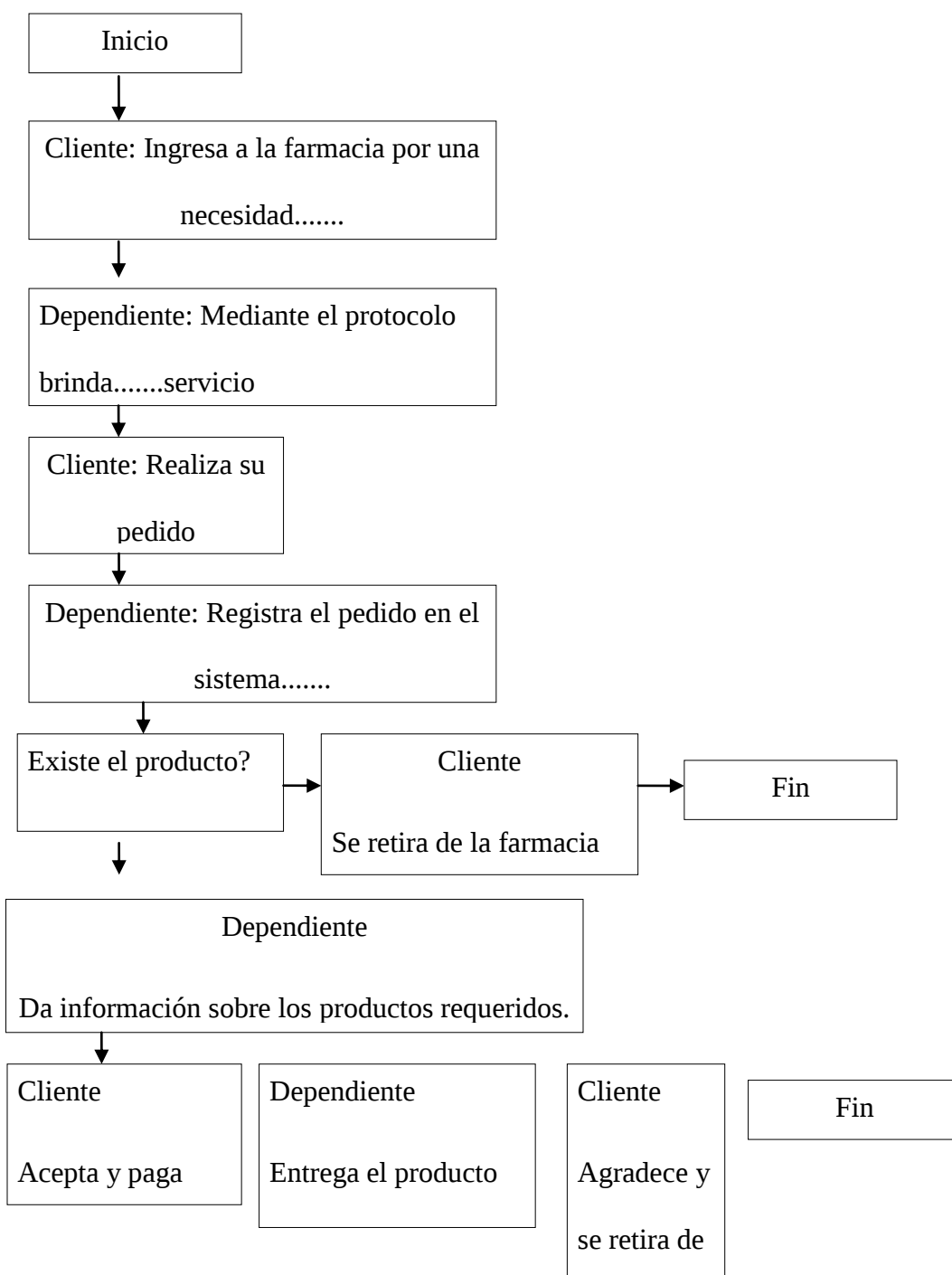
GRÁFICO 3. Organigrama de Funciones



Realizado por: Johana Jácome

2.7 Gestión Operativa

Organigrama Funcional



2.6 2.8 Gestión Comercial

Producto.- Realizar encuestas, analizar encuestas para ver el movimiento del tipo de productos en el sector, sondeando las enfermedades más comunes.

Precio.- Implica ponerle precio monetario a mis costos de producción más el tiempo, esfuerzo, molestias, y una utilidad para la empresa, después de este análisis se podrá determinar el descuento que la farmacia debe dar en la mercadería al cliente.

Promoción.- conjunto de actividades que manifiesta a un producto para persuadir al mercado, es una mezcla de venta personal, publicidad y propaganda, relaciones públicas, ofertas.

Personas.- Una estrategia toma en cuenta sus gustos, necesidades, preferencias y los medios de cómo promocionar los productos en la actualidad esta estrategia es la más utilizada en las organizaciones por el avance de la tecnología.

Plaza.- todas las organizaciones, ya sea que produzcan tangibles o intangibles, tienen interés en las decisiones sobre la plaza, también llamada canal, sitio, entrega, distribución, ubicación o cobertura. Es decir, cómo ponen a disposición de los usuarios las ofertas y las hacen accesibles a ellos.

2.6.2 2.8.1 Estrategias

- Realizar combos y promociones con los productos.
- Con descuentos superiores al 10% en productos que la gente consuma constantemente.
- Dando regalos por todas sus compras a los clientes.

- Entregando volantes con los precios descuentos y promociones con los que la farmacia cuenta los pobladores de San José de Moran para que conozcan los productos y las novedades que se les ofrece.
- Ofrecer los beneficios que ya tienen en las demás farmacias por ejemplo medicación continua.

TABLA 7. Gasto de publicidad

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	COSTOS ANUAL
Obsequios	150	0,5	75	900
Canguil	1	200	200	200
Hojas volantes	400	0,08	32	384
Esferos	300	0,15	45	540
CD Móvil	2	25	50	600
Globos	2000	0,06	120	1440
TOTAL			522	4064

Realizado por: Johana Jácome

2.9 Análisis FODA

TABLA 8. Análisis FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
La infraestructura	
	Factor económico
Variedad de productos	Créditos con proveedores
Personal capacitado	
Descuentos	El porcentaje de rentabilidad

El conocimiento y la experiencia en el campo	

OPORTUNIDAD	AMENAZAS
Incremento de la población en el sector	La delincuencia
La apertura para negocios en estas zonas	Los cambios de políticas (300 metros distante a una farmacia de cadena)
La ayuda del gobierno en la creación de pequeñas empresas.	Desabastecimiento de algunas medicinas en el mercado
Las carreteras	Cambio de precios
La competencia del sector de San José de Moran	Incremento de salarios y condiciones
	Nuevos en el mercado de San José de Moran

Realizado por Johana Jácome

2.9.1 Análisis

Debilidades;- el factor económico en este momento se puede denominar una debilidad en el proyecto, pero existe la alternativa de un préstamo y en el momento que se lo obtenga esto pasara hacer una fortaleza.

El crédito con proveedores los primeros tres meses será complicado adquirirlo, después de ese tiempo lograremos acuerdos que serán beneficiosos pasando a formar una de mis fortalezas.

Ser nuevos en el mercado nos puede dar inconvenientes hasta conocer y que la gente nos conozca de eso dependerá el futuro del proyecto.

El margen de ganancia que obtiene la farmacia es al comienzo relativamente bajo ya que habrá que cubrir gastos, asumir pérdidas, perder negociaciones, atenernos a las políticas del mercado y de los proveedores, pero la permanencia logrará un cambio radical si se logra estabilidad en el mercado, confianza de parte de los consumidores.

Ya que se podrá llegar a mejores acuerdos con los proveedores en la cual salgan beneficiadas las dos partes.

CÁPITULO III

3.1 Análisis del consumidor

El principal objetivo de todo empresario es conocer y entender bien a los clientes, que el producto o servicio pueda ser ajustado a sus necesidades para poder satisfacerlo, teniendo en cuenta las ofertas de la competencia. .

En el análisis del consumidor ya no basta con saber ¿qué quiere? el consumidor, hay que ir más allá. Cuando los bienes y servicios de la empresa hacen clic con las tendencias y los estilos de vida del consumidor, hay más impacto. A veces lo importante es incursionar en lo que el consumidor no sabe que quiere (por ejemplo la palm), en qué investigación se descubrió que un consumidor quería una Palm. ¡El consumidor no sabía que existía! Hoy la palm es un producto de gran éxito en el mercado.

3.1.1 ¿Qué es muestra?

En estadística una muestra estadística (también llamada muestra aleatoria o simplemente muestra) es un subconjunto de casos o individuos de una población estadística.

