



INSTITUTO TECNOLÓGICO
“CORDILLERA”

CARRERA DE ADMINISTRACION DE BOTICAS Y FARMACIAS

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA
COMERCIALIZADORA DE MEDICAMENTOS EN ELSECTOR DE SAN
CARLOS-QUITO EN EL 2014

Proyecto de inversión previo a la obtención del título de Tecnólogo en
Administración de boticas y farmacias

AUTOR: Walter Gabriel Obando Bolaños

TUTOR: Eco. Lenin Paredes

Quito, Octubre del 2014

DECLARATORIA

Declaro que el proyecto de inversión es absolutamente original, autentico y personal, que sehan 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.

Walter Gabriel Obando Bolaños

040146939-0

CESION DE DERECHOS

Yo, Walter Gabriel Obando bolaños alumno de la escuela de salud, libre y voluntariamente cedo los derechos de autor de mi investigación en favor Instituto Tecnológico Superior "Cordillera"

Walter Gabriel Obando Bolaños

0401469390

AGRADECIMINETO

Agradezco a mi institución que me ha brindado las herramientas para conseguir mis objetivos a mis profesores que compartieron su conocimiento y experiencias conmigo para poder ser un profesional de excelencia y por ultimo agradezco a mi familia por el apoyo que me dieron a lo largo de mi trayecto estudiantil.



DEDICATORIA

Dedico esta tesis a mi familia que siempre estuvo
en los momentos en los que más los
necesite dándome fuerzas para superar situaciones
difíciles en las cuales sin ellos no podría a
haberlo hecho en especial a mi madre que con su amor
y comprensión supo guiarme por el
camino de la verdad y encaminarme al cumplimiento
de mis sueños y objetivos.

Contenido

DECLARATORIA	ii
CESION DE DERECHOS.....	iii
AGRADECIMINETO	iv
DEDICATORIA	v
RESUMEN EJECUTIVO	xviii
ABSTRAC.....	xix
CAPITULO I	1
1.01 JUSTIFICACION	1
1.02 ANTECEDENTES.....	3
CAPITULO II	7
Macro Entorno	7
2.01 Ambiente externo	7
2.01.01 Factor económico	7
2.01.01.01 Análisis del PIB	7
Tabla 1 Producto Interno Bruto	7
2.01.01.02 Riesgo país	9
Tabla 2 Riesgo País	9
2.01.01.03 Inflación	11
Tabla 3 inflación	11
2.01.02.05 Tasa de interés activa	14
Tabla 4 Tasa de interés activa	15
2.01.02.05.01 Tasa de interés pasiva.....	16
Tabla 5 Tasa de interés pasiva	17
2.01.02 Factor legal.....	18
2.01.03 Factor social	21
2.01.03.01 Desempleo	21

Tabla 6 Desempleo.....	21
2.01.03.02 Población Económicamente Activa (PEA).....	23
Tabla 7 Población Económicamente Activa	23
2.01.04 Factor tecnológico	24
2.02 Entorno local	26
2.02.01 Análisis de las Fuerzas de Porter.....	26
2.02.01.01 Amenaza de nuevos competidores.....	26
2.02.01.02 Poder de negociación de los clientes.....	27
2.02.01.03 Poder de negociación de los proveedores.....	28
2.02.01.04 Rivalidad entre competidores.....	29
2.02.01.05 Amenaza de productos sustitutos	29
2.03 Análisis interno	30
2.03.01 Propuesta estratégica	30
2.03.01.01 Misión	30
2.03.01.02 Visión.....	30
2.03.01.03 Valores	31
2.03.01.04 Políticas.....	31
2.03.02 Gestión administrativa.....	32
2.03.04 gestión comercial.....	34
La distribuidora "Universe Farma" se dará a conocer mediante la siguiente publicidad:.	34
Las 8 P del marketing estratégico	36
2.04 Análisis foda	38
2.04.01 Matriz MEFI.....	39
Tabla 8 Matriz Mefi.....	40
2.04.02 Matriz mefe.....	41
Tabla 9 Matriz Mefe.....	41
Tabla 10 Matriz Foda	42
CAPITULO III	44
3.01 Análisis del consumidor	44
3.01.02 Obtención de la información	44

3.01.02.01 Encuesta.....	44
3.1.3 Análisis de la información	45
Tabla 11 pregunta n°1.....	45
Tabla 12 pregunta n°2.....	46
Tabla 13 pregunta n°3.....	47
Tabla 14 pregunta n°4.....	48
Tabla 15 pregunta n°5.....	49
Tabla 16 pregunta n°6.....	50
Tabla 17 pregunta n°7.....	51
3.02 Oferta.....	52
3.02.01 Oferta Histórica.....	52
Tabla 18 oferta histórica	52
3.02.02 Oferta Actual.....	52
Tabla 19 oferta actual	52
3.02.03 Oferta Proyectada.....	53
Tabla 21 Oferta proyectada	53
3.03.01 Demanda.....	54
Tabla 22 demanda actual.....	54
3.03.02 Demanda proyectada.....	54
Tabla 23 Demanda proyectada	54
3.04 Balance oferta-demanda	55
Tabla 24 Balance oferte-demanda.....	55
3.04.01Balance proyectado	55
Tabla 25 Balance proyectado.....	55
CAPITULO IV.....	55
4.01 tamaño del proyecto.....	56
4.01.01 capacidad instalada.....	56
4.01.02 capacidad instalada.....	57
Tabla 26 Capacidad instalada.....	57
4.01.02.01 Rol de pagos.....	58

Tabla 27 Rol de pagos	58
4.02 Localización	59
4.02.01 Macro localización	59
Ilustración 21 Macro localización.....	59
4.02.02 Micro localización	60
Ilustración 22 Micro localización.....	60
4.02.03 Localización optima	61
Ilustración 23 Localización optima.....	61
Tabla 28 Ponderación zonal	62
4.03 Ingeniería del producto.....	63
4.03.01 Definición medicamento.....	63
4.03.02 Distribución de la planta	64
4.04 Maquinaria y equipos	66
4.04.01 Equipos.....	66
Tabla 29 Equipos	66
CAPITULO V	67
5.01 ingresos.....	67
5.01.02 ingresos operacionales	67
Tabla 30 Ingresos operacionales.....	67
5.01.03 ingresos no operacionales	67
5.02 costos	68
5.02.01 costos directos	68
Tabla 31 Costos directos	68
5.02.02 Costos indirectos.....	69
Tabla 32 Costos indirectos	69
5.02.03 Gastos administrativos.....	69
Tabla 33 Gastos administrativos	70
Tabla 34 Rol de pagos Q.F.....	71
Tabla 35 Depreciación equipos de computación.....	72
Tabla 36 Depreciación equipos de oficina	73

Tabla 37 Depreciación muebles y enseres.....	74
5.02.04 Gastos financieros.....	75
Tabla 38 Gastos financieros	75
Tabla 39 Tabla de amortización	75
5.02.05 Gastos de ventas	78
Tabla 40 Rol de pagos vendedor.....	78
Tabla 41 Rol de pagos bodegueros	79
Tabla 42 Rol de pagos administrador	80
Tabla 43 Publicidad	81
Tabla 44 Vehículos	81
5.03 Inversión del proyecto	82
5.03.01 Activos fijos	82
Tabla 45 Activos fijos.....	82
5.03.03 Capital de trabajo.....	83
Tabla 46 Capital de trabajo	83
5.03.04 Estado de situación inicial.....	83
Tabla 47 Estado de situación inicial	83
5.03.05 Fuentes de financiamiento y uso de fondos.....	85
Tabla 48 Fuentes de financiamiento y uso de fondos	85
CAPITULO VI.....	86
6.01 Pronostico financiero.....	86
6.01.01 Estado de pérdidas y ganancias.....	86
Tabla 49 Estado de pérdidas y ganancias	86
Tabla 50 Tabla de proyecciones.....	87
6.01.02 Flujo de caja	87
Tabla 51 Flujo de caja.....	87
6.01.03 Punto de equilibrio	88
Tabla 52 Punto de equilibrio.....	88
6.01.03.01 Punto de equilibrio en días	88
6.01.03.02 Punto de equilibrio monetario	89

6.02 Evaluación financiera	89
6.02.01 T (MAR)	89
Tabla 53 T(MAR).....	89
6.02.02 VAN	89
Tabla 54 VAN.....	89
6.02.03 TIR	90
Tabla 55 TIR.....	90
6.02.04 PRI	91
Tabla 56 PRI.....	91
Tabla 57 PRI.....	91
6.03 Análisis de impactos.....	92
6.03.01 Análisis ambiental	92
6.03.02 Impacto económico	92
6.03.03 Impacto productivo.....	93
CAPITULO VII.....	94
7.01 Conclusiones	94
7.02 Recomendaciones.....	96

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Producto interno bruto.....	6
Tabla 2 Riesgo país.....	8
Tabla 3 Inflación.....	10
Tabla 4 Tasa de interés activa.....	14
Tabla 5 Tasa de interés pasiva.....	16
Tabla 6 Desempleo.....	20
Tabla 7 Población económicamente activa.....	22
Tabla 8 Matriz Mefi.....	32
Tabla 9 Matriz Mefe.....	33
Tabla 10 Matriz Foda.....	34
Tabla 11 Pregunta n°1.....	36
Tabla 12 Pregunta n°2.....	37
Tabla 13 Pregunta n°3.....	38

Tabla 14 Pregunta n°4.....	39
Tabla 15 Pregunta n°5.....	40
Tabla 16 Pregunta n°6.....	41
Tabla 17 Pregunta n°7.....	42
Tabla 18 Oferta histórica.....	43
Tabla 19 Oferta actual.....	43
Tabla 20 Oferta actual.....	44
Tabla 21 Oferta proyectada.....	45
Tabla 22 Demanda actual.....	45
Tabla 23 Demanda proyectada.....	45
Tabla 24 Balance oferta-demanda.....	46
Tabla 25 Balance proyectado.....	46
Tabla 26 Capacidad instalada.....	48
Tabla 27 Rol de pagos.....	49
Tabla 28 Ponderación zonal.....	53
Tabla 29 Equipos.....	57
Tabla 30 Ingresos operacionales.....	58

Tabla 31 Costos directos.....	59
Tabla 32 Costos indirectos.....	60
Tabla 33 Gastos administrativos.....	61
Tabla 34 Rol de pagos del Químico Farmacéutico.....	62
Tabla 35 Depreciación equipos de computación.....	63
Tabla 36 Depreciación equipos de oficina.....	64
Tabla 37 Depreciación de muebles y encerres.....	65
Tabla 38 Gastos financieros.....	66
Tabla 39 Tabla de amortización.....	66
Tabla 40 Rol de pagos vendedor.....	69
Tabla 41 Rol de pagos bodeguero.....	70
Tabla 42 Rol de pagos administrador.....	71
Tabla 43 Publicidad.....	72
Tabla 44 Vehículos.....	72
Tabla 45 Activos fijos.....	73
Tabla 46 Capital de trabajo.....	74
Tabla 47 Estado de situación inicial.....	74

Tabla 48 Fuentes de financiamiento y uso de fondos.....	76
Tabla 49 Estado de pérdidas y ganancias.....	78
Tabla 50 Tabla de proyecciones.....	79
Tabla 51 Flujo de caja.....	79
Tabla 52 Punto de equilibrio.....	80
Tabla 53 T(MAR).....	81
Tabla 54 VAN.....	82
Tabla 55 TIR.....	82
Tabla 56 PRI.....	83
Tabla 57 PRI.....	83

INDICE DE FIGURAS

Figura 1 Producto interno bruto.....	7
Figura 2 Riesgo país.....	9
Figura 3 Inflación.....	11
Figura 4 Inflación de bienes y servicios.....	12
Figura 5 Inflación porcentajes mensuales.....	13
Figura 6 Tasa de interés activa.....	15
Figura 7 Tasa de interés pasiva.....	16
Figura 8 Desempleo.....	20
Figura 9 Población económicamente activa.....	22
Figura 10 Factor tecnológico.....	23
Figura 11 Fuerzas de Porter.....	24
Figura 12 Gestión administrativa.....	29
Figura 13 Pregunta n°1.....	36

Figura 14 Pregunta n°2.....	37
Figura 15 Pregunta n°3.....	38
Figura 16 Pregunta n°4.....	39
Figura 17 Pregunta n°5.....	40
Figura 18 Pregunta n°6.....	41
Figura 19 Pregunta n°7.....	42
Figura 20 Oferta actual.....	44
Figura 21 Macro localización.....	50
Figura 22 Micro localización.....	51
Figura 23 Localización optima.....	52
Figura 24 Localización optima.....	53
Figura 25 Áreas de la empresa.....	56
Figura 26 Punto de equilibrio.....	76

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto de factibilidad es para la creación de una empresa distribuidora de medicamentos que brindara servicios de calidad al sector de San Carlos de la ciudad de Quito. En el proyecto se realizara un estudio de mercado para determinar el estado de la oferta y la demanda, se investigara el mercado al cual se desea ingresar, además se realizara un estudio técnico del proyecto, en donde se define su macro y micro localización.

Un estudio administrativo para determinar su estructura organizacional, utilizaremos herramientas como el VAN y el TIR para realizar una evaluación económica luego de lo cual se presentaran las respectivas conclusiones y recomendaciones.

ABSTRAC

The present feasibility project is for the creation of a distribution company of medications that provide quality services to the sector of San Carlos and of the city of Quito. In the project was made a market survey to determine the status of the offer and demand, will investigate the market to which you want to enter, will also be a technical study of the project, defines its macro and micro location. Administrative study to determine its organizational structure, will use tools as the VAN and the shooting for an economic evaluation after which arose the respective conclusions and recommendations.

CAPITULO I

1.01 JUSTIFICACION

La salud de la población es un pilar fundamental de todo gobierno el cual invierte grandes cantidades de dinero para disponer de medicamentos necesarios para las patologías del país

En los últimos años cada vez aparecen más y más enfermedades con más resistencia y mejor adaptación al ambiente, con tolerancia a los fármacos y más abarcamiento global por lo cual las compañías farmacéuticas crean nuevos y mejores medicamentos los cuales buscan combatir dichas enfermedades, el problema se encuentra en hacer llegar las medicinas al lugar adecuado el cual facilitan las distribuidoras farmacéuticas.

