



**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE BOTICAS Y FARMACIAS**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA  
DISTRIBUIDORA FARMACÉUTICA EN EL SECTOR DE LA FLORIDA**

**DMQ 2017-2018**

**Proyecto de inversión previo a la obtención del título de Tecnólogo en  
Administración de Boticas y Farmacias**

**Autora: Vanessa Salvador**

**Tutor: Eco. Luis Sarauz**

**Quito, Junio 2018**

## ACTA DE APROBACIÓN DEL PROYECTO DE GRADO

Quito, 14 de mayo del 2018

El equipo asesor del trabajo de Titulación de la Srta. **SALVADOR PÁEZ VANESSA XIMENA** de la carrera de **ADMINISTRACIÓN DE BOTICAS Y FARMACIAS** cuyo tema de investigación fue: **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA DISTRIBUIDORA FARMACÉUTICA EN EL SECTOR DE LA FLORIDA DEL DMQ EN EL PERIODO 2017-2018**. Una vez considerados los objetivos del estudio, coherencia entre los temas y metodologías desarrolladas; adecuación de la redacción, sintaxis, ortografía y puntuación con las normas vigentes sobre la presentación del escrito, resuelve: **APROBAR** el proyecto de grado, certificando que cumple con todos los requisitos exigidos por la Institución.



Eco. Luis Sarauz  
Tutor del Proyecto

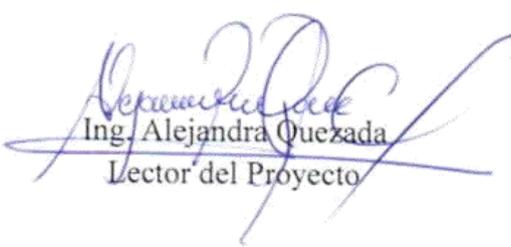


INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR  
"CORDILLERA"

DIRECCIÓN DE CARRERA

Adm. Boticas y Farmacias

Dr. Jorge López  
Director de Escuela

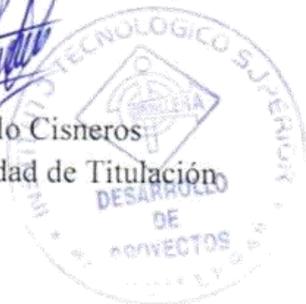


Ing. Alejandra Quezada  
Lector del Proyecto



Ing. Galo Cisneros

Coordinador de la Unidad de Titulación



### CAMPUS 1 - MATRIZ

Av. de la Prensa N45-268 y Logroño  
Teléfono: 2255460 / 2269900  
E-mail: instituto@cordillera.edu.ec  
Pág. Web: www.cordillera.edu.ec  
Quito - Ecuador

### CAMPUS 2 - LOGROÑO

Calle Logroño Oe 2-84 y  
Av. de la Prensa (esq.)  
Edif. Cordillera  
Telfs.: 2430443 / Fax: 2433649

### CAMPUS 3 - BRACAMOROS

Bracamoros N15 - 163  
y Yacuambí (esq.)  
Telf: 2262041

### CAMPUS 4 - BRASIL

Av. Brasil N46-45 y  
Zamora  
Telf: 2246036

### CAMPUS 5 - YACUAMBÍ

Yacuambí  
Oe2-36 y  
Bracamoros.  
Telf: 2249994

## DECLARATORIA

Yo, SALVADOR PÁEZ VANESSA XIMENA portadora de la C.I. 172282244-0 declaro que el proyecto es absolutamente original, autentico, 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.



*Salvador Páez Vanessa Ximena*

**C.I. 172282244-0**

## LICENCIA DE USO NO COMERCIAL

Yo, **Vanessa Ximena Salvador Páez** portador de la cédula de ciudadanía signada con el No. 1722822440 de conformidad con lo establecido en el Artículo 110 del Código de Economía Social de los Conocimientos, la Creatividad y la Innovación (INGENIOS) que dice: “En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos. Sin perjuicio de los derechos reconocidos en el párrafo precedente, el establecimiento podrá realizar un uso comercial de la obra previa autorización a los titulares y notificación a los autores en caso de que se traten de distintas personas. En cuyo caso corresponderá a los autores un porcentaje no inferior al cuarenta por ciento de los beneficios económicos resultantes de esta explotación. El mismo beneficio se aplicará a los autores que hayan transferido sus derechos a instituciones de educación superior o centros educativos.”, otorgo licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del proyecto

---

denominado “Estudio de factibilidad para la creación de una distribuidora farmacéutica en el sector de la Florida DMQ2017-2018”

con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.

FIRMA



NOMBRE

Vanessa Salvador

CEDULA

1722822440

Quito, a los 13 días de Junio 2018.