Aplicando la fórmula de la muestra:

$$n = (Z^2pqN) / (Ne^2 + Z^2pq)$$

- Nivel de confianza (Z) = 1.96
- Grado de error (e) = 0.05
- Universo (N) = 16000
- Probabilidad de ocurrencia (P) = 0.5
- Probabilidad de no ocurrencia (Q) = 0.5

$$n = ((1.96)^2 (0.5) (0.5) (16000)) / ((16000) (0.05)^2 + (1.96)^2 (0.5) (0.5))$$

$$n = ((3.84) (0.25) (16000)) / ((16000) (0.0025) + (3.84) (0.25))$$

$$n = 15360 / 40 + 0.96$$

$$n = 15360 / 40.96$$

$$n = 375$$

3.1.2 ¿Qué es encuesta?

Una **encuesta** es un estudio observacional en el cual el investigador busca recaudar datos por medio de un cuestionario prediseñado, y no modificar el entorno ni controlar el proceso que está en observación.

La población de San José de Moran es de 16000 habitantes, la muestra para realizar son 375 encuestas, en las cuales se realizaran las siguientes preguntas:

3.1.3 Modelo de la encuesta

Buenos días/tardes, estamos realizando una encuesta para evaluar la creación de una nueva farmacia. Le agradeceremos brindarnos un minuto de su tiempo y responder las siguientes preguntas:

1.- ¿Cuando usted está enfermo acude?

- Al Medico
- A la farmacia
- Algún conocido

2.- ¿Que es más importante para usted en una farmacia?

- La atención
- El precio

- Los descuentos

3.- ¿Qué tipo de medicina normalmente consume usted?

- Genéricos
- De marca
- Copias

4.- ¿En qué horario a menudo realiza sus compras?

- En la mañana
- En la tarde
- En la noche

5.- ¿Es importante para usted que la farmacia sea atendida por profesionales?

- SI
- NO
- A Veces
- Porque

6.- ¿Cuánto consume en medicina normalmente al mes?

- De 0 a 5 dólares
- De 5 a 10 dólares
- De 15 a 25 dólares
- Más de 25 dólares

7.- ¿Con que frecuencia compra medicamentos?

- Al mes
- Trimestral
- Semestral

- Anual

8.- ¿En qué farmacias prefiere realizar sus compras?

- Sana Sana
- Luz y Vida
- Farma II
- Farmacias Económicas

9.- ¿Cómo calificaría la atención de las farmacias que ya existen en el barrio de San José de Moran?

- Excelente
- Buena
- Mala
- Porque

10.- ¿Cree usted necesaria la creación de una farmacia en el barrio de San José de Moran?

- Si
- No
- Tal vez
- Por qué??

La muestra tomada para esta encuesta fue 375 pobladores con los cuales la respuesta es:

3.1.4 Tabulación de las preguntas

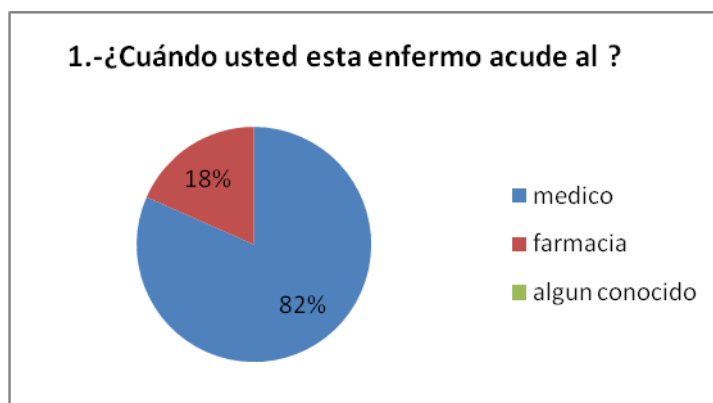
TABLA 9. Pregunta #1

1.-¿Cuándo usted está enfermo acude al: ?

	Cantidad	Porcentaje
Medico	306	81,60%
Farmacia	69	18,40%
algún conocido		
Total	375	100,00%

Realizado por: Johana Jácome

GRÁFICO 4.Pregunta #1



Realizado por: Johana Jácome

Podemos ver que el 81,60% de los pobladores de San José de Moran asisten al médico cuando están enfermos, por lo que tendría que ofrecer una atención excelente para que ellos acudan a la farmacia a comprar.

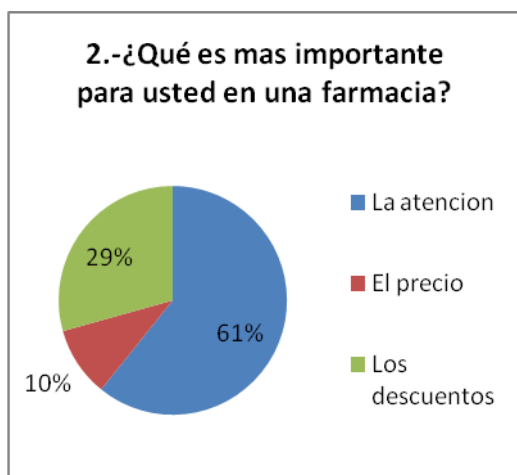
TABLA 10. Pregunta #2

2.- ¿Qué es más importante para usted en una farmacia?

	cantidad	porcentaje
La atención	228	60,80%
El precio	37	9,87%
Los descuentos	110	29,33%
Total	375	100,00%

Realizado por: Johana Jácome

GRÁFICO 5. Pregunta #2



Realizado por: Johana Jácome

Para el 60,80% de la población de San José de Moran es más importante la atención que brindan los dependientes en la farmacia que sus precios o descuento

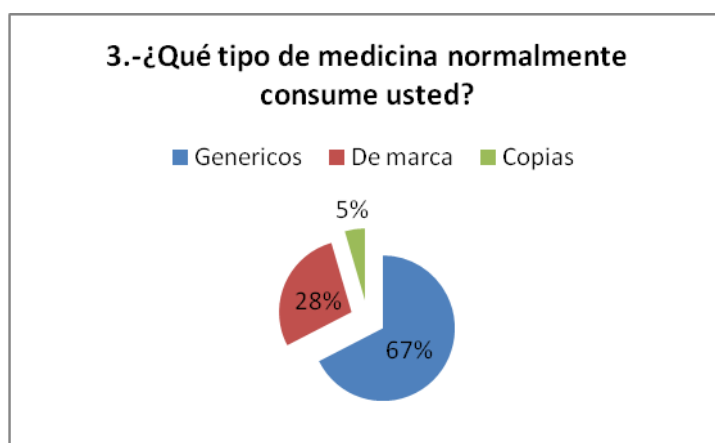
TABLA 11. Pregunta #3

3.- ¿Qué tipo de medicina normalmente consume usted?

	Cantidad	porcentaje
Genéricos	253	67,46%
De marca	105	28%
Copias	17	4,54%
Total	375	100,00%

Realizado por: Johana Jácome

GRÁFICO 5. Pregunta #3



Realizado por: Johana Jácome

La población de San José de Moran en un 67,46% prefieren consumir productos genéricos porque son económicos y pueden terminar sus tratamientos.

TABLA 11.Pregunta #4

4.- ¿En qué horario a menudo realiza sus compras?

	cantidad	Porcentaje
En la mañana	131	34,93%
E n la tarde	139	37,06%
En la noche	105	28%
Total	375	99,99%

Realizado por: Johana Jácome

GRÁFICO Pregunta #4



Realizado por: Johana Jácome

Hay una equidad en la afluencia de gente en el horario de la mañana y la tarde por lo que podríamos determinar que es el horario que mayor atención debemos ponerle.

TABLA 12. *Pregunta #5*

5.- ¿Es importante para usted que la farmacia sea atendida por profesionales?

	Cantidad	Porcentaje
Si	358	95,47%
No		
A veces	17	4,53%
Total	375	100,00%

Realizado por: Johana Jácome

GRÁFICO #9 Pregunta #5



Realizado por: Johana Jácome

El 95,47 % de los pobladores de San José de Moran prefieren ser atendidos por profesionales en una farmacia ya que esto les brinda confianza.