En el sector de san Carlos ciudad de Quito existe una gran demanda de medicamentos para todo tipo de dolencias, malestares y enfermedades por lo que las empresas farmacéuticas han instalado puntos de venta sin embargo la demanda aumenta día tras día por lo que estos puntos de venta ya no son suficientes es por esto que se busca la creación de un centro de distribución de medicamentos el cual cubra todas las necesidades de la población en este sector

Este proyecto tiene como objetivo ofrecer a la población una extensa lista de medicamentos los cuales cumplan con total seguridad y eficacia los efectos esperados además de que sirvan de complemento a sus tratamientos médicos el cual beneficiará al sector de San Carlos ciudad de Quito

1.02 ANTECEDENTES

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

Autor: Ruth Albán Zambonin

Institución: Escuela Politécnica del Ejercito-ESPE

Año de publicación: Sangolqui- Octubre del 2010

Resumen general

La empresa que se va a crear esta dirigida al sector de la ciudad de Quito, a personas de edad entre los 20 y 70 años, en el estudio de mercado se determinó que existe una demanda insatisfecha de 23.432 de la parroquia Kennedy.

En el estudio técnico se determinó que se debe tener una capacidad instalada suficiente para atender a 937 consumidores, con compras de \$55.995 anuales.

El análisis de la micro localización arrojó que la localización óptima para la empresa es en: Calle los Pinos E41 y Av. 10 Agosto.

Al analizar las diferentes alternativas legales se concluyó que la mejor opción es una Compañía Limitada, que será de naturaleza familiar.

El estudio financiero, determino que para la creación de la empresa se necesitara una inversión inicial de \$37.116 la cual será financiada a través de los accionistas con un valor de \$26.116 y la diferencia de \$11.000 con un crédito bancario.

En la evaluación financiera se determinó que el proyecto es rentable, puesto que el VAN es positivo \$138.583 y el TIR de 81%. La inversión se recupera en 2 años, tiempo anterior a su vida útil.

En definitiva el proyecto es viable desde el punto de vista económico, financiero e institucional.



5



Tema: proyecto para la creación de una compañía dedicada a la comercialización y distribución de productos farmacéuticos en el mercado ecuatoriano.

Autor: RhonyRamirez, Estrella Gómez y Alejandra Zurita

Institución: Escuela Superior Politécnica del Litoral

Año de publicación: Guayaquil-Ecuador, 2008

Resumen general

El proyecto primeramente analiza como el mercado farmacéutico Ecuatoriano se ha ido desarrollando a lo largo de los últimos años, las ventas que se han realizado, las ganancias que tuvo el sector farmacéutico privado y el público, que cantidad de médicos y que cantidad de farmacias existen.

El siguiente punto a analizar fueron las condiciones económicas como el PIB, inflación, exportaciones e importaciones, deuda interna, etc. Lo cual le da una panorámica del ambiente económico del país.

Luego se procede a establecer objetivos y con esto se elabora la encuesta la cual cubrirá las dudas con los objetivos planteados.

Se procede a verificar las fortalezas y debilidades de la empresa para establecer estrategias a seguir y así solucionar los problemas existentes.



6



Determina costos en base a que productos específicamente va a producir, determina que fármacos y en qué cantidad va a elaborar.

Realiza estudios financieros los cuales dirigen a la empresa hacia un proyecto viable lo cual nos indica que un proyecto similar al nuestro puede ser factible.

CAPITULO II

Macro Entorno

2.01 Ambiente externo

2.01.01 Factor económico

2.01.01.01 Análisis del PIB

Es el valor monetario de los bienes y servicios finales producidos por una economía en un periodo determinado. El PIB es un indicador representativo que ayuda a medir el crecimiento o decrecimiento de la población de bienes y servicios de las empresas de cada país, nicamente dentro de su territorio.

Banco Central del Ecuador (2014)

Tabla 1 Producto Interno Bruto

Año	Porcentaje
2009	3.23%
2010	3.20%
2011	7.80%
2012	4.80%
2013	3.50%

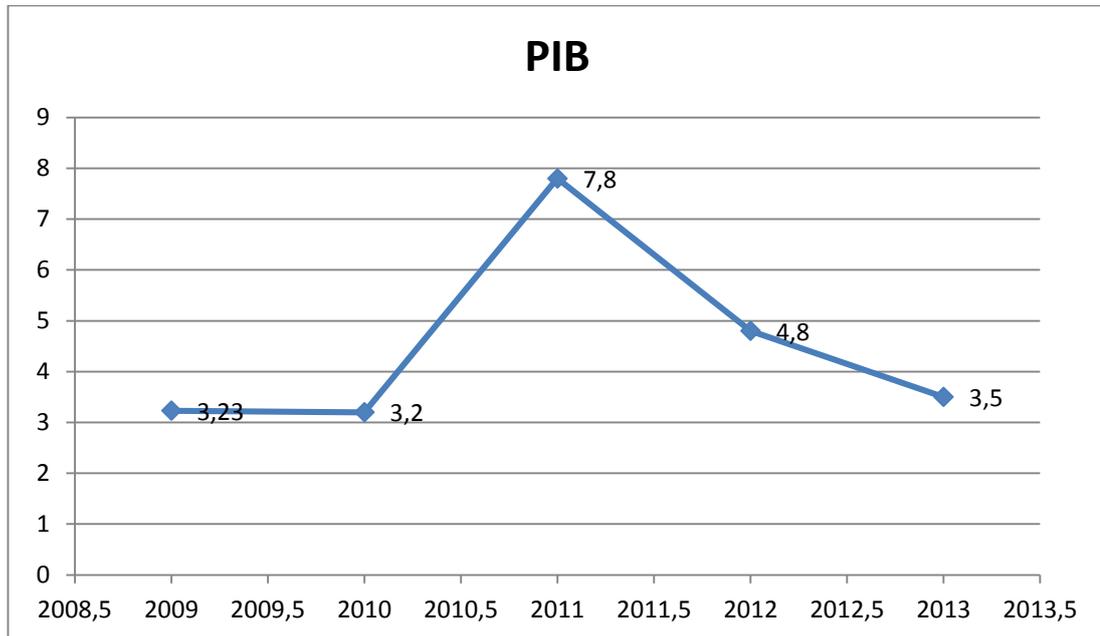


Figura 1 Producto Interno Bruto

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaboración: Walter Obando

Análisis:

A partir de que el Ecuador comenzó con la dolarización hubo un incremento de la economía.

El PIB del primer trimestre del 2011 se incrementó en un 8.6% con respecto al primer trimestre del 2010, lo que indica que la oferta se incrementó en el primer trimestre en un 0.54%. Basados en los registros que el país mantiene desde el 2011, se estima que el país tenga un rango entre 4.1% y 5.1% para el 2014.

El crecimiento que se espera para el 2014 propiciara la creación de la empresa y su crecimiento en el mercado ya que el crecimiento del PIB es una oportunidad

2.01.01.02 Riesgo país

Es un índice que intenta medir el grado de riesgo que presenta un país para las inversiones extranjeras. Los inversores, al momento de realizar sus elecciones de donde y como invertir, buscan maximizar sus ganancias, pero además tienen en cuenta el riesgo, esto es, la probabilidad de que las ganancias sean menor de lo esperado

Banco central del Ecuador (2014).

Tabla 2 Riesgo País

AÑOS	PUNTOS
2010	913
2011	846
2012	826
2013	530
2014	592

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaboración: Walter Obando

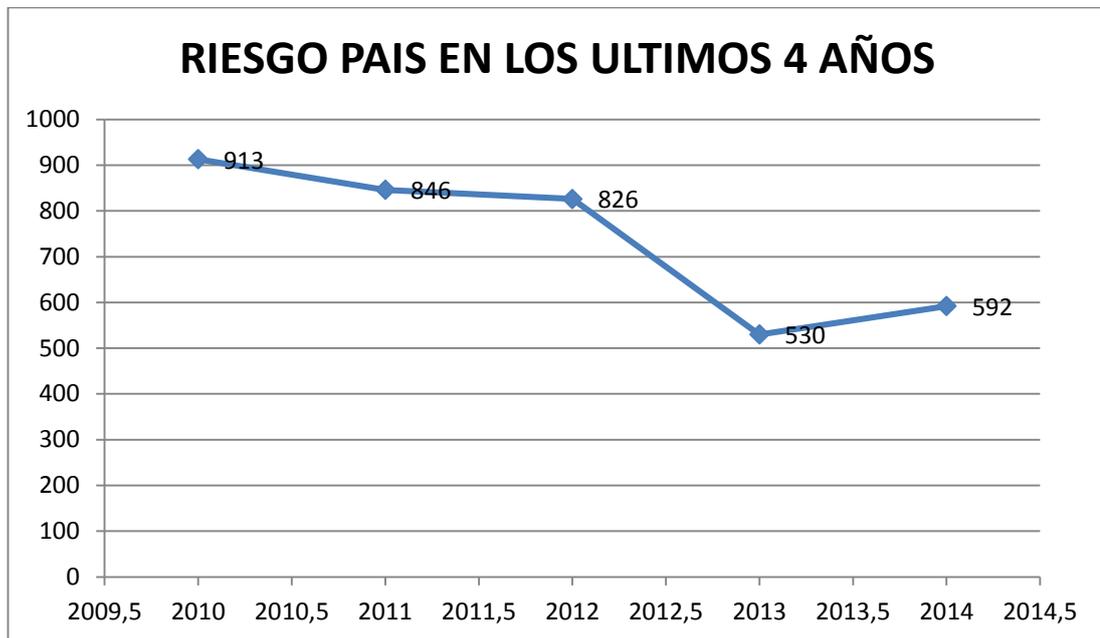


Figura 2 Riesgo País

Fuente: Banco central del Ecuador

Elaboración: Walter Obando

Análisis:

El riesgo país ha ido disminuyendo progresivamente sin embargo en los últimos años se ha incrementado, y para el año 2014 se pronostica un crecimiento en relación al año anterior lo que nos indica que hay un riesgo para los inversionistas extranjeros lo cual representa una amenaza para la creación de la distribuidora.

2.01.01.03 Inflación

Es un fenómeno económico que se caracteriza por el aumento general de los precios. Este no es el único efecto sino que, por el contrario, además afecta a todo el sistema económico en su conjunto por intermedio de una serie de perturbaciones, tales como: la disminución del poder adquisitivo de la moneda, la elevación de las tasas de interés bancario, la caída de la cuota media de ganancia de menor desarrollo tecnológico, fomento de la especulación, etc.

Banco Central del Ecuador. (2014)

Tabla 3 inflación

AÑOS	PORCENTAJES
2010	3.33%
2011	5.41%
2012	4.16%
2013	4.40%
2014	4.19%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaboración: Walter Obando

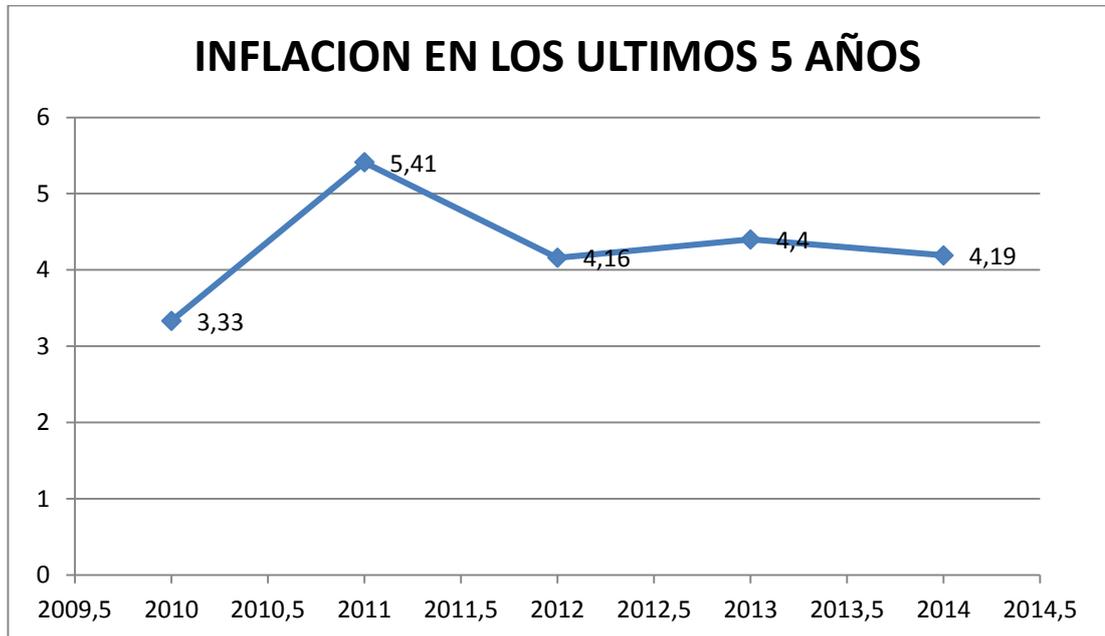


Figura 3 Inflación

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaboración: Walter Obando

Análisis:

La tasa de inflación del Ecuador para el 2014 se proyecta a un 4.19% , esto se debe al crecimiento del PIB de 4.5 al 5.1%, lo cual representa un crecimiento muy bueno, esta tasa es superior a las tasas de países de América Latina.



Figura 4 Inflación de bienes y servicios

Los productos que más contribuyen a las inflación son los alimentos y bebidas las cuales aportan con un 1.67%, le siguen con un 1.47% sectores como restaurantes y hoteles. El tabaco, las bebidas alcohólicas y sustancias estupefacientes aportan con un 0.83%.

Las nueve divisiones restantes contribuyen a la inflación en un 12.82%.

Con un 30.10% los alimentos los alimentos constituyen a la canasta del IPC, esta sección está muy expuesta a cambios externos como producción nacional, fenómenos climáticos, etc.

2.01.01.04 Inflación de bienes y servicios

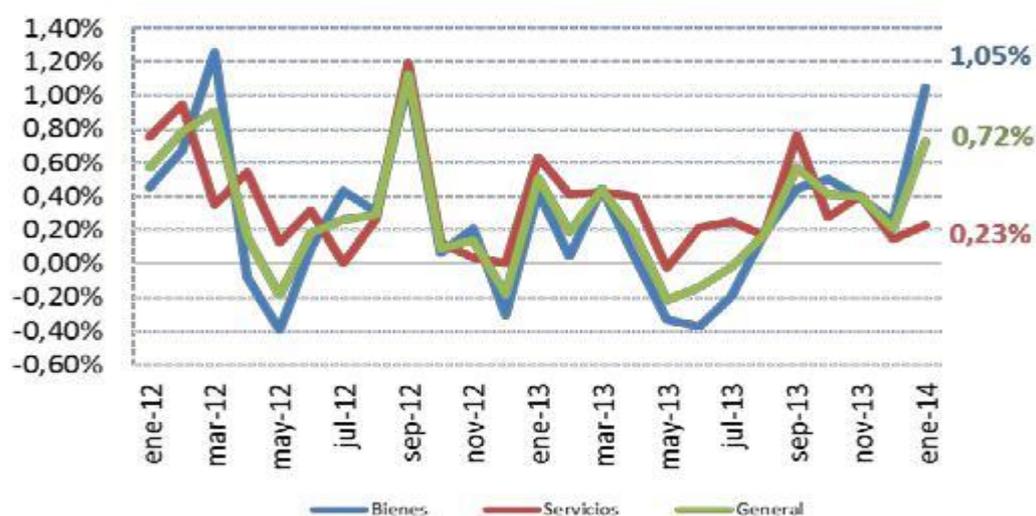


Figura 5 Inflación porcentajes mensuales

Análisis:

La variación en el mes anterior de bienes fue de 0.24%, mientras que en enero del 2013 fue de 0.42%. La variación mensual de la canasta de servicios fue de 0.14%

Y hace un año este valor alcanzo el 0.63%.