## **AGRADECIMIENTO**

Le doy gracias a todos los docentes que conforman la carrera de Administración de Boticas y Farmacias ya que sin sus enseñanzas y perseverancia no hubiese alcanzado esta meta tan enorme, especialmente al convertirme en una dama.

## **DEDICATORIA**

A mi hijo Iann quien  
es mi motor para seguir adelante.

A mi familia por el apoyo incondicional.

A mi abuelita por el enorme amor que me brinda día a día.

## Índice General

<b>Agradecimiento</b> .....	<b>I</b>
<b>Dedicatoria</b> .....	<b>II</b>
<b>Índice general</b> .....	<b>III</b>
<b>Índice de tablas</b> .....	<b>VII</b>
<b>Índice de figuras</b> .....	<b>X</b>
<b>Resumen ejecutivo</b> .....	<b>XI</b>
<b>Abstract</b> .....	<b>XII</b>
<b>capítulo i</b> .....	<b>1</b>
<b>1.1 Justificación</b> .....	<b>1</b>
<b>1.2 Antecedentes</b> .....	<b>2</b>
<b>CAPÍTULO II</b> .....	<b>3</b>
<b>2.1 Ambiente externo</b> .....	<b>3</b>
2.1.1 Factor económico.....	3
2.1.2 Factor social.....	8
<b>2.1.3 Factor legal</b> .....	<b>11</b>
<b>2.2 Entorno Local</b> .....	<b>12</b>
2.2.1 Cinco fuerzas de Porter.....	12
<b>2.3 Análisis Interno</b> .....	<b>14</b>
2.3.1 Propuesta Estratégica.....	14
2.3.2 Gestión Administrativa.....	16
2.3.3 Gestión Operativa.....	17
<b>2.3.4 Gestión Comercial</b> .....	<b>22</b>

---

<b>2.4 Análisis FODA .....</b>	<b>23</b>
2.4.1 Matriz de Análisis MEFI .....	24
2.4.2 Matriz de Análisis MEFE .....	25
<b>CAPÍTULO III .....</b>	<b>27</b>
<b>3.1 Análisis del consumidor .....</b>	<b>27</b>
3.1.1 Determinación de la población y muestra .....	28
3.1.2 Técnicas de obtención de información .....	28
3.1.3 Análisis de la Información .....	29
<b>3.2 Oferta .....</b>	<b>37</b>
3.2.1 Oferta histórica .....	37
3.2.2 Oferta Actual .....	38
3.2.3 Oferta proyectada .....	39
<b>3.3 Demanda .....</b>	<b>39</b>
3.3.1 Demanda histórica .....	39
3.3.2 Demanda actual .....	40
3.3.3 Demanda proyectada .....	41
<b>3.4 Balance Oferta - Demanda .....</b>	<b>41</b>
3.4.1 Balance Actual .....	41
3.4.2 Balance Proyectado .....	42
<b>CAPÍTULO IV .....</b>	<b>43</b>
<b>4.1 Tamaño del Proyecto .....</b>	<b>43</b>
4.1.1 Capacidad Instalada .....	43
4.1.2 Capacidad Óptima .....	43
<b>4.2 Localización .....</b>	<b>44</b>
4.2.1 Macro localización .....	44
4.2.3 Micro localización .....	45
4.2.4 Localización Óptima .....	46
<b>4.3 Ingeniería del Producto .....</b>	<b>47</b>
4.3.1 Definición de bienes y servicios .....	47
4.3.2 Distribución de planta .....	47
4.3.3 Maquinaria .....	47
4.3.3.1 Equipo .....	48
4.3.3.2 Aspectos Legales .....	50
<b>CAPÍTULO V .....</b>	<b>52</b>
<b>5.1 Ingresos .....</b>	<b>52</b>
5.1.1 Ingresos Operacionales .....	52
5.1.2 Ingresos no Operacionales .....	52