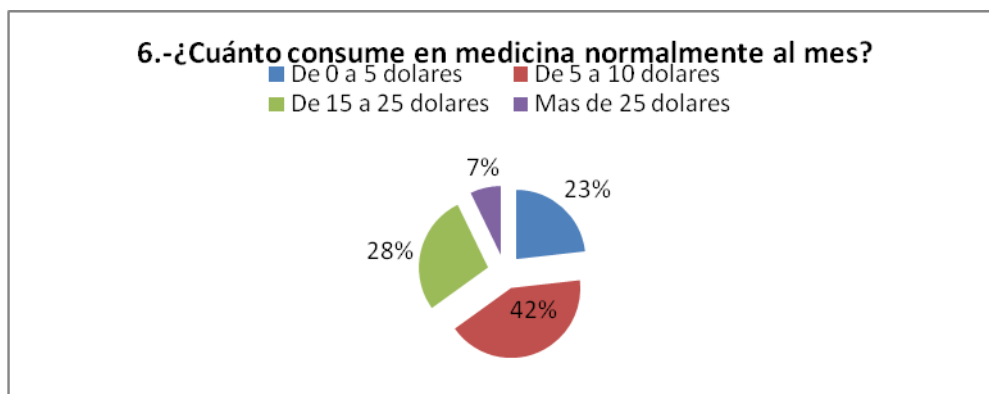
TABLA 13. Pregunta #6

6- ¿Cuánto consume en medicina normalmente al mes?

	Cantidad	porcentaje
De 0 a 5 dólares	87	23,20%
De 5 a 10 dólares	157	41,86%
De 15 a 25 dólares	104	27,73%
Más de 25 dólares	27	7,20%
Total	375	99,99%

Realizado por: Johana Jácome

GRÁFICO #10 Pregunta #6



Realizado por: Johana Jácome

El 41,87% de los pobladores están en un margen de 5 a 10 dólares en sus consumos y este valor me va a servir para proyectar ingresos en el proyecto.

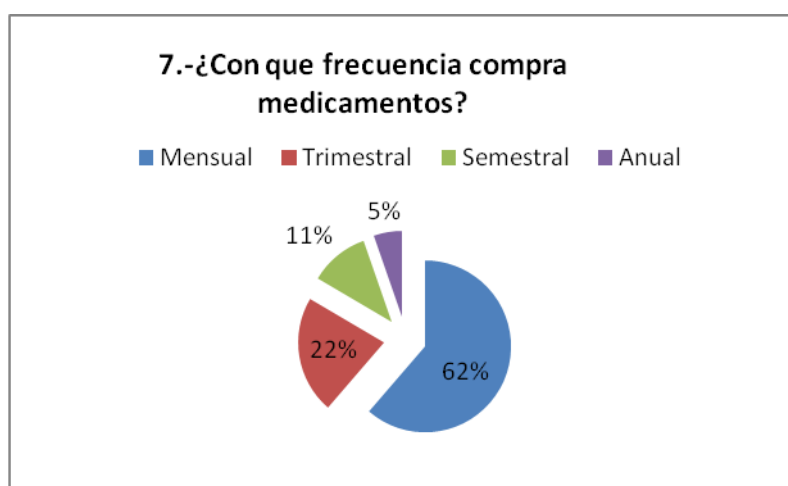
TABLA 14. Pregunta #7

7.- ¿Con que frecuencia compra medicamentos?

	Cantidad	porcentaje
Mensual	230	61,33%
Trimestral	83	22,13%
Semestral	42	11,20%
Anual	20	5,33%
Total	375	99,99%

Realizado por: Johana Jácome

GRÁFICO #11 Pregunta #7



Realizado por: Johana Jácome

El 61,33 % de los pobladores realizan sus compras en un promedio de dos veces por mes.

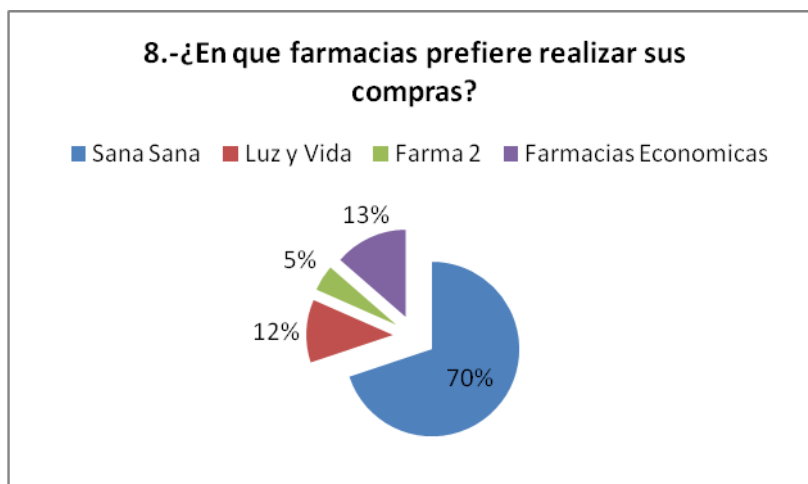
TABLA 15. Pregunta #8

8.- ¿En qué farmacias prefiere realizar sus compras?

	Cantidad	Porcentaje
Sana Sana	262	69,87%
Luz y Vida	44	11,73%
Farma 2	18	4,80%
Farmacias Económicas	51	13,60%
Total	375	100,00%

Realizado por: Johana Jácome

GRÁFICO # 12 Pregunta #8



Realizado por: Johana Jácome

El 69,87 % de los pobladores de San José de Moran realizan sus compras en la Farmacia Sana Sana que se encuentra ubicada en Carapungo un sector que está ubicado a 30 minutos del sector antes mencionado.

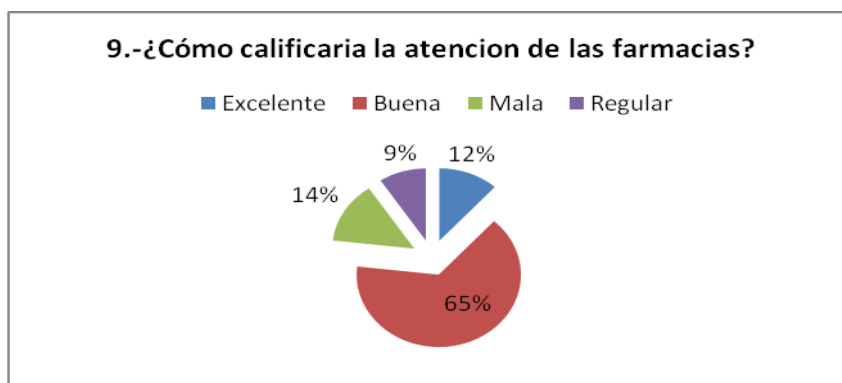
TABLA 16. Pregunta #9

9.- ¿Cómo calificaría la atención de las farmacias que ya existen en el barrio Luz y Vida?

	Cantidad	Porcentaje
Excelente	44	11,73%
Buena	244	65,06%
Mala	52	13,87%
Regular	35	9,33%
Total	375	99,99%

Realizado por: Johana Jácome

GRÁFICO #13 Pregunta #9



La mayoría de los pobladores dicen que la farmacia no cuenta con los medicamentos necesarios ni tampoco les dan ningún beneficio por sus compras por lo que prefieren ir a comprar en Carapungo aunque les queda alejado el lugar.

TABLA 17. Pregunta #10

10.- ¿Cree usted necesaria la creación de una farmacia?

en el barrio luz y vida?

	Cantidad	Porcentaje
Si	349	93,06%
No	26	6,93%
Tal vez		
Total	375	99,99%

Realizado por: Johana Jácome

GRÁFICO #14Pregunta #10



Realizado por: Johana Jácome

Podemos ver que el 93,06 % de los pobladores de San José de Moran desean que se ponga una farmacia en el sector con las siguientes características:

Que abran en un horario que sobrepase las 19:00 horas.

Que tenga todo los productos que requieren.

Que sea atendido por gente profesional.

Que les ofrezcan beneficios como descuentos, campañas, como lo hacen las grandes cadenas, etc.

Población Insatisfecha 93%

Demanda Insatisfecha 18,6 %

TABLA 18. *Población Insatisfecha*

Tabulaciones		
SI	93%	14880
NO	7%	1120
TOTAL	100%	16000

Realizado por: Johana Jácome

TABLA 19. Porcentaje de consumo por farmacia

Farmacias: cuanto consumen en cada una de ellas			
Sanan Sana	69,87%	\$ 11.179,20	
Económicas	13,60%	\$ 2.176,00	
Luz y Vida	11,73%	\$ 1.876,80	
Farma II	4,80%	\$ 768,00	
TOTAL	100,00%	\$ 16.000	
FARMACIAS			
Población total	16.000,00	100%	
D. insatisfecha	2976	19%	

Realizado por: Johana Jácome

TABLA 20. Ventas Anuales

Total ventas mensual		venta promedio	7,5
Farmacia	Población	consumo	
Sana Sana	11179	83842,5	
Económicas	2176	16320	
Luz y Vida	1876	14070	
Farma II	768	5760	
TOTAL	16000	120000	

P. insatisfecha	venta promedio	venta promedio mensual
2976	\$ 7,5	\$ 22.320,00

Realizado por: Johana Jácome

2.7 3.4 Demanda

Demanda.- La demanda se define como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos en los diferentes precios del mercado por un consumidor (demanda individual) o por el conjunto de consumidores (demanda total o de mercado), en un momento determinado. La demanda es una función matemática.