2.01.02.05 Tasa de interés activa

Es el porcentaje que las instituciones bancarias, de acuerdo con las condiciones de mercado y las disposiciones del banco central, cobran por los diferentes tipos de servicio a los usuarios de los mismos, son activas porque son recursos a favor de la banca.

Banco Central del Ecuador. (2014)

Tabla 4 Tasa de interés activa

AÑO	Tasa de interés activa
2010	8.17%
2011	8.17%
2012	8.17%
2013	8.17%
2014	8.34%

Fuente: Banco central del Ecuador

Elaboración: Walter Obando

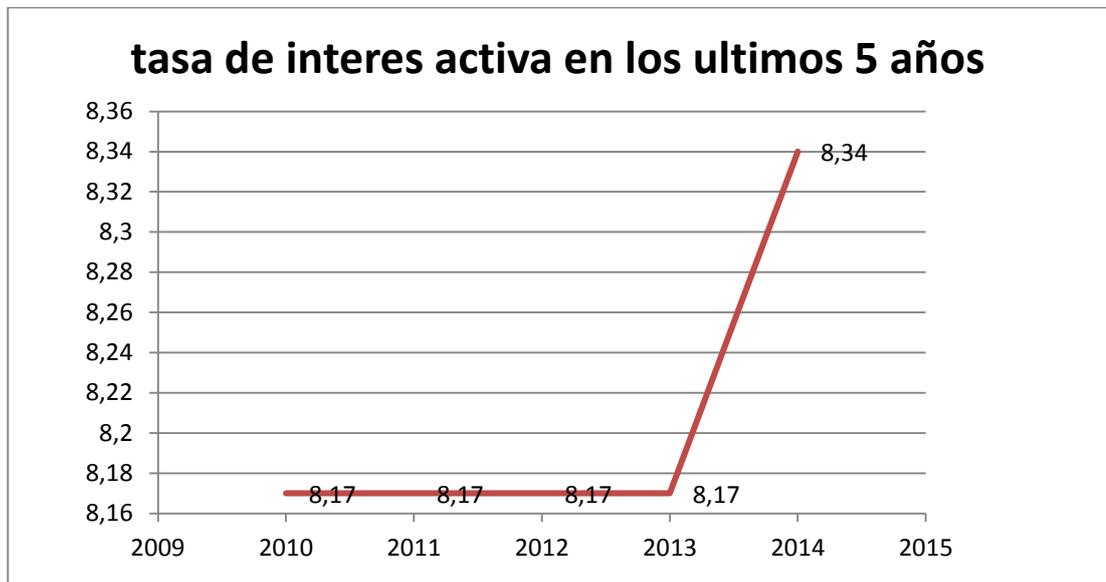


Figura 6 Tasa de interés activa

Análisis:

La tasa de interés activa se mantuvo durante el 2009 hasta el 2013 mientras que en el 2014 obtuvo un aumento porcentual en relación a los años pasados.

2.01.02.05.01 Tasa de interés pasiva

Es la tasa de interés que pagan los intermediarios financieros a los oferentes de recursos por el dinero captado.

Banco Central del Ecuador. (2014)

Tabla 5 Tasa de interés pasiva

Año	Tasa de interés pasiva
2009	5%
2010	4.53%
2011	4.53%
2012	4.53%
2013	5.08%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaboración: Walter Obando

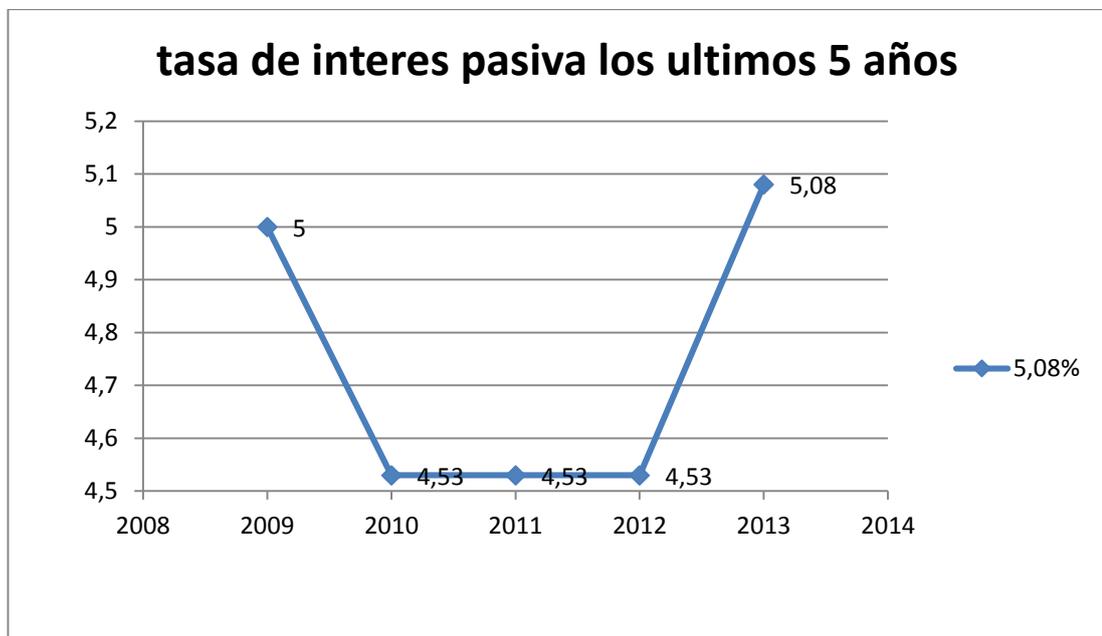


Figura 7 Tasa de interés pasiva

Análisis:

La tasa de interés pasiva obtuvo un 5% en el 2009 el cual se redujo al 4.53% y se mantuvo durante 3 años seguidos sin embargo para este 2013 varió y obtuvo un 5.08%.

2.01.02 Factor legal

2.01.02.01 DE LAS DISTRIBUIDORAS FARMACEUTICAS Y CASAS DE REPRESENTACION

Art. 45.- Las distribuidoras farmacéuticas son establecimientos farmacéuticos autorizados para realizar importación, exportación y venta al por mayor de medicamentos en general de uso humano, especialidades farmacéuticas, productos para la industria farmacéutica, auxiliares médico-quirúrgico, dispositivos médicos, insumos médicos, cosméticos y productos higiénicos. Deben cumplir con las buenas prácticas de almacenamiento y distribución determinadas por la autoridad sanitaria nacional. Funcionarán bajo la representación y responsabilidad técnica de un químico farmacéutico o bioquímico farmacéutico.

Art. 46.- Las casas de representación son los establecimientos farmacéuticos autorizados para realizar promoción médica, importación y venta al por mayor a terceros de los productos elaborados por sus representados. Deben cumplir con buenas prácticas de almacenamiento y distribución determinadas por la autoridad sanitaria nacional. Requieren para su funcionamiento de la dirección técnica responsable de un profesional químico farmacéutico o bioquímico farmacéutico.

Art. 47.- El propietario, gerente o representante legal de una distribuidora farmacéutica o casa de representación, previamente a su apertura y funcionamiento, presentará una solicitud al Director Provincial de Salud, en la que hará constar los siguientes datos, según corresponda: a) Nombre del propietario, o representante legal;

b) Nombre, razón social o denominación del establecimiento;

c) Nombre del responsable técnico químico farmacéutico o bioquímico farmacéutico, con título debidamente registrado en el Ministerio de Salud Pública;

d) Nombre de los laboratorios representados y país de origen para las casas de representación; y, autorización de distribución otorgada por el titular del registro sanitario en el país, para las distribuidoras farmacéuticas;

e) Lista completa de los productos que serán comercializados con la indicación de los precios fijados por el Consejo Nacional de Fijación y Revisión de Precios de Medicamentos de Uso y Consumo Humano;

f) Para las casas de representación: nómina de visitantes médicos, legalmente inscritos en el Proceso Nacional de Control y Mejoramiento en Vigilancia Sanitaria;

g) Certificado de salud ocupacional del personal que labora en estos establecimientos otorgado por un centro de salud del Ministerio de Salud Pública;

h) Permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos; e,

i) Comprobante de pago del valor de derecho por servicio correspondiente al permiso de funcionamiento anual.

Art. 48.- Previo el otorgamiento del permiso de funcionamiento y una vez cumplidos los requisitos antes señalados, la Dirección Provincial de Salud realizará

la verificación del cumplimiento de buenas prácticas de almacenamiento y distribución.

Art. 49.- Los deberes y obligaciones del químico farmacéutico o bioquímico farmacéutico en las distribuidoras farmacéuticas y casas de representación, son los siguientes:

- a) Verificar que los productos cumplan con lo establecido en el certificado de registro sanitario correspondiente, tanto en la presentación como en su calidad, así como la correspondencia entre el período de vida útil y las fechas de elaboración y vencimiento;
- b) Verificar el cumplimiento de las buenas prácticas de almacenamiento, para garantizar la calidad, seguridad y eficacia de los medicamentos y condiciones óptimas de almacenamiento de los otros productos;
- c) Revisar periódicamente los productos a fin de identificar oportunamente posibles cambios físicos que demuestren alguna alteración que afecte la calidad de los productos almacenados, así como las fechas de elaboración y vencimiento;
- d) Tomar muestras de cada uno de los lotes de fabricación o importación que quedarán bajo su responsabilidad y servirán de control, en caso de producirse algún reclamo por parte de los establecimientos que vendan los productos; y,
- e) Suscribir junto con el representante legal, las solicitudes de registro sanitario y permiso de funcionamiento.

2.01.03 Factor social

2.01.03.01 Desempleo

El desempleo se define como la situación del grupo de personas en edad de trabajar que en la actualidad no tienen empleo aun cuando se encuentran disponibles para trabajar y han buscado trabajo durante un periodo determinado.

Banco Central del Ecuador. (2014)

Tabla 6 Desempleo

Año	Porcentaje
2009	7.93%
2010	6.11%
2011	5.07%
2012	5%
2013	4.55%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaboración: Walter Obando

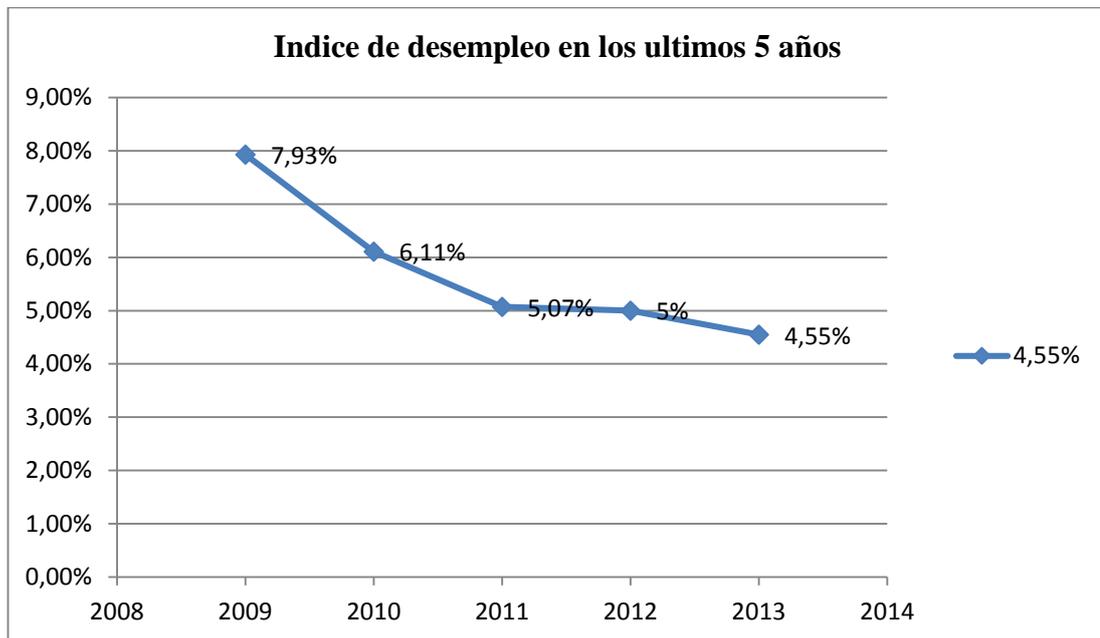


Figura 8 Desempleo

Análisis:

La ciudad de Quito posee la mayor cantidad de población en ocupación plena, entre el 2011 y 2013, el subempleo cayó de 35.3% a 29.93%. El porcentaje de pobreza bajo de 10.5% a 6.08% del 2010 al 2013 y la pobreza extrema bajo de 3.16% a 2.42% en el mismo tiempo.

La ocupación plena en la capital, se incrementó de un 58.8% en el 2011 a un 65.24% en el 2013.

El crecimiento de la ocupación en la capital nos indica que cada vez más personas están en la capacidad de adquirir bienes y servicios lo cual es una oportunidad para la creación de la distribuidora ya que permitirá

2.01.03.02 Población Económicamente Activa (PEA)

La población activa de un país está compuesta por los habitantes en edad laboral que o bien trabaja en un empleo remunerado o bien se halla en plena búsqueda de empleo.

Wikipedia. (2014).