---

---

<b>5.2 Costos y Gastos .....</b>	<b>52</b>
5.2.1 Costo directo.....	53
5.2.2 Costo indirecto.....	53
5.2.3 Gastos Administrativos.....	53
5.2.4 Gasto de Ventas.....	56
5.2.5 Gastos Financieros.....	57
5.2.6 Costos fijos y variables.....	58
<b>5.3 Inversiones .....</b>	<b>59</b>
5.3.1 Inversión Fija.....	59
5.3.1.1 Activos Fijos.....	59
5.3.1.1 Activos Nominales.....	60
5.3.2 Capital de Trabajo.....	61
5.3.3 Fuentes de Financiamiento y uso de fondos.....	61
5.2.4 Estado de Situación Inicial.....	62
5.2.5 Estado de Resultados Proyectado (a cinco años).....	62
5.2.6 Flujo Caja.....	63
<b>5.3 Evaluación.....</b>	<b>63</b>
5.3.1 Tasa mínima aceptable de rendimiento.....	63
5.3.2 VAN.....	64
5.3.4 TIR.....	64
5.3.5 PRI (Período de recuperación de la inversión).....	65
5.3.6 RBC (Relación costo beneficio).....	65
5.3.6 Punto de equilibrio.....	66
<b>Análisis Financiero.- .....</b>	<b>68</b>
 <b>CAPÍTULO VI.....</b>	 <b>69</b>
<b>6.01 Impacto Ambiental.....</b>	<b>69</b>
<b>6.02 Impacto Social.....</b>	<b>69</b>
<b>6.03 Impacto Económico.....</b>	<b>70</b>
 <b>CAPÍTULO VII.....</b>	 <b>71</b>
<b>7.01 Conclusiones.....</b>	<b>71</b>
<b>7.02 Recomendaciones .....</b>	<b>71</b>
<b>7.03 BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>73</b>
 <b>ANEXOS .....</b>	 <b>77</b>
<b>Anexo 1.- Diagrama interdisciplinario .....</b>	<b>77</b>

---

---

<b>Anexo 2- Mapa de procesos .....</b>	<b>78</b>
<b>Anexo 3- Rol de pagos.....</b>	<b>79</b>
<b>Anexo 4- Estado de Resultados.....</b>	<b>80</b>

---

## Índice de Tablas

<b>Tabla 1.....</b>	<b>4</b>
<b>Tabla 2.....</b>	<b>5</b>
<b>Tabla 3.....</b>	<b>6</b>
<b>Tabla 4.....</b>	<b>7</b>
<b>Tabla 5.....</b>	<b>8</b>
<b>Tabla 6 .....</b>	<b>9</b>
<b>Tabla 7.....</b>	<b>11</b>
<b>Tabla 8.....</b>	<b>17</b>
<b>Tabla 9.....</b>	<b>17</b>
<b>Tabla 10.....</b>	<b>18</b>
<b>Tabla 11.....</b>	<b>18</b>
<b>Tabla 12.....</b>	<b>20</b>
<b>Tabla 13.....</b>	<b>21</b>
<b>Tabla 14.....</b>	<b>21</b>
<b>Tabla 15.....</b>	<b>22</b>
<b>Tabla 16.....</b>	<b>24</b>
<b>Tabla 17.....</b>	<b>25</b>
<b>Tabla 18.....</b>	<b>29</b>
<b>Tabla 19.....</b>	<b>29</b>
<b>Tabla 20.....</b>	<b>30</b>
<b>Tabla 21.....</b>	<b>31</b>
<b>Tabla 22.....</b>	<b>32</b>

---

<b>Tabla 23.....</b>	<b>33</b>
<b>Tabla 24.....</b>	<b>34</b>
<b>Tabla 25.....</b>	<b>35</b>
<b>Tabla 26.....</b>	<b>36</b>
<b>Tabla 27.....</b>	<b>37</b>
<b>Tabla 28.....</b>	<b>38</b>
<b>Tabla 29.....</b>	<b>39</b>
<b>Tabla 30.....</b>	<b>40</b>
<b>Tabla 31.....</b>	<b>40</b>
<b>Tabla 32.....</b>	<b>41</b>
<b>Tabla 33.....</b>	<b>41</b>
<b>Tabla 34.....</b>	<b>42</b>
<b>Tabla 35.....</b>	<b>43</b>
<b>Tabla 36.....</b>	<b>46</b>
<b>Tabla 37.....</b>	<b>48</b>
<b>Tabla38.....</b>	<b>48</b>
<b>Tabla 39.....</b>	<b>49</b>
<b>Tabla 40.....</b>	<b>49</b>
<b>Tabla 41.....</b>	<b>49</b>
<b>Tabla 42.....</b>	<b>50</b>
<b>Tabla 43.....</b>	<b>53</b>
<b>Tabla 44.....</b>	<b>54</b>
<b>Tabla 45.....</b>	<b>55</b>
<b>Tabla 46.....</b>	<b>55</b>

---

<b>Tabla 47.....</b>	<b>56</b>
<b>Tabla 48.....</b>	<b>56</b>
<b>Tabla 49.....</b>	<b>57</b>
<b>Tabla 50.....</b>	<b>58</b>
<b>Tabla 51.....</b>	<b>59</b>
<b>Tabla 52.....</b>	<b>59</b>
<b>Tabla 53.....</b>	<b>60</b>
<b>Tabla 54.....</b>	<b>60</b>
<b>Tabla 55.....</b>	<b>60</b>
<b>Tabla 56.....</b>	<b>61</b>
<b>Tabla 57.....</b>	<b>61</b>
<b>Tabla 58.....</b>	<b>62</b>
<b>Tabla 59.....</b>	<b>62</b>
<b>Tabla 60.....</b>	<b>63</b>
<b>Tabla 61.....</b>	<b>63</b>
<b>Tabla 62.....</b>	<b>64</b>
<b>Tabla 63.....</b>	<b>64</b>
<b>Tabla 64.....</b>	<b>65</b>
<b>Tabla 65.....</b>	<b>65</b>
<b>Tabla 66.....</b>	<b>66</b>