Inflación.-El término inflación, en economía, se refiere al aumento de precios de bienes y servicios en un periodo de tiempo. Otra forma de definirlo es como la disminución del valor del dinero respecto a la cantidad de bienes o servicios que se pueden comprar con dicho dinero.

El crecimiento poblacional o crecimiento demográfico es el cambio en la población en un cierto plazo, y puede ser cuantificado como el cambio en el número de individuos en una población usando "tiempo por unidad" para su medición

TABLA 21. Proyección de la demanda

venta anual	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
\$ 267.840,00	\$ 306.864,29	\$ 351.574,41	\$ 402.798,81	\$ 461.486,59	\$ 528.725,19

Realizado por: Johana Jácome

Tomando en cuenta los siguientes datos para el incremento:

Se toma en cuenta el crecimiento población que es el 1.6% según los datos del banco mundial.

El incremento del sector farmacéutico es del 14% anual según lo público, La inflación anual en septiembre llego al 1.71% según lo publicado por el INEC.

La oferta.- Se denomina oferta a los bienes o servicios que la empresa ofrece a sus probables clientes

Proyección de la Oferta

Inventario Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
\$ 50.000,00	\$ 57.285,00	\$ 75.193,92	\$ 113.082,52	\$ 194.840,46	\$ 384.621,63

CAPITULO IV

4.1 Tamaño del proyecto

Capacidad Instalada.- Es la cantidad máxima de Bienes o servicios que pueden obtenerse de las plantas y equipos de una Empresa por unidad de Tiempo, bajo condiciones tecnológicas dadas.

Se puede medir en cantidad de Bienes y servicios producidos por unidad de Tiempo.

Demanda.- Cantidad máxima de un Bien o servicio que un individuo o grupo de ellos está dispuesto a adquirir a un determinado Precio, por unidad de Tiempo.

Refleja la voluntad y capacidad económica de adquirir un determinado bien por parte de todas las personas que manifiestan una Necesidad capaz de ser satisfecha por el Consumo del referido Bien.

4.3. Estudio Técnico

El objetivo de aquí es diseñar como se producirá aquello que venderás. Si se elige una idea es porque se sabe o se puede investigar cómo se hace un producto,

o porque alguna actividad gusta de modo especial. En el estudio técnico se define:

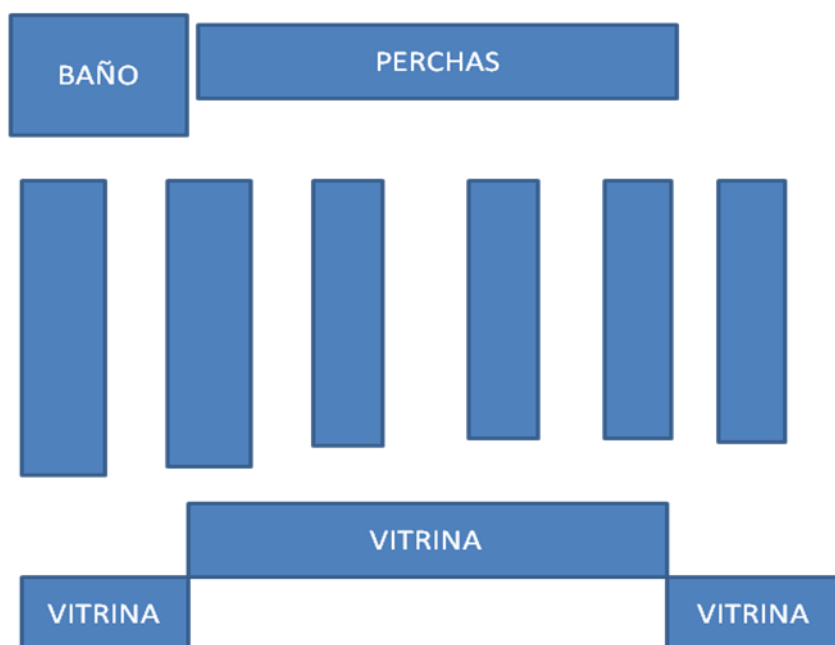
- ✓ Donde ubicar la empresa, o las instalaciones del proyecto.
- ✓ Donde obtener los materiales o materia prima.
- ✓ Que máquinas y procesos usar.
- ✓ Que personal es necesario para llevar a cabo este proyecto.

En este estudio, se describe que proceso se va a usar, y cuanto costara todo esto, que se necesita para producir y vender. Estos serán los presupuestos de inversión y de gastos.

Local 40 metros cuadrados

Inventario inicial \$33480

GRÁFICO #15 Mapa del local



Realizado por: Johana Jácome

TABLA 22. Cuadro de activos

ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL	
ACTIVOS	
<u>Activos Corrientes</u>	
Caja/ Bancos	\$ 9.195,67
Mercadería	\$ 50.000,00
<u>Activos Fijos</u>	
Muebles y enseres	\$ 4.362,40
Equipos de computación	\$ 1.792,00
<u>Activos Diferidos</u>	
Gastos de constitución	\$ 9.072,00
Patentes	\$ 700,00
Total Activos	\$ 75.122,07

Realizado por: Johana Jácome

TABLA 23. Cuadro de gastos

costo de ventas	\$ 33.480,00	\$ 33.480,00
Gastos Administrativos	\$ 13589,744	\$ 13589,744
Gastos de Ventas	\$ 20697,48	\$ 20697,48
TOTAL CAPITAL DE OPERACIÓN	\$ 67.767,22	\$ 67.767,22

Realizado por: Johana Jácome

4.3.1 Costo de Venta

El costo de venta es el costo en que se incurre para comercializar un bien, o para prestar un servicio. Es el valor en que se ha incurrido para producir o comprar un bien que se vende.

TABLA 24. Costos de venta

Descripción	cantidad	v. unitario	v. total
Inventario	1	\$ 50.000,00	\$ 50.000,00

4.3.2 Mercadería.-Son todos los artículos o productos que fueron adquiridos con el objeto de ser vendidos y que se utilizan en operaciones de compra y venta.

4.3.3 Gasto Administrativo.- Son aquellos gastos que tiene que ver directamente con la administración general del negocio, y no con sus actividades operativas. Contienen los salarios del Gerente General, secretarias, contadores, alquileres de oficinas, papelería de oficinas, suministros y equipo de oficinas, etc.

TABLA 25. *Gastos Administrativos*

DESCRIPCION	VALOR
Alarma	\$ 1.800,00
Teléfono	\$ 960,00
Tinta	\$ 25,00
Cinta	\$ 120,00
Sellos	\$ 5,00
Fechador	\$ 5,00
Carpetas	\$ 42,00
Hojas	\$ 13,50
Esferos	\$ 6,00
Tijeras	\$ 9,00
Engrapadora	\$ 7,50
Perforadora	\$ 6,00
Grapas	\$ 14,70
Arriendo	\$ 3.600,00
servicios básicos	\$ 1.800,00
Vademécum	\$ 100,00
Candados	\$ 120,00
Software	\$ 1.000,00
mantenimiento sistema	\$ 100,00
Garantía	\$ 900,00
Letreros	\$ 2.000,00
SUBTOTAL	\$ 12.633,70
IVA	\$ 1.516,04
TOTAL	\$ 14.149,74

Realizado por: Johana Jácome

4.3.4 Gasto de ventas.-Los originados por las ventas o que se hacen para el fomento de éstas, tales como: comisiones a agentes y sus Gastos de viajes, Gastos de propaganda, Servicios de correo, teléfono del área de ventas, etc.

TABLA 26. Gasto de Ventas

DESCRIPCION	VALOR
Publicidad	\$ 4.064,00
sueldos y comisiones	\$ 16.107,24
Depreciaciones	\$ 990,24
Total	\$ 21.161,48

Realizado por: Johana Jácome

4.3.5 Mano de obra.- Se conoce como mano de obra al esfuerzo físico y mental que se pone al servicio de la fabricación de un bien. El concepto también se utiliza para nombrar al costo de este trabajo (es decir, el precio que se le paga al trabajador por sus recursos).