Tabla 7 Población Económicamente Activa

AÑO	PEA
2009	38.80%
2010	45.60%
2011	49.90%
2012	52.07%
2013	50.37%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaboración: Walter Obando

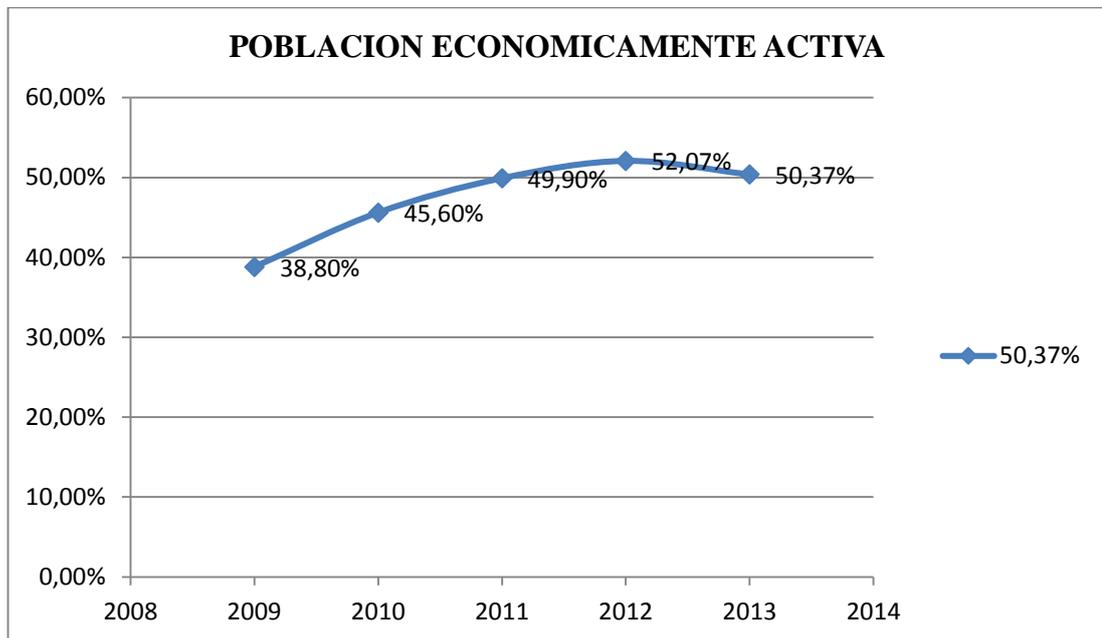


Figura 9 Población Económicamente Activa

Análisis:

La población económicamente activa del Ecuador se ha incrementado en los últimos años, este factor es muy importante ya que significa que cada vez más personas están en la posibilidad de adquirir bienes y servicios necesarios para su vida diaria entre estas medicinas.

2.01.04 Factor tecnológico

Para la administración del inventario y stock de la mercadería, la distribuidora utilizará el programa Kardex el cual nos ayudará registrando cada producto que se compra y que se vende y dándonos el resultado final del stock.

Fecha Ingreso dia/mes/año		12/Mayo/2009	
Buscar	<input type="text"/>		Nombre Producto Producto
Código	000	Existencias Actuales	000
Incrementar Existencias en	<input type="text"/>	Unidades.	
Referencia	<input type="text"/>		
Valor + IVA	<input type="text"/>	IVA	<input type="text"/> <input type="text"/>
Código del Proveedor	PROV1		
	Cancelar		Aceptar

Figura 10 Factor tecnológico

Análisis:

La utilización de esta herramienta tecnológica es una oportunidad ya que permitirá saber con certeza el stock de mercadería y de manejar de manera óptima los inventarios.

2.02 Entorno local

2.02.01 Análisis de las Fuerzas de Porter

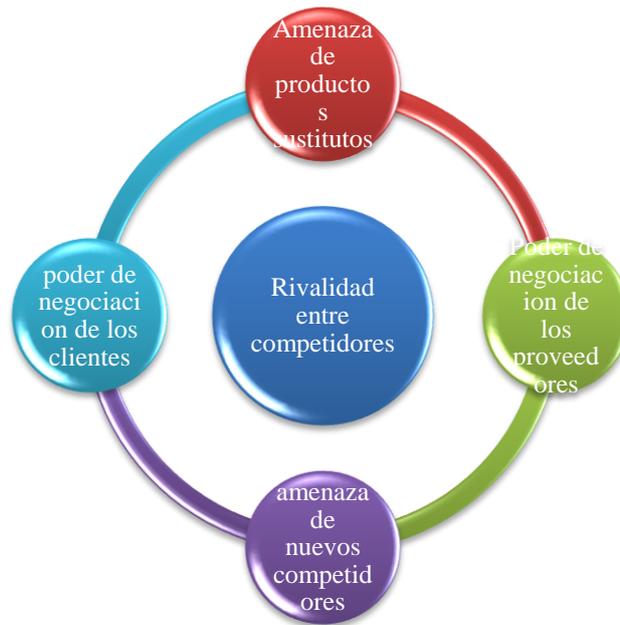


Figura 11 Fuerzas de Porter

2.02.01.01 Amenaza de nuevos competidores

Barreras de entrada

Obstáculos o dificultades que una empresa tiene que salvar o costes que tiene que soportar para entrar a formar parte de un nuevo sector productivo. En general, las economías de escala o economías que se obtienen al elevar el volumen o escala de la producción frenan o dificultan el acceso al sector de nuevas empresas.

<http://www.economia48.com/spa/d/barreras-de-entrada/barreras-de-entrada.htm>

Análisis:

La barrera más importante es la inversión inicial y la economía de escala ya que se necesita un capital elevado para iniciar con las operaciones de la empresa y los volúmenes de producción necesarios para poder competir con las grandes cadenas son muy altos.

2.02.01.02 Poder de negociación de los clientes

Clientes

Es la persona, empresa u organización que adquiere o compra de forma voluntaria productos o servicios que necesita o desea para si mismo, para otra persona o para una empresa u organización; por lo cual, por lo cual es el principal motivo por el que se crean, producen, fabrican y comercializan productos y servicios

Ivan Thompson (2009)

Análisis:

Es una oportunidad ya que al existir pocas distribuidoras las cuales comercialicen sus productos a farmacias independientes estas pueden llevar un control por encima de sus clientes o farmacias, por ende pueden imponer precios y cantidad de compra.

2.02.01.03 Poder de negociación de los proveedores

Proveedores

Puede ser una persona o empresa que abastece a otras empresas con productos o servicios, los cuales serán transformados para venderlos posteriormente o directamente se compran para su venta.

e-conomic (2014)

Análisis:

Ya que existen medicamentos sustitutos en la mayoría de casos la distribuidora puede negociar más fácilmente con sus proveedores con respecto al precio, descuentos y cantidad del pedido, sin embargo se convierte en una amenaza ya que existen medicamentos que no tienen sustitutos y por ende la negociación con estos productos resultara más compleja.

2.02.01.04 Rivalidad entre competidores

Competencia

Son las empresas o entes que tienen los mismos objetivos de venta que una empresa, y que sus productos pueden ser un sustitutivo del nuestro en el proceso de compra.

e-conomic (2014)

Análisis:

Existen varias empresas líderes en Ecuador con respecto a la distribución de medicamentos como son farcomed, farmaenlace, difare, etc. las cuales tienen campañas publicitarias agresivas, descuentos y promociones, sin embargo estas distribuidoras se centran únicamente en sus farmacias lo cual nos da un mercado libre de farmacias independientes, dispensarios médicos, clínicas y hospitales.

2.02.01.05 Amenaza de productos sustitutos

Productos sustitutos

Consiste en buscar otros productos o servicios que puedan realizar la misma función que el que fabrica la empresa líder. Este concepto es el que hace que entre en competencia directa con el producto al que se presenta como sustitutivo, ya que cumple la misma función dentro del mercado y satisface la misma necesidad en el consumidor.

e-conomic (2014)

Análisis:

La medicina natural es un sustituto de los fármacos ya que pueden desempeñar funciones similares, sin embargo su calidad y eficacia nos está comprobada por lo cual aunque si precio es más accesible no justifica con la calidad que esta ofrece.

Los posibles sustitutos que la empresa podría tener son: medicinas naturales, acupuntura, terapia física.

2.03 Análisis interno

2.03.01 Propuesta estratégica

2.03.01.01 Misión

Somos una empresa orientada a distribuir y comercializar productos farmacéuticos y con precios altamente competitivos, con el fin de satisfacer las necesidades del cliente con una atención diferenciadora.

2.03.01.02 Visión

Mediante una cultura diferenciadora consolidarnos en 5 años como una de las empresas líderes en el mercado a través de procesos de elevado nivel y respondiendo a los más altos estándares de calidad.

2.03.01.03 Valores

- lealtad
- compromiso
- responsabilidad
- mejora continua

2.03.01.04 Políticas

- Mejora continua
- Innovación
- Cumplimiento de objetivos

2.03.02 Gestión administrativa

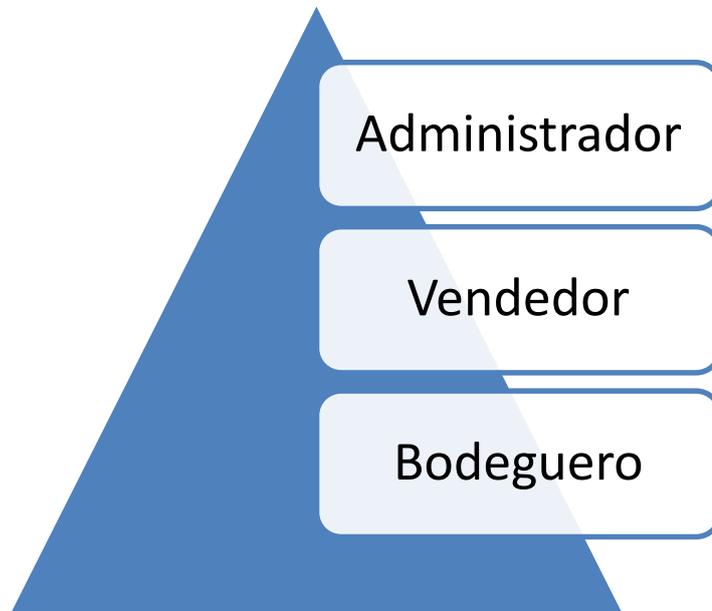


Figura 12 Gestión administrativa

Funciones de bodega

- Almacenamiento de mercadería
- Preparación y despacho de pedidos
- Entrega a domicilio de pedidos
- Verificación de inventarios

Funciones de la administración

- Llevar ordenadamente la documentación legal de la empresa
- Verificar que los recursos de la empresa sean utilizados adecuadamente
- Controlar la parte financiera
- Pago de sueldos

Funciones de los vendedores

- Buscar la fidelización de los clientes
- Promover las ventas
- Cumplir con los presupuestos mensuales

Funciones del químico farmacéutico

- Supervisar el buen manejo de productos próximos a caducar
- Velar por el cumplimiento de las disposiciones de asepsia y demás normas y técnicas con el objeto de prevenir infecciones.
- Llevar mensualmente el control de medicamentos psicotrópicos y estupefacientes.
- Llevar un control de la temperatura del refrigerador con el fin de garantizar que los productos que se encuentran en este espacio estén en condiciones óptimas para su uso.

2.03.04 gestión comercial

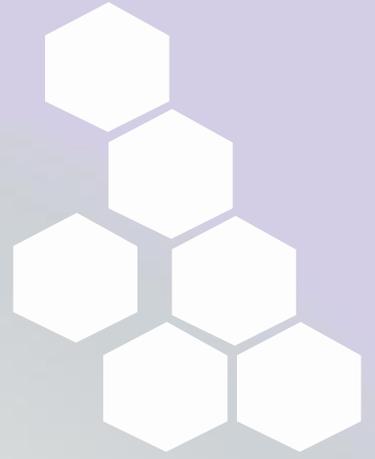
Nombre de la empresa

Universefarma

Logo:



La distribuidora "UniverseFarma" se dará a conocer mediante la siguiente publicidad:



Las 8 P del marketing estratégico

- Posicionamiento: se implementara campañas publicitarias agresivas las cuales nos permitan darnos a conocer con nuestros clientes por nuestra atención diferenciadora.
- Productos: los productos que la distribuidora va a manejar son medicinas genéricas y de marca, complementos médicos, no medicinas como pañales, pastas dentales, desodorantes, etc.
- Plaza: la comercialización se la realizara en la ciudad de quito mediante transporte terrestre el cual permita distribuir los pedidos de manera optima.
- Promoción: se buscara contar con una herramienta importante de venta la cual es la medicación frecuente la cual permite fidelizar a nuestros clientes ofreciéndoles apoyo con el tratamiento de sus enfermedades.
- Procesos: los procesos como llamadas telefónicas a clientes, llegada puntual del producto, abastecimiento continuo se garantizaran al 100% lo cual nos permita ganar la credibilidad de nuestros clientes.
- Personal: se implementaran cursos de capacitación como atención al cliente, técnicas de venta y de comercialización las cuales nos den como resultado un personal altamente preparado.

- Post venta: se realizara monitoreo telefónico para controlar que necesitan y en qué cantidad nuestros clientes, este proceso se lo realiza con el fin de que nuestros clientes sepan que nos preocupamos por ellos y que los valoramos.
- Precio:se buscara realizar convenios con los laboratorios para obtener descuentos especiales y con esto ofrecer productos con mejores precios.

2.04 Análisis foda

Fortalezas

- capacitación constante
- servicio de calidad
- innovación permanente

Oportunidades

- crecimiento poblacional
- crecimiento del pea

Debilidades

- empresa nueva en el mercado
- falta de experiencia del medio

Amenazas

- competencia bien establecida
- aumento de los precios por motivo de importaciones

2.04.01 Matriz MEFI

El análisis de evaluación de factor externo permitirá a los estrategas resumir y evaluar toda la información externa, como son: las variables decisivas, predicciones ambientales determinantes y la matriz de perfil competitivo.

Julieth Gutierrez (2013).

- La calificación se estableció bajo los siguientes parámetros:

1. nada importante 2.poco importante 3.importante 4.muy importante 5.esencial

- Para determinar el peso se tomó un rango entre 0 y 1;donde:

0.00 nada importante

1.00 muy importante

Tabla 8 Matriz Mefi

Factores críticos de éxito	Peso	calificación	Peso ponderando
Fortalezas			
Capacitación constante	0.20	5	1
servicio de calidad	0.15	4	0.60
Innovación permanente	0.15	5	0.75
total fortalezas	0.50	14	2.35
Debilidades			
Nueva en el mercado	0.10	3	0.30
Falta de experiencia	0.25	5	1.25
Bajo nivel de estudio de mercado	0.15	4	0.60
Total debilidades	0.50	12	2.15
total	1.00		4.50

Elaboración: Walter Obando

Análisis:

Ya que la empresa es nueva en el mercado los puntos calificados en las debilidades son importantes en la iniciación sin embargo estos puntos se pueden atenuar con las fortalezas que disponemos como la capacitación continua, servicio de excelencia y la innovación.

2.04.02 Matriz mefe

Es una herramienta de análisis estratégico que nos permitirá resumir y a la vez evaluar las debilidades y fortalezas de la empresa.

Nos sirve para ofrecer un diagnóstico de toda la empresa en sus diferentes funciones.

Anderson Salomon (2013).