La mano de obra puede clasificarse en directa o indirecta. La mano de obra directa es aquella involucrada de forma directa en la fabricación del producto terminado. Se trata de un trabajo que puede asociarse fácilmente al bien en cuestión.

4.3.6 Rol de pagos

2.7.2 El rol de pagos, también denominado nómina, es un registro que realiza toda empresa para llevar el control de los pagos y descuentos que debe realizar a sus empleados cada mes, de manera general, en este documento se consideran dos secciones, una para registrar los ingresos como sueldos, horas extras, comisiones, bonos, etc. y otra para registrar los descuentos como aportes para el seguro social, cuotas por préstamos concedidos por la compañía, anticipos, etc.

4.3.7 Sueldo.- es el valor que se paga quincenal o mensual por un trabajo o servicio realizado.

4.3.8 Décimo tercero.- es el bono que se paga en el mes de diciembre en el cual se suman todo lo ganado en el año y se divide para doce es decir es un doble sueldo.

4.3.9 Décimo cuarto.- Es un bono escolar que se entrega a los trabajadores bajo relación de dependencia, indistintamente de su cargo o remuneración (con excepción de los operarios y aprendices de artesanos). El valor es un salario básico unificado que en este año es 318 dólares y se lo paga hasta el 15 de agosto de cada año.

4.3.10 Aporte patronal.- Los aportes patronales resultan ser aquellas sumas de dinero que el patrón estará obligado a aportarle al estado por tener empleados. Las mismas no son recuperables para el empleador y resultan ser indispensables para aquellas personas que quieran jubilarse, ya que se les exige tener al día sus aportes patronales para poder acceder en el futuro a una jubilación. El valor que se paga es el 20,50 % el cual se dividirá el 9,35 % que pagara el empleado y el 11.15% que lo pagara el empleador.

4.3.11 Vacaciones.- es el derecho que tiene el trabajador por haber cumplido un año de trabajo en la misma empresa, se le concede 15 días de vacaciones remuneradas.

4.3.12 Fondos de reserva.- es el 8.33 % de la remuneración que el patrono pagara al empleado a partir del treceavo mes de trabajo.

TABLA 27. Rol de pagos

N.-	Cargo	Sueldos	IESS	13	14	Vacaciones	IESS Patrono	F.R	Total 1 mes	Total Año
1	Administrador	600	56,1	50,00	26,5	25,00	66,9		712,30	8547,6
2	Auxiliar	318	29,733	26,50	26,5	13,25	35,457		389,97	4679,688
3	Químico	240	0	0,00	0	0,00	0		240,00	2880
4			0	0,00	0	0,00	0		0,00	0
								Total	1342,27	16107,288

4.3.14 Publicidad.- es una forma de comunicación comercial que intenta incrementar el consumo de un producto o servicio a través de los medios de comunicación y de técnicas de propaganda, que pueden ser BTL O ATL.

4.3.15 Comisión.- es el porcentaje que se da al empleado por las ventas realizadas el cual es variable.

4.4 Localización

Localización.- el problema de localización se suele abordar en dos etapas. 1ra: macro localización. Decidir la zona general en donde se instalara el proyecto (empresa o negocio) 2da: micro localización, elegir el punto preciso, dentro de la macro zona, en donde se ubicara definitivamente la empresa o negocio.

4.4.1 Macro localización.- también llamada macro zona, es el estudio de localización que tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto. Determinando sus características físicas e indicadores socioeconómicos más relevantes.

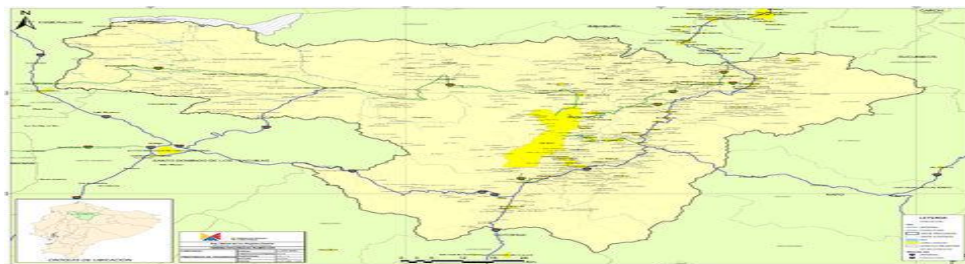
Es decir, cubriendo las exigencias o requerimiento de proyecto, el estudio se constituye en un proceso detallado como. Mano de obra materiales primas, energía eléctrica, combustibles, agua, mercado, transporte, facilidades de distribución, comunicaciones, condiciones de vida leyes y reglamentos, clima, acciones para evitar la contaminación del medio ambiente, apoyo, actitud de la comunidad, zona francas. Condiciones, sociales y culturales.

<http://es.scribd.com/doc/19553506/Macrolocalizacion>

El local se va ubicar en el país de Ecuador Provincia Pichincha en la ciudad de Quito, parroquia Calderón.

GRÁFICO #16

Mapa de Calderón



Realizado por: Johana Jácome

4.4.2 Micro localización.- conjuga los aspectos relativos a los asentamientos humanos, identificación de actividades productivas, y determinación de centros de desarrollo. Selección y delimitación precisa de las áreas, también denominada sitio, en que se localizara y operara el proyecto dentro de la macro zona.

4.4.3 Localización Óptima.- La localización óptima de un proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital.

La ubicación del local es en la parroquia de Calderón que se encuentra ubicada al Noreste del Distrito Metropolitano de San Francisco de Quito, tiene una alta densidad poblacional, ya que es uno de los polos de desarrollo; donde puede crecer y expandirse la Ciudad Capital del Ecuador, tiene una altura de 2.696 metros s con un clima templado en día; mientras las noches son frías, en el sector San José de Moran, Barrio Luz y Vida, calle principal Simón Bolívar y Manuela Espejo Lote 807.

FIGURA #17

Mapa de Carapungo



Realizado por: Johana Jácome

4.5 Ingeniería del Producto

Es una disciplina de la ingeniería cuyo objeto es el diseño y desarrollo de productos desde la concepción inicial hasta su puesta en el mercado. Implica una continua toma de decisiones basadas en conocimiento positivo para ir modelando el producto.

Distribución de planta.- La distribución de planta es un concepto relacionado con la disposición de las máquinas, los departamentos, las estaciones de trabajo, las áreas de almacenamiento, los pasillos y los espacios comunes dentro de una instalación productiva propuesta o ya existente. La finalidad fundamental de la distribución en planta consiste en organizar estos elementos de manera que se asegure la fluidez del flujo de trabajo, materiales, personas e información a través del sistema productivo.

4.5.2 Proceso Productivo.- Un proceso de producción es un sistema de acciones que se encuentran interrelacionadas de forma dinámica y que se orientan a la transformación de ciertos elementos. De esta manera, los elementos de entrada (conocidos como factores) pasan a ser elementos de salida (productos), tras un proceso en el que se incrementa su valor.

4.6 Aspectos Legales.- Al crear una empresa, con el montón de trámites burocráticos que debe uno cumplir, es altamente probable que no se dé la suficiente importancia a toda una serie de aspectos legales en los que la nueva empresa queda involucrada y que pueden afectar al desarrollo posterior de la empresa.

4.6.1 Permisos y Registros

Además de los trámites para crear una sociedad será normal estar obligado a inscribirse en determinados registros o solicitar la concesión de determinados permisos para iniciar o desarrollar una actividad. En este punto, la dificultad mayor está en averiguar cuáles son los permisos a obtener del Estado -y sus Ministerios-, Comunidades Autónomas, Ayuntamientos, etc.

Uno de estos registros es el Registro Mercantil donde no sólo será obligatorio inscribir la empresa en su fundación sino que regularmente deben presentarse los libros oficiales para su legalización.

6.2 Requisitos para abrir una farmacia

2. Establecimientos Farmacéuticos

Laboratorios farmacéuticos, laboratorios homeopático laboratorios cosméticos, productos higiénicos, laboratorios veterinarios laboratorios dental – gases medicinales (laboratorio envasado distribución)

- Solicitud para permiso de funcionamiento - Planilla de Inspección.

-Copia del Título del profesional responsable (Bioquímico farmacéutico – Técnico Dental veterinarios según el caso).

.-Copia del Certificado del título emitido por el Conesup

- Lista de productos

.Nómina de visitantes médicos si los tuviere, legalmente registrados en el Ministerio de salud, con aval de la Gerencia.

- Plano del local a escala 1.50

Permiso del CONSEP (en caso de usar y/o comercializar precursores químicos)

Copia de certificado de salud ocupacional emitido por los centros de salud del Ministerio de Salud (el certificado de salud tiene validez por 1 año desde su emisión)

- Copias de la Cédula y Certificado de Votación del propietario.
- Copia del RUC establecimiento.
- Copias del permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos

CAPITULO V

5.1 Ingresos.-"Ingreso son todos los incrementos de los beneficios económicos durante el período contable en forma de entradas o aumentos de activos, o decrementos de pasivos que resultan en incrementos de capital, diferentes a aquellos relativos con contribuciones por parte de los socios." [NIC, 1994]

5.2 Ingresos Operacionales.- Son todos los aumentos brutos del patrimonio originados directamente en el desarrollo del objeto social del ente, distintos de los aumentos en los aportes de los propietarios. Un ingreso operacional tiene relación directa con la producción de un bien o servicio que constituye el objeto social de la empresa. Todo ingreso operacional representa una fuente bruta interna de recursos y resulta del giro ordinario del negocio.

TABLA 28. Ventas anuales de la Farmacia

P. insatisfecha	venta promedio	venta promedio mensual	venta anual
2976	7,5	\$ 22.320,00	\$ 267.840,00

Realizado por Johana Jácome

5.3 Ingresos no Operacionales.-los ingresos no operacionales son aquellos ingresos diferentes a los obtenidos por el desarrollo de la actividad principal de la empresa, ingresos que por lo general son ocasionales.

5.4 Costos.- el costo o coste es el gasto económico que representa la fabricación de un producto o la prestación de un servicio. Al determinar el costo de producción, se puede establecer el precio de venta al público del bien en cuestión (el precio al público es la suma del costo más el beneficio).

5.4.1 Los costos administrativos.- son los recursos necesarios para las operaciones y manejos dentro de una empresa, son los gastos o costos que la empresa aplica para la realización de trámites y movimientos internos

TABLA 29. *Gasto Administrativo*

DESCRIPCION	VALOR
Alarma	\$ 1.800,00
Teléfono	\$ 960,00
Tinta	\$ 25,00
Cinta	\$ 120,00
Sellos	\$ 5,00
Fechador	\$ 5,00
Carpetas	\$ 42,00
Hojas	\$ 13,50
Esferos	\$ 6,00
Tijeras	\$ 9,00
engrapadora	\$ 7,50
perforadora	\$ 6,00
Grapas	\$ 14,70
Arriendo	\$ 3.600,00
servicios básicos	\$ 1.800,00
vademécum	\$ 100,00
Candados	\$ 120,00
Software	\$ 1.000,00
mantenimiento sistema	\$ 100,00
Garantía	\$ 900,00
Letreros	\$ 2.000,00
SUBTOTAL	\$ 12.633,70
IVA	\$ 1.516,04
TOTAL	\$ 14.149,74

5.5 Costos Financieros.- los costos financieros son las retribuciones que se deben pagar como consecuencia de la necesidad de contar con fondos para mantener en el tiempo activo que permitan el funcionamiento operativo de la compañía. Dichos activos requieren financiamiento, y así existen terceros (acreedores) o propietarios (dueños), que aportan dinero (pasivos y patrimonio neto, respectivamente, según la óptica contable) quienes demandan una compensación por otorgarlo, dado que el dinero tiene un valor en el tiempo. Dicha compensación se llama INTERÉS y para la empresa que recibe los fondos representa un costo.

TABLA 30. Amortización

CAPITAL	75.000,00
TIEMPO	5 años
TASA	11,20%
PAGO MENSUAL	1.638,17

TIEMPO	CAPITAL	INTERES	PAGO	PAGO CAPITAL
1	\$ 75.000,00	\$ 700,00	\$ 1.638,17	\$ 938,17
2	\$ 74.061,83	\$ 691,24	\$ 1.638,17	\$ 946,93
3	\$ 73.114,90	\$ 682,41	\$ 1.638,17	\$ 955,77
4	\$ 72.159,13	\$ 673,49	\$ 1.638,17	\$ 964,69
5	\$ 71.194,45	\$ 664,48	\$ 1.638,17	\$ 973,69
6	\$ 70.220,75	\$ 655,39	\$ 1.638,17	\$ 982,78
7	\$ 69.237,98	\$	\$ 1.638,17	\$ 991,95

		646,22		
8	\$ 68.246,02	\$ 636,96	\$ 1.638,17	\$ 1.001,21
9	\$ 67.244,82	\$ 627,62	\$ 1.638,17	\$ 1.010,55
10	\$ 66.234,26	\$ 618,19	\$ 1.638,17	\$ 1.019,99
11	\$ 65.214,28	\$ 608,67	\$ 1.638,17	\$ 1.029,51
12	\$ 64.184,77	\$ 599,06	\$ 1.638,17	\$ 1.039,11
13	\$ 63.145,66	\$ 589,36	\$ 1.638,17	\$ 1.048,81
14	\$ 62.096,84	\$ 579,57	\$ 1.638,17	\$ 1.058,60
15	\$ 61.038,24	\$ 569,69	\$ 1.638,17	\$ 1.068,48
16	\$ 59.969,76	\$ 559,72	\$ 1.638,17	\$ 1.078,45
17	\$ 58.891,30	\$ 549,65	\$ 1.638,17	\$ 1.088,52
18	\$ 57.802,78	\$ 539,49	\$ 1.638,17	\$ 1.098,68
19	\$ 56.704,10	\$ 529,24	\$ 1.638,17	\$ 1.108,93
20	\$ 55.595,17	\$ 518,89	\$ 1.638,17	\$ 1.119,28
21	\$ 54.475,89	\$ 508,44	\$ 1.638,17	\$ 1.129,73
22	\$ 53.346,16	\$ 497,90	\$ 1.638,17	\$ 1.140,27
23	\$ 52.205,88	\$ 487,25	\$ 1.638,17	\$ 1.150,92
24	\$ 51.054,96	\$ 476,51	\$ 1.638,17	\$ 1.161,66
25	\$ 49.893,30	\$ 465,67	\$ 1.638,17	\$ 1.172,50
26	\$ 48.720,80	\$ 454,73	\$ 1.638,17	\$ 1.183,44
27	\$ 47.537,36	\$ 443,68	\$ 1.638,17	\$ 1.194,49
28	\$ 46.342,87	\$ 432,53	\$ 1.638,17	\$ 1.205,64
29	\$ 45.137,23	\$ 421,28	\$ 1.638,17	\$ 1.216,89
30	\$ 43.920,34	\$ 409,92	\$ 1.638,17	\$ 1.228,25
31	\$ 42.692,09	\$ 398,46	\$ 1.638,17	\$ 1.239,71

32	\$ 41.452,37	\$ 386,89	\$ 1.638,17	\$ 1.251,28
33	\$ 40.201,09	\$ 375,21	\$ 1.638,17	\$ 1.262,96
34	\$ 38.938,13	\$ 363,42	\$ 1.638,17	\$ 1.274,75
35	\$ 37.663,38	\$ 351,52	\$ 1.638,17	\$ 1.286,65
36	\$ 36.376,73	\$ 339,52	\$ 1.638,17	\$ 1.298,66
37	\$ 35.078,08	\$ 327,40	\$ 1.638,17	\$ 1.310,78
38	\$ 33.767,30	\$ 315,16	\$ 1.638,17	\$ 1.323,01
39	\$ 32.444,29	\$ 302,81	\$ 1.638,17	\$ 1.335,36
40	\$ 31.108,93	\$ 290,35	\$ 1.638,17	\$ 1.347,82
41	\$ 29.761,11	\$ 277,77	\$ 1.638,17	\$ 1.360,40
42	\$ 28.400,70	\$ 265,07	\$ 1.638,17	\$ 1.373,10
43	\$ 27.027,60	\$ 252,26	\$ 1.638,17	\$ 1.385,91
44	\$ 25.641,69	\$ 239,32	\$ 1.638,17	\$ 1.398,85
45	\$ 24.242,84	\$ 226,27	\$ 1.638,17	\$ 1.411,91
46	\$ 22.830,93	\$ 213,09	\$ 1.638,17	\$ 1.425,08
47	\$ 21.405,85	\$ 199,79	\$ 1.638,17	\$ 1.438,38
48	\$ 19.967,47	\$ 186,36	\$ 1.638,17	\$ 1.451,81
49	\$ 18.515,66	\$ 172,81	\$ 1.638,17	\$ 1.465,36
50	\$ 17.050,30	\$ 159,14	\$ 1.638,17	\$ 1.479,04
51	\$ 15.571,26	\$ 145,33	\$ 1.638,17	\$ 1.492,84
52	\$ 14.078,42	\$ 131,40	\$ 1.638,17	\$ 1.506,77
53	\$ 12.571,65	\$ 117,34	\$ 1.638,17	\$ 1.520,84
54	\$ 11.050,81	\$ 103,14	\$ 1.638,17	\$ 1.535,03
55	\$ 9.515,78	\$ 88,81	\$ 1.638,17	\$ 1.549,36
56	\$ 7.966,42	\$	\$ 1.638,17	\$ 1.563,82

		74,35		
57	\$ 6.402,60	\$ 59,76	\$ 1.638,17	\$ 1.578,41
58	\$ 4.824,19	\$ 45,03	\$ 1.638,17	\$ 1.593,15
59	\$ 3.231,04	\$ 30,16	\$ 1.638,17	\$ 1.608,02
60	\$ 1.623,02	\$ 15,15	\$ 1.638,17	\$ 1.623,02
TOTAL				\$ 75.000,00

Realizado por Johana Jácome

5.6 El costo de venta.- es el costo en que se incurre para comercializar un bien, o para prestar un servicio. Es el valor en que se ha incurrido para producir o comprar un bien que se vende.