La clasificación se la hizo bajo los siguientes parámetros

1. nada importante 2.poco importante 3.importante 4.muy importante 5.esencial

Para determinar el peso se tomó un rango entre 0 y 1 donde:

0:00 poco importante

1:00 muy importante

Tabla 9 Matriz Mefe

Factores críticos de éxito	Peso	Calificación	Peso ponderado
Oportunidades			
1.aumento de enfermedades	0.25	4	1
2.envejecimiento prematuro	0.15	2	0.30
3.malos hábitos de vida	0.20	3	0.60
Total oportunidades		7	1.80
Amenazas			
1.importaciones	0.25	5	1,25
2.crecimiento competencia	0.15	3	0.45
Total amenazas		8	1,70
Total	1.00		3,50

Elaboración: Walter Obando

Análisis:

Las oportunidades alcanzaron un valor mayor a las amenazas lo que nos indica que los factores externos representan un factor positivo para la empresa.

Tabla 10 Matriz Foda

<p>MATRIZ FODA</p>	<p>DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nueva en el mercado • Falta de experiencia • Bajo nivel de estudio de mercado 	<p>FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacitación constante • Orientación al cliente • Innovación permanente
<p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aumento de enfermedades • Envejecimiento prematuro • Malos hábitos de vida 	<p>Estrategias (DO)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Realizar investigaciones sobre las principales enfermedades del Ecuador • La creación de nuevas sucursales para ampliar la empresa y su poder en el mercado 	<p>Estrategias (FO)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Atraer a nuestros clientes ofreciendo servicios de calidad • Invertir de un publicidad para atraer a nuevos clientes.
<p>AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Restricciones a las importaciones • Crecimiento de la competencia 	<p>Estrategias (DA)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contar con proveedores los cuales nos brinden los productos que necesitamos • Idear campañas publicitarias las cuales nos brinden fidelizar clientes y así poder competir con las empresas rivales. 	<p>Estrategias (FA)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Buscar productos sustitutos a los que tienen complicaciones de importaciones. • Crear campañas publicitarias agresivas para poder competir con la competencia.

Análisis:

- Al realizar la matriz Foda se pueden obtener estrategias las cuales se aplicaran en relación a las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.
- Al analizar las oportunidades y debilidades podemos decir que se realizaran investigaciones para saber que enfermedades son las que más afectan a la población del Ecuador y con esto obtener las medicinas necesarias para ellas.
- Las estrategias para las fortalezas y oportunidades son atraer clientes ofreciendo servicios de calidad, además de invertir en publicidad la cual ayudara a llamar la atención de los mismos.
- Las estrategias entre debilidades y amenazas se definieron en contar con buenos proveedores los cuales nos ofrezcan productos de calidad y al mejor precio.
- Y por último las estrategias que surgieron entre fortalezas y amenazas son encontrar alternativas a productos que tienen complicaciones de importación.

CAPITULO III

3.01 Análisis del consumidor

Ya que la distribuidora va a trabajar con farmacias independientes no se realizara muestra porque se va a trabajar con el número total de farmacias a nivel de quito

3.01.02 Obtención de la información

3.01.02.01 Encuesta

La encuesta es un instrumento de la investigación de mercados que consiste en obtener información de las personas encuestadas mediante el uso de cuestionarios diseñados en forma previa para la obtención de información específica.

(<http://www.promonegocios.net>)

3.1.3 Análisis de la información

Pregunta No. 1

1. ¿con que distribuidora trabaja frecuentemente?

Tabla 11 pregunta n°1

Opciones	Respuestas	Porcentajes
Difasur	182	45%
farmaventas	102	25%
ferbovasa	122	30%
total	406	

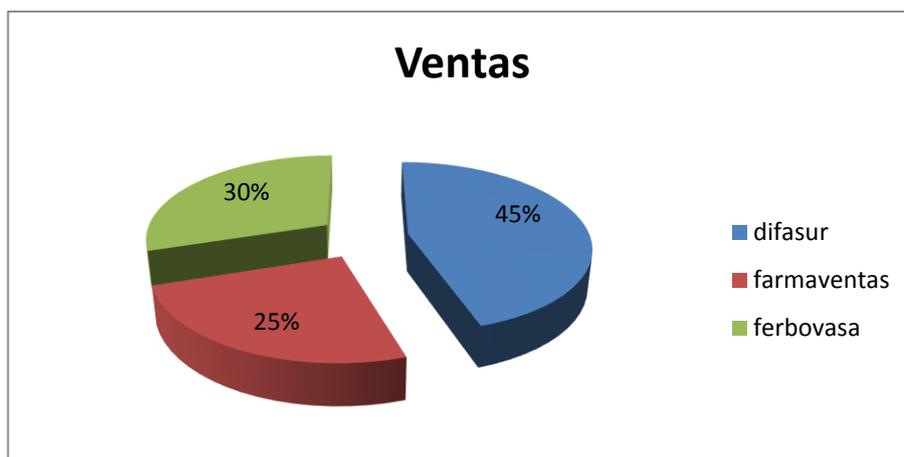


Figura 13 pregunta n°1

Fuente: Encuesta

Elaboración: Walter Obando

Análisis:

Del total de encuestados el 45% nos dijo que les distribuía los productos difasur que es el de mayor porcentaje luego iba ferbovasa y por ultimo farmaventas.

Pregunta No.2

2. ¿Cuál es la satisfacción que la distribuidora le genera?

Tabla 12 pregunta n°2

opciones	respuestas	Porcentajes
Buena	257	14%
Media	349	80%
Baja	73	6%
total	367	100%



Figura 14 pregunta n°2

Fuente: Encuesta

Elaboración: Walter Obando

Análisis:

Del 100% de los encuestados nos indican que el 86% no están satisfechos

totalmente lo que nos permite determinar nuestra demanda insatisfecha y con esto el

porcentaje con el que vamos a trabajar.

Pregunta N°3

3. ¿Qué es lo que usted busca en una distribuidora farmacéutico?

Tabla 13 pregunta n°3

opciones	respuestas	Porcentajes
Atención personalizada	122	30%
Precios accesibles	203	50%
Variedad de productos	81	20%
total	406	100%



Figura 15 pregunta n°3

Fuente: Encuesta

Elaboración: Walter Obando

Análisis:

La encuesta nos indica que para el 50% de los encuestados los precios accesibles con lo más importante por lo tanto esto será un punto importante a tomar en cuenta.

Pregunta N°4

4. ¿cree usted que tendrá acogida una nueva distribuidora farmacéutica?

Tabla 14 pregunta n°4

opciones	respuestas	Porcentajes
Si	349	90%
No	57	10%
total	407	100%

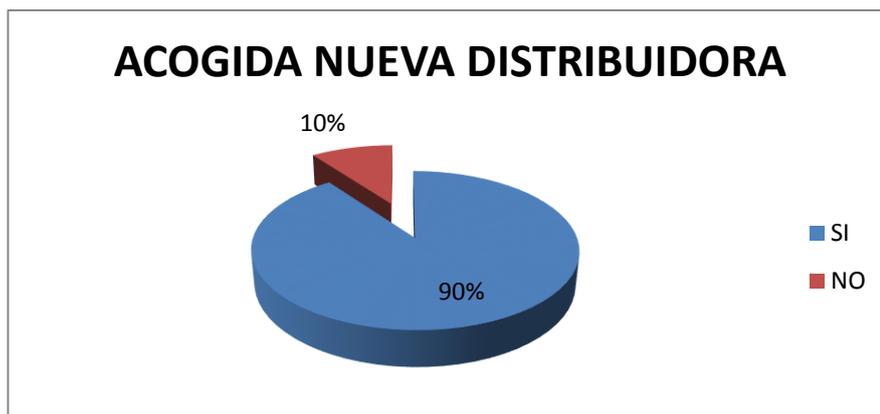


Figura 16 pregunta n°4

Fuente: Encuesta

Elaboración: Walter Obando

Análisis:

Del total de encuestados el 90% nos indica que tendrá buena acogida una nueva distribuidora farmacéutica, este es un punto a favor al momento de iniciar la empresa.

Pregunta N°5

5. ¿Cuál es el consumo mensual que realiza?

Tabla 15 pregunta n°5

Opciones	Respuestas	Porcentajes
1000	70	17%
2500	170	42%
5000	100	25%
7500	61	15%
10000 en adelante	5	1%
Total	406	100%

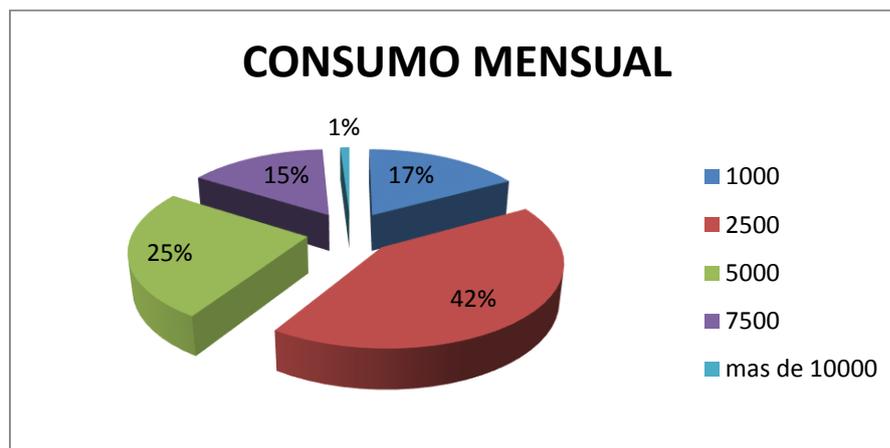


Figura 17 pregunta n°5

Fuente: Encuesta

Elaboración: Walter Obando

Análisis:

El consumo aproximado mensual de las farmacias es de 2500 lo que nos permite saber cuál será las compras que realizaran y también nuestro poder de venta.

Pregunta N°6

6. ¿Qué categoría compra con más frecuencia?

Tabla 16 pregunta n°6

opciones	respuestas	Porcentajes
Medicinas	325	80%
No medicinas	81	20%
total	406	100%

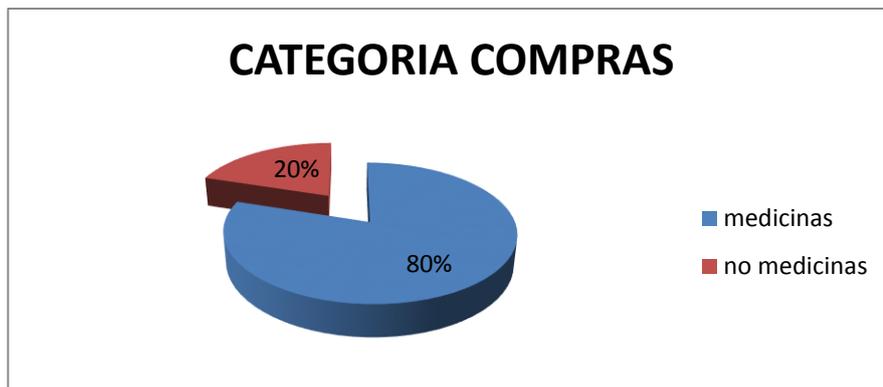


Figura 18 pregunta n°6

Fuente: Encuesta

Elaboración: Walter Obando

Análisis:

La encuesta nos demuestra que el 80% de las mismas compra más medicinas que no medicinas, este punto será importante al momento de ofertar productos.

Pregunta N°7

7. ¿Qué servicios le gustaría que una distribuidora le ofrezca?

Tabla 17 pregunta n°7

opciones	respuestas	Porcentajes
Financiamiento	122	30%
Reposición inmediata	284	70%
total	406	100%

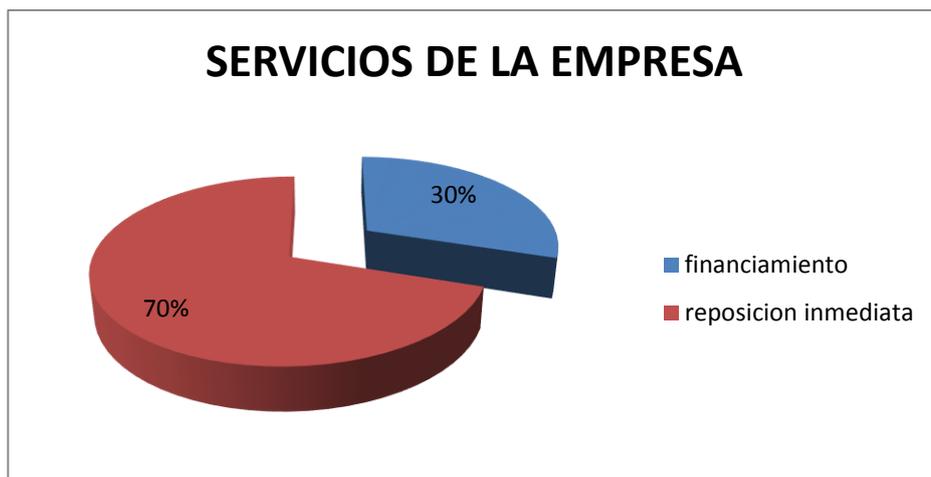


Figura 19 pregunta n°7

Fuente: Encuesta

Elaboración: Walter Obando

Análisis:

La encuesta nos demuestra que para nuestros posibles clientes es más importante una reposición inmediata ya que es necesario disponer de la mercadería necesaria al momento de realizar una venta y con eso asegurar sus ventas.

3.02 Oferta

3.02.01 Oferta Histórica

Tabla 18 oferta histórica

Años	Oferta Histórica
2010	\$ 9.469.203,61
2011	\$ 9.623.174,4
2012	\$ 9.744.000

Análisis:

Para la oferta histórica se tomó en cuenta el Producto Interno Bruto, por sector de la salud, de los años 2010 a 2012, tomando como referencia a la oferta actual que es 10.075.296.