TABLA 31. Gasto de Venta

DESCRIPCION	VALOR
publicidad	\$ 4.064,00
sueldos	\$ 14.879,00
depreciaciones	\$ 990,24
Aporte patronal	\$ 1.228,28
total	\$ 21.161,53

Realizado por Johana Jácome

2.8 5.7 Inversiones del Proyecto

En términos generales, el activo fijo es aquel activo que no está destinado para ser comercializado, sino para ser utilizado, para explotado por la empresa.

Los activos físicos o tangibles de la empresa se suelen clasificar en activos fijos y movibles. Los activos movibles son aquellos que están destinados para venderse, los activos fijos no.

TABLA 32. Activos Fijos

<u>Activos Fijos</u>		
Muebles y enseres		\$ 4.362,40
Equipos de computación		\$ 1.792,00
Total Activos Fijos		\$ 6.154,40

Realizado por Johana Jácome

5.7.1 Capital de trabajo.-la definición más básica de capital de trabajo lo considera como aquellos recursos que requiere la empresa para poder operar. En este sentido el capital de trabajo es lo que comúnmente conocemos activo corriente. (Efectivo, inversiones a corto plazo, cartera e inventarios).

TABLA 33. Activos Corrientes y Realizables

<u>Activos Corrientes</u>		
Caja/ Bancos		\$ 9.195,67
Mercadería		\$ 50.000,00
Total A. corrientes		\$ 59.195,67

Realizado por Johana Jácome

5.7.2 Los Activos Nominales (AN) corresponden a intangibles tales como servicios o derechos necesarios para la puesta en marcha del proyecto.

TABLA 34. Activos Diferidos

<u>Activos Diferidos</u>		
Gastos de constitución		\$ 9.072,00
Patentes		\$ 700,00
Total A. Diferidos		\$ 9.772,00

Realizado por Johana Jácome

CÁPITULO VI

6. Pronóstico Financiero

6.1 Estado Proforma.-Los estados pro-forma son estados financieros proyectados. Normalmente, los datos se pronostican con un año de anticipación. Los estados de ingresos pro-forma de la empresa muestran los ingresos y costos esperados para el año siguiente, en tanto que el Balance pro-forma muestra la posición financiera esperada, es decir, activo, pasivo y capital contable al finalizar el periodo pronosticado.

TABLA 35. Pronostico de ventas

P. insatisfecha	venta promedio	venta promedio mensual
2976	7,5	\$ 22.320,00

Realizado por: Johana Jácome

TABLA 36. Proyección de la demanda

venta anual	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
\$ 267.840,00	\$ 306.864,29	\$ 351.574,41	\$ 402.798,81	\$ 461.486,59	\$ 528.725,19

Realizado por Johana Jácome

TABLA 37. Proyección Anual

venta Año 0	Venta año 1
\$ 267.840,00	\$ 294.168,67

Realizado por: Johana Jácome

El valor \$7,50 con el que fue realizada las proyecciones se tomaron de la encuesta realizada, en la cual la mayor parte de la población realiza un consumo mensual de \$ 5,00 a \$ 10,00 y se sacó un promedio.

Las encuestas también indican que un porcentaje bastante alto consume de \$10 a \$ 15 dólares.

61.1 Flujo de caja.- Los flujos de caja son las variaciones de entradas y salidas de caja o efectivo,| en un período dado para una empresa.

El flujo de caja es la acumulación neta de activos líquidos en un periodo determinado y, por lo tanto, constituye un indicador importante de la liquidez de una empresa.

El flujo de caja se analiza a través del Estado de Flujo de Caja.

TABLA 38. Estado de Pérdidas de Ganancia

	año 0	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
INGRESOS	267.840,00	268410,77	268982,75	269555,95	270130,38	270706,02
COSTO DE VENTAS	200.880,00	201308,08	201737,06	202166,96	202597,78	203029,52
UTILIDADES BRUTA DE VENTAS	66.960,00	67102,69	67245,69	67388,99	67532,59	67676,51
GASTO DE VENTAS	21.161,53	21165,15	21168,77	21172,39	21176,01	21179,63
UTILIDADES NETA DE VENTAS	45.798,47	45937,55	46076,92	46216,60	46356,59	46496,88
GASTOS ADMINISTRATIVOS	14.149,74	14152,16	14154,58	14157,00	14159,42	14161,85
UTILIDAD OPERACIONAL	31.648,73	31785,38	31922,34	32059,60	32197,16	32335,03
GASTOS FINANCIEROS	13.413,48	13413,48	13413,48	13413,48	13413,48	13413,48
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	18.235,25	18371,90	18508,86	18646,12	18783,68	18921,55
15% PARTICIPACION DE TRABAJADORES	2.735,29	2755,79	2776,33	2796,92	2817,55	2838,23
UTILIDAD IMPUESTOS	15.499,96	15616,12	15732,53	15849,20	15966,13	16083,32
IMPUESTO A LA RENTA	1.860,00	1873,93	1887,90	1901,90	1915,94	1930,00
UTILIDAD FINAL	13.639,97	13742,18	13844,63	13947,30	14050,19	14153,32
10% RESERVA	1.364,00	1374,22	1384,46	1394,73	1405,02	1415,33
UTILIDAD DE DIVIDENDO	12.275,97	12367,96	12460,16	12552,57	12645,18	12737,99

TABLA 39. Flujo neto de caja

Años	0	1	2	3	4	5
Conceptos						
utilidad o perdida		13.742,18	13.844,63	13.947,30	14.050,19	14.153,32
costos imputados		990,24	990,24	990,24	990,24	990,24
gastos financieros		19.658,07	19.658,07	19.658,07	19.658,07	19.658,07
FLUJO OPERACIONAL		34.390,49	34.492,93	34.595,60	34.698,50	34.801,63
inversiones	(92.685,53)					
activos fijos	(7.144,64)					
capital de trabajo	-85540,89					
FLUJO NETO	(92.685,53)	34.390,49	34.492,93	34.595,60	34.698,50	34.801,63

Realizado por: Johana Jácome

6.1.2 Punto de equilibrio.-Sin embargo la realidad es otra, el punto de equilibrio es una herramienta financiera que permite determinar el momento en el cual las ventas cubrirán exactamente los costos, expresándose en valores, porcentaje y/o unidades, además muestra la magnitud de las utilidades o pérdidas de la empresa cuando las ventas excedan o caen por debajo de este punto, de tal forma que este viene a ser un punto de referencia a partir del cual un incremento en los volúmenes de venta generará utilidades, pero también un decremento ocasionará pérdidas, por tal razón se deberán analizar algunos aspectos importantes como son los costos fijos, costos variables y las ventas generadas.