3.02.02 Oferta Actual

Tabla 19 oferta actual

Farmacias	Ventas anuales	Porcentaje
Disfasur	\$ 4533883.2	45%
Farmaventas	\$ 2518824	25%
Ferbovasa	\$ 3022588.8	30%
TOTAL	\$10.075.296	100%

Fuente: Encuestas

Elaboración: Walter Obando

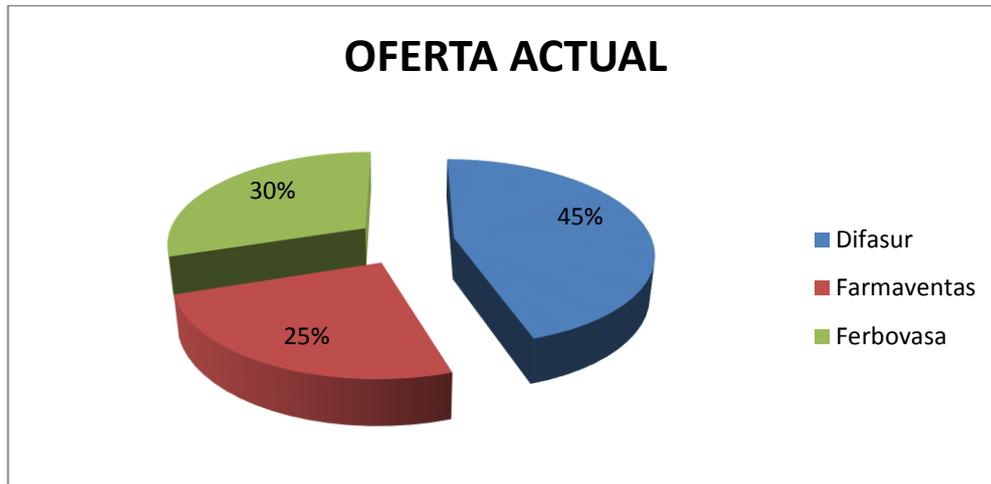


Figura 20 Oferta actual

3.02.03 Oferta Proyectada

Para determinar la oferta proyectada tomamos en cuenta el total de la demanda actual multiplicada por el promedio del producto interno bruto (PIB) del año 2008 al 2012 que es el 1.39%.

Tabla 21 Oferta proyectada

Año	% PIB	Oferta Proyectada
2014	1.39%	\$ 10.215.342,6
2015	1.39%	\$ 10.357.335,9
2016	1.39%	\$ 11.797.005,6
2017	1.39%	\$ 11.960.983,9
2018	1.39%	\$ 12.127.241,6

3.03.01 Demanda

Tabla 22 demanda actual

Consumidores	406
Promedio de consumo mensual	\$2500
Total mensual	\$1015000
Total anual	\$12180000

Fuente: Encuestas

Elaboración: Walter Obando

3.03.02 Demanda proyectada

Tabla 23 Demanda proyectada

Año	% crecimiento poblacional	Demanda proyectada
2015	2.18%	\$12'445.524
2016	2.18%	\$12'716.836,4
2017	2.18%	\$12'994.063,5
2018	2.18%	\$13'277.334
2019	2.18%	\$13'566.779,9

Elaboración: Walter Obando

Para realizar la demanda proyectada tomamos en cuenta el crecimiento poblacional que es del 2.18%

3.04 Balance oferta-demanda

Tabla 24 Balance oferte-demanda

Oferta-Demanda
\$10'075296-12'180.000
\$-2'104.704 Demanda insatisfecha

Fuente: Encuestas

Elaboración: Walter Obando

Del total de la demanda insatisfecha tomaremos el 10.75% el cual nos dio como resultado del análisis de la encuesta, la cual representa la octava parte de la demanda insatisfecha con un total de 226.255.68 el cual será nuestro monto de venta anual.

3.04.01 Balance proyectado

Tabla 25 Balance proyectado

Año	Oferta proyectada	Demanda proyectada	Total
2015	\$10.215.342,6	\$12'445.524	\$-2'230.181,4
2016	\$ 10.357.335,9	\$12'716.836,4	\$-2'359.500,5
2017	\$ 11.797.005,6	\$12'994.063,5	\$-1'197057,9
2018	\$ 11.960.983,9	\$13'277.334	\$-1316350,1
2019	\$ 12.127.241,6	\$13'566.779,9	\$-1439538,3

Fuente: Oferta y Demanda actual

Elaboración: Walter Obando

CAPITULO IV

4.01 tamaño del proyecto

4.01.01 capacidad instalada

Capacidad instalada es el potencial de producción o volumen máximo de producción que una empresa en particular, unidad, departamento o sección, puede lograr en un periodo de tiempo determinado, teniendo en cuenta todos los recursos que tiene disponibles, sea los equipos de producción, instalaciones, recursos humanos, tecnología, experiencia/conocimientos, etc.

<http://www.knoow.net/es/cieeconcom/gestion/capacidadinstalada.htm>

Con referencia a lo mencionado, la distribuidora “universefarma “, contara con una infraestructura de 400m2. Y constara de las siguientes áreas:

Área de bodega:

- lugar de almacenamiento de medicamentos para su distribución

Área administrativa:

- oficinas para el control administrativo de la empresa

Área de comercio

- área destinada a las relaciones comerciales con otras empresas

Baño:

- baterías sanitarias y lavabo de manos

4.01.02 capacidad instalada

Tabla 26 Capacidad instalada

Detalle	Cantidad	Valor unidad	Valor total
alarmas	1	\$80	\$ 80
perchas	8	\$250	\$2000
Computadoras	2	\$600	\$1200
Impresoras	2	\$70	\$140
Teléfonos	2	\$50	\$100
Escritorios	2	\$155	\$310
sillas	2	\$50	\$100
rotulo	1	\$250	\$250
total			\$4180

Elaboración: Walter Obando

4.01.02.01 Rol de pagos

La distribuidora contará con el siguiente personal:

- 1 bodegueros
- 1 administrador
- 1 vendedores

Tabla 27 Rol de pagos

ROL DE PAGOS			
CARGO	ADMINISTRADOR	VENEDORES	BODEGUEROS
SALARIO	\$600	\$400	\$340
DECIMO TERCERO	\$50	\$33.33	\$28.33
DECIMO CUARTO	\$28.33	\$28.33	\$28.33
Aporte personal	\$56.7	\$37.80	\$32.13
APORTE PATRONAL	\$66.9	\$44.60	\$37.91
VACACIONES	\$16.66	\$16.66	\$14.16
SUBTOTAL	\$818.59	\$561.34	\$448.73
TOTAL	\$9823.08	\$6736.08	\$5384.76

Elaboración: Walter Obando

4.02 Localización

4.02.01 Macro localización



Ilustración 21 Macro localización

El proyecto de factibilidad se realizara en:

- Provincia: Pichincha
- Ciudad: Quito

La distribuidora se instalara en la provincia de Pichincha más específicamente en la ciudad de Quito debido a que se ah determinado que existe un número considerable de posibles consumidores.

4.02.02 Micro localización

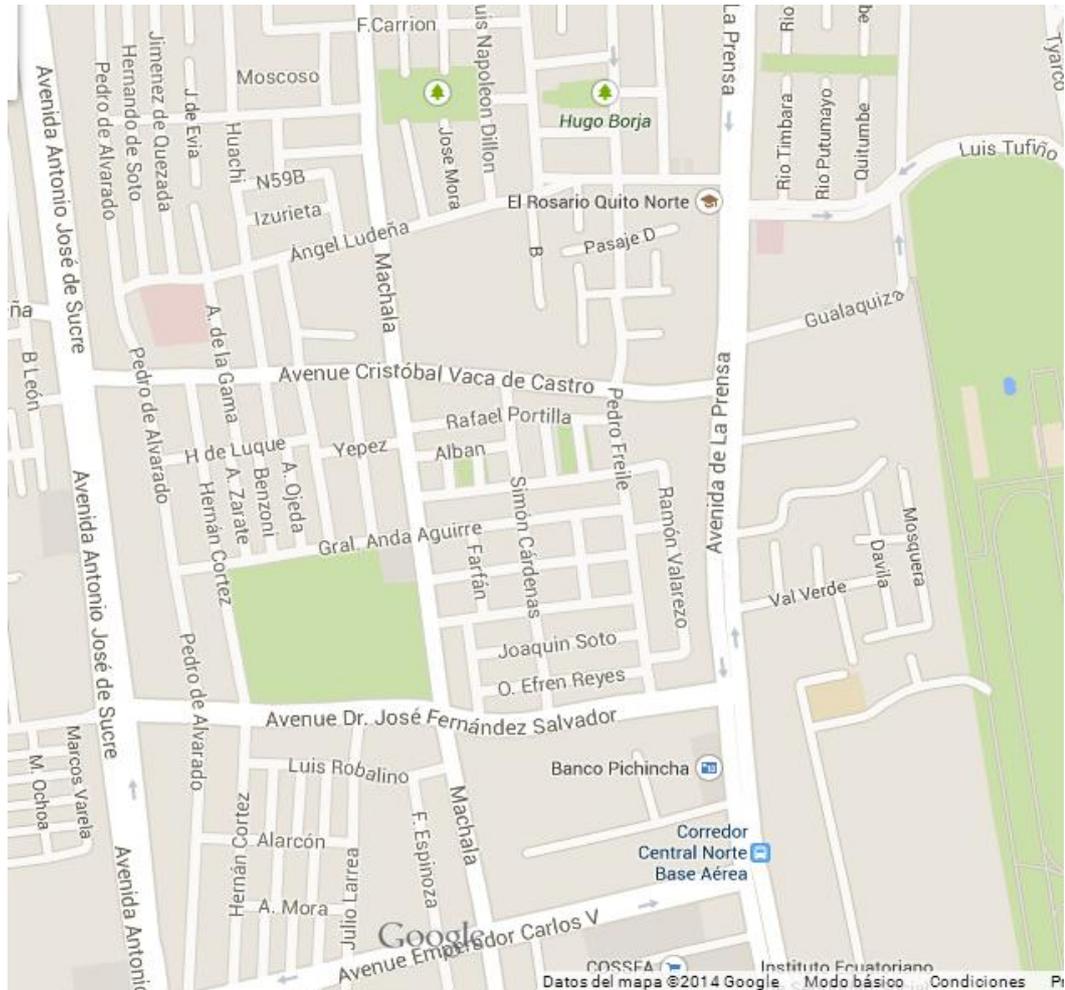


Ilustración 22 Micro localización

Luego de establecer a la ciudad de Quito como ciudad matriz, se estableció al sector de San Carlos como sector a trabajar ya que este sector posee una alta cantidad de pobladores además de que ofrece seguridad y vigilancia.

4.02.03 Localización óptima



Ilustración 23 Localización óptima

Al realizar el análisis de la localización óptima se obtuvo que el mejor lugar para operar debe ser en la Av. Machala y Vaca de Castro ya que este lugar brinda seguridad, vías de acceso, afluencia de gente y costos razonables.

Se tomó en cuenta la av. Machala y vaca de castro mediante la siguiente tabla de ponderación:

1= poco significativo

2= significativo

3= muy significativo

Tabla 28 Ponderación zonal

Observaciones	Vaca de castro	Av. La Florida	Av. Carlos V
Cientes	3	3	1
Accesibilidad	3	3	2
Seguridad	3	2	2
Arriendo	2	1	2
total	12	9	7

Localización óptima

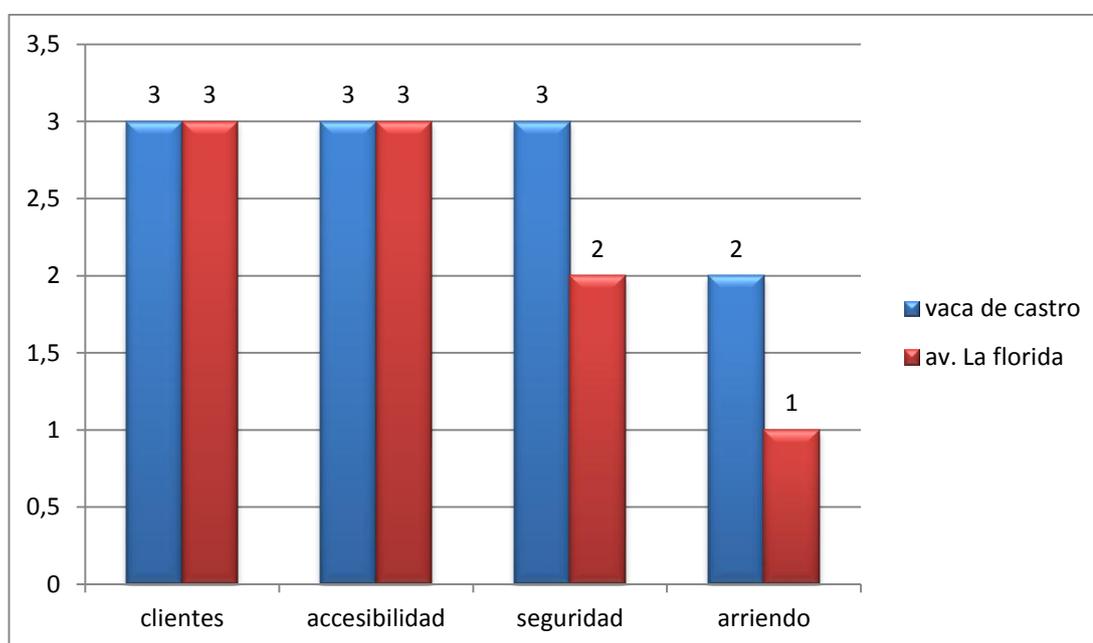


Figura 24 Localización óptima

Al realizar el análisis del gráfico podemos determinar que la localización óptima es la Av. Machala y Vaca de Castro por los siguientes puntos:

1. Existe una buena afluencia de clientes
2. Tienen una excelente accesibilidad ya que por esta avenida circula el trolebus y los diferentes tipos de buses, además cerca de esta ubicación está el metro.
3. No se paga arriendo ya que el local es propio
4. Cuenta con buena seguridad ya que el sector es poblado y bien resguardado por las autoridades.

4.03 Ingeniería del producto

4.03.01 Definición medicamento

Es toda sustancia la cual puede tratar o curar enfermedades crónicas y agudas las cuales contienen dos componentes principales: el primero es el principio activo el cual es el que genera los efectos que se espera de un fármaco y los excipientes los cuales son el vehículo del principio activo, de los excipientes depende la forma, color, sabor y forma de ingesta de los fármacos.

4.03.02 Distribución de la planta

1.-Área administrativa

Se encarga de llevar en orden toda la documentación legal de la empresa y de los procesos administrativos.

2.- área de bodega

Se encarga de clasificar, ordenar y entregar la mercadería que se disponga, la que se encuentra para entregar y la que este por venir.

3.- área de ventas

Junto al área de bodega se encarga de fidelizar al cliente, brindarle satisfactores y por ende llegar a al cumplimiento de ventas.

Áreas de la distribuidora "universefarma"

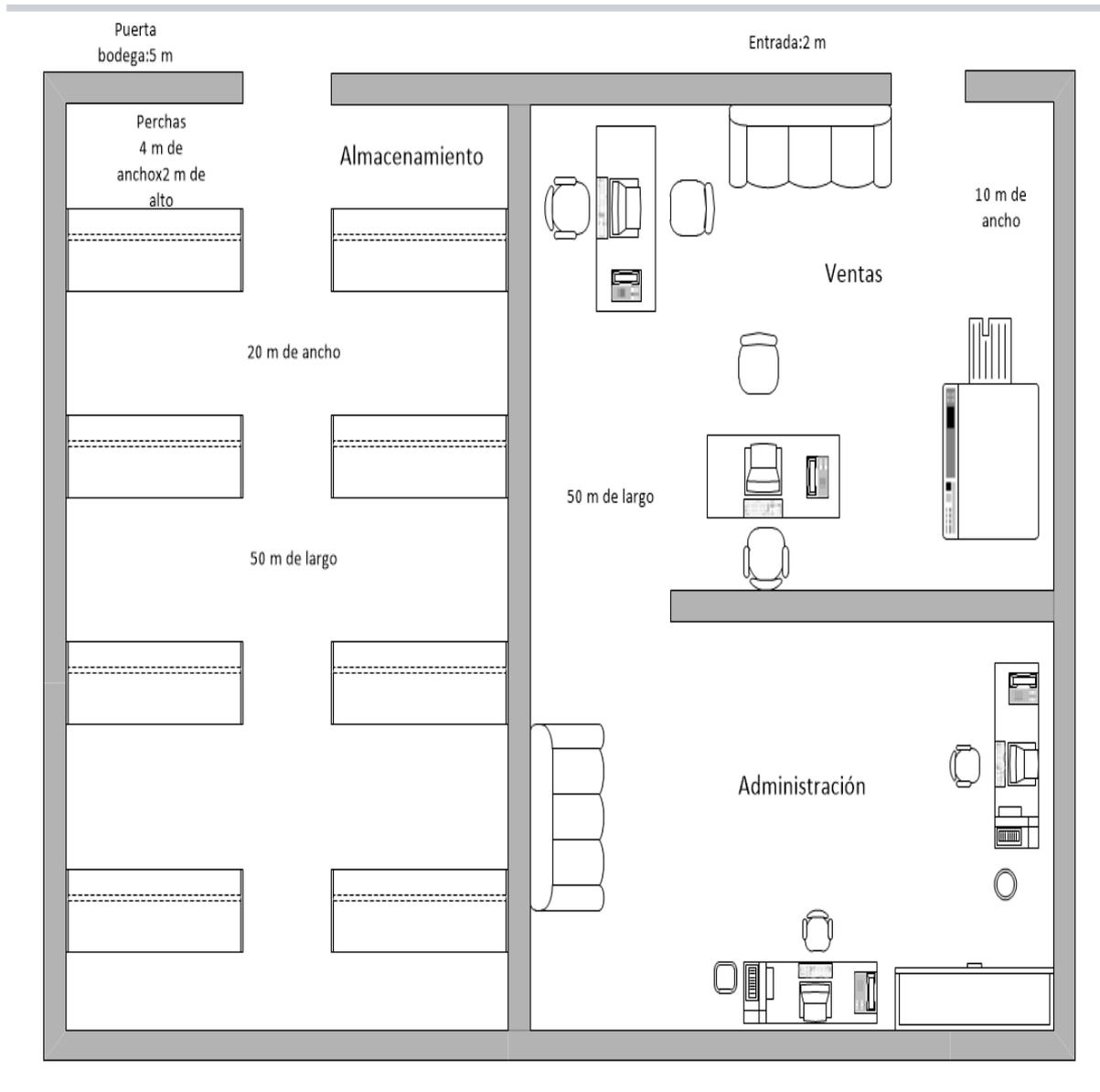


Figura 25 Áreas de la empresa

4.04 Maquinaria y equipos

4.04.01 Equipos

Tabla 29 Equipos

Equipos de computación	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Computadoras	2	\$600	\$1200
Impresoras	2	\$70	\$140
Subtotal		\$670	\$1340
Equipos de oficina			
Escritorios	2	\$155	\$310
Sillas	2	\$50	\$100
Sofá	2	\$300	\$600
subtotal		\$505	\$1010
Total		\$1175	\$2350

Elaboración: Walter Obando

Para determinar que equipos y en qué cantidad se requieren para la distribuidora se analizó la demanda insatisfecha y el crecimiento del mercado y en base a esto se obtuvo el número de equipos los cuales sirvan para cumplir con el total de la demanda.

CAPITULO V

5.01 ingresos

5.01.02 ingresos operacionales

Los ingresos operacionales de la distribuidora “farma universo” se tomarán en cuenta en base al promedio de ventas analizado en la demanda.

Tabla 30 Ingresos operacionales

Consumidores	406
Promedio de consumo	\$2500
Total mensual	\$1015000
Total anual	\$12180000

5.01.03 ingresos no operacionales

La distribuidora “universefarma” no cuenta con ingresos no operacionales.

5.02 costos

5.02.01 costos directos

Son los cargos por concepto de material, de mano de obra y de gastos, correspondientes directamente a la fabricación o producción de un artículo determinado o de una serie de artículos o de un proceso de manufactura.

<http://www.definicion.org/costos-directos>

Teniendo en cuenta a la demanda actual tenemos que:

Tabla 31 Costos directos

DEMANDA	
Consumidores	\$406
Promedio de consumo	\$2500
Total mensual	\$18854.64
Total anual	\$226255.68

Para obtener las ventas mensuales y anuales tomamos el 10.75% de la demanda general.

5.02.02 Costos indirectos

Los costos indirectos no están directamente relacionados con la comercialización de la distribuidora.

Tabla 32 Costos indirectos

COSTOS INDIRECTOS	
Útiles de aseo	\$50
Servicios básicos	\$100
Total mensual	\$150
Total anual	\$2400

Fuente:

Elaboración:

5.02.03 Gastos administrativos

Es aquel que está relacionado directamente con el trabajo administrativo y permite el desarrollo de las actividades de la empresa.

http://www.ehowenespanol.com/costo-administrativo-info_245784/

Tabla 33 Gastos administrativos

GASTO ADMINISTRATIVO	
Sueldo del bioquímico farmacéutico	\$200
Depreciación de equipos electrónicos	\$444.66
Depreciación de muebles y enseres	\$200
Depreciación equipos de oficina	\$110
Amortización permisos de funcionamiento	\$120
Total mensual	\$1074.66
Total anual	\$12895.92

Elaboración: Walter Obando

ROL DE PAGOS DEL BIOQUIMICO FARMACEUTICO

Tabla 34 Rol de pagos Q.F

ROL DE PAGOS	
Salario	\$200
Aporte personal	-
Aporte patronal	-
Vacaciones	-
Décimo tercero	-
Décimo cuarto	-
Fondos de reserva	-
Total mensual	\$200
Total anual	\$2400

Elaboración: Walter Obando

Depreciaciones

Equipos de computación

- Computadoras
- Impresoras

Tabla 35 Depreciación equipos de computación

Equipos de computación			
Años	Depreciación	Dep. acumulada	Valor en libros
0			\$1340
1	\$444.66	\$444.66	\$893.33
2	\$444.66	\$893.33	\$444.66
3	\$444.66	\$1340	\$0,00

Elaboración: Walter Obando

Equipos de oficina

- escritorio y sillas

Tabla 36 Depreciación equipos de oficina

Equipos de oficina			
Años	Depreciación	Dep.acumulada	Valor en libros
0			\$1110
1	\$111	\$111	\$999
2	\$111	\$222	\$888
3	\$111	\$333	\$777
4	\$111	\$444	\$666
5	\$111	\$555	\$555
6	\$111	\$666	\$444
7	\$111	\$777	\$333
8	\$111	\$888	\$222
9	\$111	\$999	\$111
10	\$111	\$1110	\$0.00

Elaboración: Walter Obando

Muebles y enceres

- perchas

Tabla 37 Depreciación muebles y enceres

Muebles y enceres			
Años	Depreciación	Dep. acumulada	Valor en libros
0			\$2000
1	\$200	\$200	\$1800
2	\$200	\$400	\$1600
3	\$200	\$600	\$1400
4	\$200	\$800	\$1200
5	\$200	\$1000	\$1000
6	\$200	\$1200	\$800
7	\$200	\$1400	\$600
8	\$200	\$1600	\$400
9	\$200	\$1800	\$200
10	\$200	\$2000	\$0.00

Elaboración: Walter Obando

5.02.04 Gastos financieros

Los gastos financieros representan el endeudamiento que la empresa realizado en el banco del fomento con una tasa del 11.20% para PYMES.

Tabla 38 Gastos financieros

GASTOS FINANCIEROS	
Monto del préstamo	40000
Interés del préstamo	11.20% (0.00933333)
Tiempo	3 años
Pago mensual	\$(1313.34)
Total interés	\$7280.25

Elaboración: Walter Obando

Tabla de amortización

Tabla 39 Tabla de amortización

TABLA DE AMORTIZACION				
TIEMPO	CAPITAL	INTERES	PAGO	CAPITAL
1	\$40000	\$373,33	\$1313.34	\$940,00
2	\$39059,99	\$364,55	\$1313.34	\$957,63
3	\$37153,57	\$346,76	\$1313.34	\$966,57

4	\$36187,00	\$337,74	\$1313.34	\$975,59
5	\$35211,40	\$328,63	\$1313.34	\$984,70
6	\$34226,70	\$319,44	\$1313.34	\$993,89
7	\$33232,81	\$310,17	\$1313.34	\$1003,16
8	\$32229,65	\$300,80	\$1313.34	\$1012,53
9	\$31217,12	\$291,35	\$1313.34	\$1021,98
10	\$30195,14	\$281,82	\$1313.34	\$1031,51
11	\$29163,62	\$272,19	\$1313.34	\$1041,14
12	\$28122,47	\$262,47	\$1313.34	\$1050,86
13	\$27071,61	\$252,66	\$1313.34	\$1060,67
14	\$26010,94	\$242,76	\$1313.34	\$1070,57
15	\$24940,36	\$232,77	\$1313.34	\$1080,56
16	\$23859,80	\$222,69	\$1313.34	\$1090,64
17	\$22769,15	\$212,51	\$1313.34	\$1100,82
18	\$21668,32	\$202,23	\$1313.34	\$1111,10
19	\$20557,22	\$191,86	\$1313.34	\$1121,47
20	\$19435,75	\$181,40	\$1313.34	\$1131,93
21	\$18303,81	\$170,83	\$1313.34	\$1142,50
22	\$17161,31	\$160,17	\$1313.34	\$1153,16
23	\$16008,14	\$149,40	\$1313.34	\$1163,93
24	\$16008,14	\$149,40	\$1313.34	\$1163,93
25	\$14844,21	\$138,54	\$1313.34	\$1174,79

26	\$13669,41	\$127,58	\$1313.34	\$1185,75
27	\$12483,65	\$116,51	\$1313.34	\$1196,82
28	\$11286,83	\$105,34	\$1313.34	\$1207,99
29	\$10078,83	\$94,06	\$1313.34	\$1219,27
30	\$8859,56	\$82,68	\$1313.34	\$1230,65
31	\$7628,91	\$71,20	\$1313.34	\$1242,13
32	\$6386,77	\$59,60	\$1313.34	\$1253,73
33	\$5133,04	\$47,90	\$1313.34	\$1265,43
34	\$3867,61	\$36,09	\$1313.34	\$1277,24
35	\$2590,37	\$24,17	\$1313.34	\$1289,16
36	\$1301,21	\$12,14	\$1313.34	\$1301,19
		\$7820.25		\$40000

Año 1	\$3882.55
Año 2	\$2481.82
Año 3	\$915.88

Elaboración: Walter Obando

5.02.05 Gastos de ventas

Rol de pagos de los bodegueros, administrador y vendedores

Tabla 40 Rol de pagos vendedor

VENEDORES					
Años	1	2	3	4	5
Salario	\$400	\$435	\$461.4	\$497	\$536
Décimo tercero	\$33.33	\$36.25	\$38.45	\$41.41	\$44.66
Décimo cuarto	\$28.33	\$28.33	\$28.33	\$28.33	\$28.33
Aporte personal	\$37.80	\$41.11	\$43.60	\$46.97	\$50.65
Aporte patronal	\$44.6	\$48.50	\$51.45	\$55.41	\$59.76
Vacaciones	\$16.66	\$18.13	\$19.22	\$20.71	\$22.33
Fondos de reserva	\$	\$36.32	\$38.53	\$41.50	\$44.76
Total mensual	\$522.92	\$602.53	\$637.38	\$684.36	\$735.84
Total anual	\$6275.04	\$7230.36	\$7648.56	\$8212.32	\$8830.08

Tabla 41 Rol de pagos bodegueros

BODEGUEROS					
Año	1	2	3	4	5
Salario	\$340	\$368.32	\$399	\$432.24	\$468.25
Décimo tercero	\$28.33	\$30.69	\$33.25	\$36.02	\$39.02
Décimo cuarto	\$28.33	\$30.69	\$33.25	\$36.02	\$39.02
Aporte personal	\$32.13	\$34.81	\$37.71	\$40.85	\$44.25
Aporte patronal	\$37.91	\$41.07	\$44.49	\$48.19	\$52.21
Vacaciones	\$14.17	\$15.35	\$16.63	\$18.01	\$19.51
Fondos de reserva		\$30.68	\$33.24	\$36.01	\$39.09
Total mensual	\$416.61	\$481.99	\$522.14	\$565.64	\$612.76
Total anual	\$4999.32	\$5783.88	\$6265.68	\$6787.68	\$7353.12

Tabla 42 Rol de pagos administrador

ADMINISTRADOR					
Años	1	2	3	4	5
Salario	\$600	\$649.98	\$704.12	\$762.77	\$826.30
Décimo tercero	\$50	\$54.16	\$58.67	\$63.56	\$68.85
Décimo cuarto	\$28.33	\$28.33	\$28.33	\$28.33	\$28.33
Aporte personal	\$56.7	\$61.42	\$66.54	\$72.08	\$78.08
Aporte patronal	\$66.9	\$72.47	\$78.51	\$85.04	\$92.13
Vacaciones	\$25	\$27.08	\$29.33	\$31.78	\$34.42
Fondos de reserva		\$54.14	\$58.65	\$63.54	\$68.83
Total mensual	\$770.23	\$886.16	\$957.61	\$1035.02	\$1118.86
Total anual	\$9242.76	\$10633.92	\$11491.32	\$12420.24	\$13426.32

Elaboración: Walter Obando

Publicidad

Tabla 43 Publicidad

PUBLICIDAD	
Volantes	\$80
Tarjetas empresariales	\$50
Rótulos	\$250
Disco móvil	\$30
Animadores	\$60
Propaganda radial	\$300
Total	\$770

Tabla 44 Vehículos

VEHICULOS	
ALQUILER CAMIONETA MENSUAL	\$1000
Total	\$1000

Elaboración: Walter Obando

5.03 Inversión del proyecto

5.03.01 Activos fijos

Tabla 45 Activos fijos

Detalle	Cantidad	Calor total
Perchas	8	\$2000
Computadoras	2	\$1200
Sillas	2	\$100
Escritorios	2	\$310
Impresoras	2	\$140
basureros	2	\$50
Extintores	1	\$50
Teléfonos	2	\$100
Sofá	1	\$600
Refrigerador	1	\$300
Ventilador	1	\$200
alarma	1	\$80
rotulo	1	\$250
total		\$7492

5.03.03 Capital de trabajo

Tabla 46 Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	
Caja	\$1000
Bancos	\$2000
Mercadería	\$35000
Total	\$38000

5.03.04 Estado de situación inicial

Tabla 47 Estado de situación inicial

ESTADO DE SITUACION INICIAL			
BALANCE GENERAL			
Activos		Pasivos	
Activo corriente		Pasivos corrientes	
Caja	\$1000		
Bancos	\$2000		
Mercadería	\$35000		
Sub. Act. Corriente	\$38000		

Activos fijos		Pasivos a largo plazo	
Muebles y enseres	\$2000	Ob. bancarias	\$40000
Equipos de oficina	\$1110		
Equipos de computación	\$1340		
Sub. Act. Fijos	\$4450		
Activos diferidos		Patrimonio	\$5680
Gastos de constitución	\$1200		
Arriendo	\$1000		
Sub Act Diferidos	\$2200		
Otros activos	\$1030		
Sub Act Otros	\$1030		
Total activos	\$45680		\$45680

Elaboración: Walter Obando

5.03.05 Fuentes de financiamiento y uso de fondos

Tabla 48 Fuentes de financiamiento y uso de fondos

Total activos	\$45680
Préstamo	\$40000
Patrimonio	\$5680



Figura 26 Uso de fondos

Análisis:

El total de los activos es 45680 de los cuales 40000 serán financiados por un préstamo y los 5680 provienen del capital que se dispone.