TABLA 40. Punto de equilibrio consolidado

rubros	costo fijo	costo variable	costo total
costo de producción		\$ 50.000,00	\$ 50.000,00
gasto de venta	\$ 990,24	\$ 18.943,00	\$ 19.933,24
gasto administrativo	\$ 14.149,74		\$ 14.149,74
gasto financiero	\$ 13.413,48		\$ 13.413,48
total	\$ 28.553,46	\$ 68.943,00	\$ 97.496,47

Realizado por: Johana Jácome

Datos

PVP	29,86
CLIENTES	2976

TABLA 41. Cuadro de Variables

Costo Producción=	\$ -	\$ 16,80
Gasto de Venta=	\$ 990,24	\$ 6,37
Gasto Administrativo=	\$ 14.149,74	\$ -
Gasto Financiero=	\$ 13.413,48	\$ -
TOTAL	\$ 28.553,46	\$ 23,17

TABLA 42. Formula $Px = a + bx$

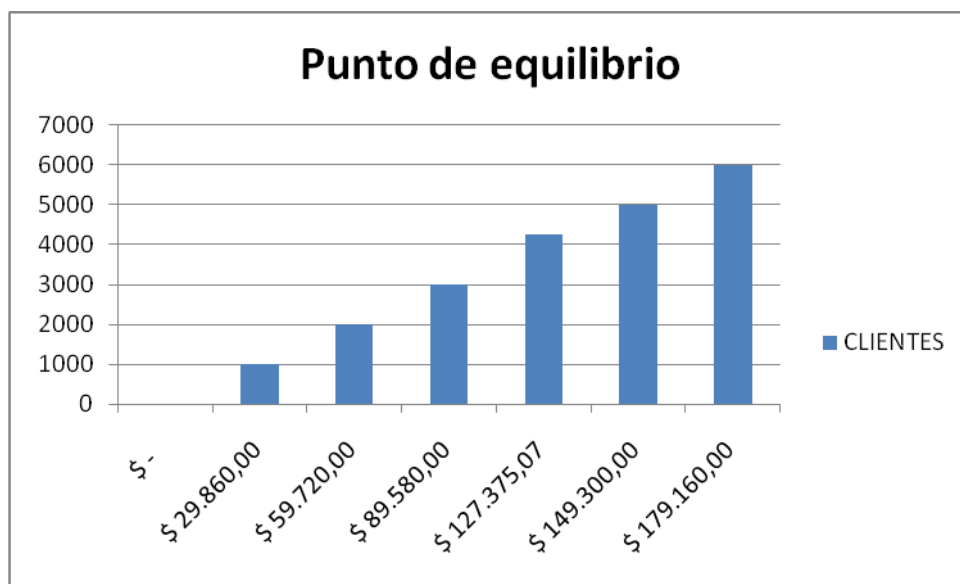
PX =	A	Bx
\$ 29,86	\$ 28.553,46	\$ 23,17
	\$ 6,69	
x=	\$ 4.265,74	

TABLA 43. Punto de Equilibrio

CLIENTES	CF	CV	CT	PVP	UTILIDAD
0	\$ 28.553,46	\$ -	\$ 28.553,46	\$ -	\$ (28.553,46)
1000	\$ 28.553,46	\$ 23.166,33	\$ 51.719,80	\$ 29.860,00	\$ (21.859,80)
2000	\$ 28.553,46	\$ 46.332,66	\$ 74.886,13	\$ 59.720,00	\$ (15.166,13)
3000	\$ 28.553,46	\$ 69.499,00	\$ 98.052,46	\$ 89.580,00	\$ (8.472,46)
4266	\$ 28.553,46	\$ 98.821,61	\$ 127.375,07	\$ 127.375,07	\$ 0,00
5000	\$ 28.553,46	\$ 115.831,66	\$ 144.385,12	\$ 149.300,00	\$ 4.914,88
6000	\$ 28.553,46	\$ 138.997,99	\$ 167.551,46	\$ 179.160,00	\$ 11.608,54

El punto de equilibrio nos indica que para poder cubrir todos los gastos efectuados por la farmacia debemos tener 4266 clientes los cuales deben realizar un consumo de \$127.375,07 en el año.

GRÁFICO # 19 Punto de Equilibrio



Realizado por: Johana Jácome

6.1.2 Tmarc.- .la tasa mínima de rendimiento es la tasa de oportunidad en el mercado o costo del capital que las fuentes que financian el proyecto pueden esperar obtener para invertir su dinero.

TABLA 44. Rubros para cálculo de TMARC

RUBROS	PORCENTAJES
tasa pasiva	4,53%
tasa de inflación	1,71%
riesgo país	0,16%
tasa activa	8,17%
	14,57%

Realizado por Johana Jácome

Los valores indicados en la tabla 41 son los tomados para efectuar las proyecciones.

Evaluación Financiera

6.1.3 PRI.- Periodo de recuperación de la inversión es uno de los métodos que a corto plazo puede tener el favoritismo de algunas personas a la hora de evaluar sus proyectos de inversión. Por su facilidad de cálculo y aplicación el PRI es considerado un indicador que mide tanto la liquidez del proyecto como también el riesgo relativo pues permite anticipar los eventos en el corto plazo.

TABLA 45. Calculo del Periodo de Recuperación de la Inversión

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
PRI	-50881,5942	-24603,8362	-1599,58065
PRI	-1,06953412	-12,8344094	
		19,986705	

Realizado por: Johana Jácome

Este indicador nos permite ver en qué tiempo el inversionista recuperara su capital, en este caso será en 3 años, 11 meses y 19 días, lo cual nos indica que es un buen proyecto ya que podremos terminar de pagar el préstamo realizado antes de los 5 años en los que fueron proyectados.

6.1.4 VAN.- el método del valor actual neto es la expresión en términos actuales, de los ingresos y egresos que se producen durante el horizonte de vida del proyecto y representa el total de sus recursos líquidos que quedan a favor de la empresa al final de su vida útil.

TABLA 46. Cálculo del Valor Actual Neto

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VAN	\$ (80.898,61)	\$ 30.017,01	\$ 26.277,76	\$ 23.004,26	\$ 20.138,50	\$ 17.629,70
VAN	\$ 36.168,62					

Realizado por: Johana Jácome

El VAN nos refleja un valor positivo por lo que el proyecto es factible de realizarlo.

6.1.5 TIR.- es una herramienta o medida usada como indicador al cuantificar la eficiencia de una inversión determinada. El TIR es la tasa compuesta de retorno anual que se puede ganar de una inversión.

TABLA 47. Calculo del Taza Interna de Retorno

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
TIR	\$ (63.051,38)	\$ 23.394,89	\$ 15.962,30	\$ 10.891,03	\$ 7.430,90	\$ 5.070,06
TIR	\$ (302,21)					
	La tasa del TIR es 47%					

Realizado por: Johana Jácome

En este indicador se puede observar que el TIR tiene un porcentaje del 47% que viene hacer superior al valor que el capital invertido podría ganar en el banco, por lo que se puede ver que es un negocio en el cual vale la pena invertir.

6.2 Coeficiente Financiero.-Unidades de medida que sirven para evaluar la situación financiera y el desempeño de la Empresa, relacionando entre sí determinadas partidas de los Estados Financieros.

6.2.1 RBC.- la razón beneficio costo se calcula dividiendo el valor presente de los beneficios entre el calor presente de los costos. Utilizando como tasa de descuento la que refleja el costo de los fondos, para mostrar la rentabilidad del proyecto.

TABLA 48. Calculo de Razón Costo Beneficio

RBC	117067,227 2	-80898,6059
RBC	1,44708584 1	

Realizado por: Johana Jácome

Mediante este indicador podemos ver que por cada dólar de costos, tenemos 1,49 para cubrir los beneficios, esto es un factor positivo para la empresa.

Anexos.

<http://bitacorafarmaceutica.wordpress.com>

<http://www.monografias.com/trabajos89/ambiente-externo-organizaciones/ambiente-externo-organizaciones.shtml#elmedioexa#ixzz2cZYFZ6FV>

http://es.wikipedia.org/wiki/Producto_interno_bruto

http://es.wikipedia.org/wiki/Producto_interno_bruto

<http://www.monografias.com/trabajos89/ambiente-externo-organizaciones/ambiente-externo-organizaciones.shtml#elmedioexa#ixzz2cZYrt78O>

<http://www.monografias.com/trabajos89/ambiente-externo-organizaciones/ambiente-externo-organizaciones.shtml#elmedioexa#ixzz2cZZnWCBK>

- <http://www.monografias.com/trabajos89/ambiente-externo-organizaciones/ambiente-externo-organizaciones.shtml#elmedioexa#ixzz2cZaJ6GUK>
- [http://es.wikipedia.org/wiki/Demanda_\(econom%C3%ADa\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Demanda_(econom%C3%ADa))
- <http://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-economia/que-es-la-inflacion>
- <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/mercado-farmaceutico-crece-al-14-293219.html>
- http://es.wikipedia.org/wiki/Mano_de_obra
- <http://es.scribd.com/doc/50859402/LOCALIZACION-OPTIMA-DEL-PROYECTO>

<http://definicion.de/proceso-de-produccion/>

www.ministerio de salud pública.

<http://www.gerencie.com/ingresos-no-operacionales.html>

<http://definicion.de/costo/#ixzz2hHuTTjCa>

URL del artículo: <http://www.ejemplode.com/58-administracion/2689>

Bibliografía folleto del Economista Lenin Paredes.