CAPITULO VI

6.01 Pronostico financiero

6.01.01 Estado de pérdidas y ganancias

Tabla 49 Estado de pérdidas y ganancias

Estado de pérdidas y ganancias					
Años	1	2	3	4	5
Ventas	\$226255.68	\$235735.79	\$245613.12	\$255904.31	\$266626.70
Costo de ventas	\$158378.97	\$165015.05	\$171929.18	\$179133.01	\$186638.69
UT.B.VTAS	\$67876.70	\$70720.73	\$73683.93	\$76771.29	\$79988.01
Gstos de vtas	\$22287.12	\$25492.32	\$27326.98	\$29422.16	\$31695.32
Sueldos	\$20517.12	\$23648.16	\$25405.56	\$27420.24	\$29609.52
Publicidad	\$770	\$802.26	\$835.87	\$870.89	\$907.38
Transporte	\$1000	\$1041.9	\$1085.55	\$1131.03	\$1178.42
Ut.netavtas	\$45589.58	\$45228.41	\$46356.95	\$47349.13	\$48292.69
Gstosadministrativ	\$3155.66	\$3475.58	\$3692.09	\$3362.11	\$3616.26
Dep. M y E	\$200	\$200	\$200	\$200	\$200
Dep. Equip. Oficina	\$111	\$111	\$111	\$111	\$111
Dep. comput	\$444.66	\$444.66	\$444.66	\$ 0	\$ 0
Amor. Per función	\$120	\$120	\$120	\$120	\$120
S/S Q.F	\$2400	\$2599.92	\$2816.49	\$3051.11	\$3305.26
Ut. Operacional	\$42433.92	\$41752.83	\$42664.86	\$43987.02	\$44676.43
Gts. Finan					
Préstamo	\$3882.55	\$2481.82	\$915.88	\$ 0	\$ 0
Ut. antesimp	\$38551.37	\$39271.01	\$41748.98	\$43987.02	\$44676.43
15% trabajador	\$5782.70	\$5890.65	\$6262.34	\$6598.05	\$6701.46
Ut. Imp	\$32768.66	\$33380.35	\$35486.633	\$37388.96	\$37974.96
% imp	\$6553.73	\$6676.07	\$7097.33	\$7477.79	\$7594.99
Ut. total	\$26214.93	\$26704.28	\$28389.30	\$29911.17	\$30379.97
10% reserva legal	\$2621.49	\$2670.42	\$2838.93	\$2991.11	\$3037.99
Ut. dividendos	\$23593.43	\$24033.85	\$25550.37	\$26920.05	\$27341.97

Para las proyecciones de los años siguientes, se tomarán en cuenta los siguientes datos:

Tabla 50 Tabla de proyecciones

	Inflación	Crecimiento poblacional
Propaganda y publicidad	4.19%	2.18%
	Incremento salarial	
Sueldos y salarios	8.33%	

Elaboración: Walter Obando

6.01.02 Flujo de caja

Tabla 51 Flujo de caja

FLUJO DE CAJA						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Utilidad		\$23593.43	\$24033.85	\$25550.37	\$26920.05	\$27341.97
Depreciación		\$755.66	\$755.66	\$755.66	\$311	\$311
Amort P.F		\$120	\$120	\$120	\$120	\$120
Gastos Fin		\$3882.55	\$2481.82	\$915.88		
Flujo Oper		\$28351.64	\$27391.33	\$27341.91	\$27351.05	\$27772.97
CTN	\$-40200					
Act. Fijos	\$-5480				-1340	
Flujo neto	\$-45680	\$28351.64	\$27391.33	\$27341.91	\$26011.05	\$27772.97

Elaboración: Walter Obando

6.01.03 Punto de equilibrio

Tabla 52 Punto de equilibrio

Gastos totales	Gastos fijos	Gastos variables
Costos de ventas		
\$158378.97	\$ -	\$158378.97
Gastos de ventas		
\$22287.12	\$20517.12	\$1770
Gastos administrativos		
\$3155.66	\$3155.66	\$ -
Gastos financieros		
\$3882.55	\$3882.55	
Subtotal	\$27555.33	\$160148.97
Total	\$187704.3	

Fuente: Walter Obando

Realizado por: Walter Obando

6.01.03.01 Punto de equilibrio en días

$$PE = \frac{COSTO FIJO}{P.v.u - C.v.u}$$

$$PE = \frac{27555.33}{619.88 - 468.76}$$

$$PE = \frac{27555.33}{151.12}$$

$$PE = 182.34$$

6.01.03.02 Punto de equilibrio monetario

$$P.E.monetario = \frac{\text{costos fijos}}{1 - \frac{C.V.U}{P.V.U}}$$

$$P.E.monetario = \frac{27555.33}{1 - 1.32}$$

P.E.monetario=\$86110.41

6.02 Evaluación financiera

6.02.01T (MAR)

Tabla 53T(MAR)

Riesgo país	6.17%
Tasa de interés activa	8.17%
Inflación	4.19%
Total	18.53%

Análisis: la tasa mínima de retorno es de 18.53% tomando en cuenta el riesgo país, la tasa de interés activa y la inflación.

6.02.02 VAN

Tabla 54 VAN

Años	Flujo neto	VAN
0	\$-45680	\$-45680
1	\$28351.64	\$23919.37
2	\$27391.33	\$19496.49
3	\$27341.91	\$16418.89
4	\$26011.05	\$13177.85
5	\$27772.97	\$11870.82
		\$39203.45

Análisis:

Luego de realizar el análisis financiero se determinó que en la vida útil de la empresa, es decir en 5 años, se genera un total de 41307.29 de recursos líquidos.

6.02.03 TIR

Tabla 55 TIR

Años	Flujo neto	VAN
0	\$-45680	\$-45680
1	\$28351.64	\$18493.87
2	\$27391.33	\$11655.00
3	\$27341.91	\$7588.88
4	\$26011.05	\$4709.30
5	\$22772.97	\$3279.97
		0.0

TIR=0.53302899

TIR=53.302899%

Análisis:

La tasa interna de retorno es de 53.302899% mayor al T(MAR) que es de 18.53% , por lo que la inversión que realice la empresa, tiene una alta rentabilidad.

6.02.04 PRI

Tabla 56 PRI

Año 0	\$-45680
Año 1	\$23919.37
	\$-21760.63
Año 2	\$19496.49
	\$-2264.14

Tabla 57 PRI

2264.14/16418.89	0.13789848*12
1.65478178	0.65478178*30
19.6434534	
PRI=2 AÑO, 1MES Y 19 DIAS	

Análisis:

El periodo de recuperación de la inversión es 2 años, 1 mes y 19 días. Por lo que se considera que la empresa tiene liquidez y puede cancelar sus deudas en corto plazo.

6.03 Análisis de impactos

6.03.01 Análisis ambiental

Los malos hábitos y costumbres, así como las tareas diarias de las personas provocan repetitivamente daños graves al medio ambiente como contaminación visual, acústica, desechos orgánicos e inorgánicos, etc.

Tenemos que tomar en cuenta puntos cruciales como son: el sitio donde va ser ubicado, si puede llegar a producir daño ambiental; la recuperación de los daños causados son fáciles de reparar, reversible o irreparables.

La creación de la distribuidora “universo farma” en el sector de San Carlos, no afecta al medio ambiente ni a la integridad de los ecosistemas.

Cabe mencionar que los desechos de los medicamentos dañados o caducados se manejen con las debidas normas correspondientes para así evitar cualquier percance que se pueda presentar.

6.03.02 Impacto económico

Las pequeñas y medianas empresas representan el 75% de las compañías en el Ecuador Y concentran más del 70% de los empleos.

El aporte de una pequeña empresa es de gran importancia para el desarrollo del país. Estas empresas se determinan de acuerdo a su volumen de producción, el número de trabajadores que dispone, el capital de trabajo con el que cuenta y su volumen de ventas.

La empresa "universefarma" aporta al crecimiento del país, ya que brinda fuentes de trabajo y ofrece mejor calidad de vida para la población.

6.03.03 Impacto productivo

Las actividades que realizara la distribuidora "universefarma" aportan al sector de la salud, contribuyendo a la población de Quito a contar con medicamentos necesarios para mejorar su calidad de vida, brindándoles siempre productos y atención de calidad. Con el presente proyecto se espera contribuir a uno de los propósitos del Plan Nacional del Buen Vivir que es mejorar la calidad de vida de las personas.

CAPITULO VII

7.01 Conclusiones

Una vez concluido el proyecto de factibilidad para la creación de una distribuidora y comercializadora de medicamentos en el sector de San Carlos se concluyó:

- El estudio económico, financiero e institucional nos permite obtener la información necesaria para saber si el proyecto será viable o no, mediante herramientas como el estudio de mercado, estudios financiero como el VAN, TIR, PRI, ETC.

Basándose en estos estudios el inversionista puede decidir si invierte o no.

- Los diferentes factores económicos como son la inflación que nos permite saber el poder adquisitivo de nuestra moneda, riesgo país que nos indica que tan atractivo es nuestro país para las inversiones extranjeras, las tasas de interés activa y pasiva las cuales trabajan los bancos, el desempleo, delincuencia, etc. Estos factores son los que nos permiten saber en qué condiciones se encuentra un país para realizar una inversión o crear una empresa.
- La encuesta es una herramienta muy útil para descubrir las necesidades de los clientes, sus preferencias y hábitos de compra las cuales son muy importantes para determinar lo que necesitan y así ofrecer un producto o servicio acorde a lo que buscan.

- Mediante el estudio de mercado se establece cual será la demanda insatisfecha y basados en esto poder hacer el cálculo de que productos necesita la empresa y en qué cantidad para poder abastecer al 100% de la demanda insatisfecha.
- Al determinar cuánto serán los ingresos y egresos de la empresa se puede establecer con cuanto personal se contara, los sueldos a pagar, la inversión en publicidad, el monto del préstamo y como este dinero va ser distribuido por las diferentes áreas de la empresa.
- Los estudios financieros son un pronóstico de lo que puede llegar a ocurrir financieramente hablando se refiere, estos estudios miden cuanto será la utilidad, en cuanto tiempo se recupera la inversión y si es viable o no invertir en el proyecto.

7.02 Recomendaciones

Para la implementación de este proyecto hay que tomar en cuenta las siguientes recomendaciones:

- Se recomienda buscar proyectos acordes al tema planteado ya que servirá de guía para resolver dudas conforme se vaya desarrollando el proyecto.
- Se debe realizar una indagación profunda sobre aspectos económicos, sociales, legales, tecnológicos y culturales de una nación ya que nos permitirá saber cómo y en qué condiciones operara la empresa.
- La encuesta a realizar debe estar dirigida a los objetivos planteados al principio del proyecto ya que nos permitirá establecer estrategias para cumplir los objetivos impuestos.
- Se debe determinar con exactitud la demanda insatisfecha ya que de esto se basaran pasos importantes como son activos fijos, número de trabajadores, monto de préstamos, porcentaje de ganancias, etc.
- Se debe establecer prioridades dentro de la empresa, determinar qué área es la que más recursos necesita y cual menos y de esta manera distribuir de óptimamente los recursos de la empresa.
- El realizar los estudios financieros se debe tener claro cómo se va a proyectar las ventas, sueldos y salarios y con qué tasa se lo hará.

Bibliografía

- <http://www.definicion.org/tasa-de-interes-activa>
- <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/economia/econo29.htm>
- es.wikipedia.org/
- <http://www.promonegocios.net/clientes/cliente-definicion.html>
- <http://www.e-economic.es/programa/glosario/definicion-proveedor>
- <http://www.promonegocios.net>
- <http://www.knoow.net/es/cieeconcom/gestion/capacidadinstalada.htm>
- <http://www.definicion.org/costos-directos>
- http://www.ehowenespanol.com/costo-administrativo-info_245784/
- <http://www.lacamara.org/ccg/publicacionesyremittedos/Reglamentos%20establecimientos%20farmaceuticos.pdf>
- <http://www.aeo.org.ec/PDF/REQUISITOS%20ESTABL%20NUEVOS.pdf>
- <http://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/04/REGLAMENTO-PERMISSOS-DE-FUNCIONAMIENTO-No.-4712.pdf>
- <http://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/04/REGLAMENTO-PARA-EL-FUNCIONAMIENTO-DEL-SNFV.pdf>

Anexos

Anexos n°1

ENCUESTA

Objetivo: Realizar un estudio de mercado para determinar la factibilidad de la creación de una distribuidora farmacéutica.

Nombre: _____

Edad: _____

Fecha: _____

1° Con que distribuidora trabaja frecuentemente

2° Cual es la satisfacción que la distribuidora le genera

Buena ()

Media ()

Baja ()

3° Que es lo que usted busca en una distribuidora

Atención personalizada ()



99



Precios accesibles ()

Variedad de productos ()

4° Cree usted que tendrá buena acogida una nueva distribuidora farmacéutica

SI () NO ()

5° Cual es el consumo mensual que realiza

6° Que categoría compra con más frecuencia

MEDICINAS () NO MEDICINAS ()

7° Que servicios le gustaría que una distribuidora le ofrezca

FINANCIAMIENTO () REPOSICION INMEDIATA ()