---

## Índice de Figuras

Figura 1.....	4
Figura 2.....	5
Figura 3.....	6
Figura 4.....	7
Figura 5.....	9
Figura 6 .....	10
Figura 7.....	11
Figura 8.....	16
Figura 9.....	23
Figura10.....	30
Figura 11.....	31
Figura 12.....	32
Figura 13.....	33
Figura 14.....	34
Figura15.....	35
Figura16.....	36
Figura17.....	37
Figura18.....	44
Figura19.....	45
Figura20.....	47
Figura21.....	67

---

## Resumen Ejecutivo

El siguiente proyecto denominado “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA DISTRIBUIDORA FARMACÉUTICA EN EL SECTOR DE LA FLORIDA DMQ 2017-2018”, para poder crear dicha empresa es necesario realizar un estudio de mercado el cual forma parte de inversión, formando parte de un proyecto de inversión.

Como es la capital de Ecuador, se tiene bastante competencia siendo que en el ámbito de la Salud cada vez se expande más por el incremento de la población y las necesidades de los mismos.

Se toma en cuenta varios aspectos como el ámbito externo como el factor económico y social como el PIB, la inflación la tasa de interés (activa-pasiva); se realiza un análisis interno de la empresa, la población a la cual se aplica la encuesta para determinar la oferta y la demanda incluyendo la demanda insatisfecha.

Otro tipos de factores es la localización mediante la cual se establece los servicios, la maquinaria, equipo, distribución de planta, etc. Ayuda a visualizar los costos y gastos que la compañía tendrá en un tiempo determinado.

---

## Abstract

The following project called "FEASIBILITY STUDY FOR THE CREATION OF A PHARMACEUTICAL DISTRIBUTOR IN THE FLORIDA DMQ SECTOR 2017-2018", to be able to create said company it is necessary to carry out a market study which is part of an investment, forming part of a investment project.

As it is the capital of Ecuador, there is a lot of competition being that in the field of Health it is increasingly expanding due to the increase in the population and their needs.

Several aspects are taken into account, such as the external sphere such as the economic and social factor such as GDP, inflation, the interest rate (active-passive); an internal analysis of the company is made, the population to which the survey is applied to determine supply and demand including unmet demand.

Another type of factor is the location through which services, machinery, equipment, plant distribution, etc. are established. It helps to visualize the costs and expenses that the company will have in a certain time.

---

## Capítulo I

### 1.1 Justificación

Paspuel (2016) en su redacción en la revista Líderes interpreta que las distribuidoras y laboratorios farmacéuticas son empresas las cuales han ido incrementando con el pasar de los años siendo de esta manera que la necesidad del consumidor es cada vez mayor tomando en cuenta que los medicamentos que requieran cada uno de ellos va a depender de las enfermedades o trastornos que deseen solucionar; menciona el ARCSA (2016) a pesar de la existencia de 15 empresas con la misma actividad siendo el proveer medicamentos a la comunidad se realiza el estudio para crear una de las mismas la cual se convierte en una oportunidad de empleo y especialmente el de comercializar productos e insumos farmacéuticos para poder satisfacer la demanda; para lo cual la investigación ayudará a definir las oportunidades y problemas en donde serán resueltas gracias a diferentes estrategias posteriormente establecidas por lo que se relaciona con los diferentes impactos sean estos sociales, económicos y productivos.

## 1.2 Antecedentes

Estrella & Ramírez (2008), mencionan en su proyecto de tesis el crear una compañía para mejorar el sector farmacéutico dentro del país tomando varios factores como los precios de adquisición de medicamentos, población, y competencia que se presenta; siguiendo con un plan de negocios para una distribuidora farmacéutica menciona (Ramírez, 2011) que sus indicadores financieros en la ciudad del Puyo especialmente el TIR y el VAN son realmente positivos siendo de esta manera que recupera la inversión en menos de dos años es por ello que con el estudio financiero es la base fundamental para el desarrollo del proyecto demostrando así su viabilidad y rentabilidad.

Para poder cumplir con los objetivos de un proyecto de inversión es necesario realizar estudios en los que permitan demostrar la realidad del sector en donde se va aplicar dicho establecimiento, comúnmente usando análisis macro y micro entorno para poder así determinar sus ventajas y desventajas, tomando en cuenta que los proyectos antes realizados han cumplido con todas las expectativas llegando así a cumplir sus metas y aún mejor el crear un apoyo académico para la población ecuatoriana e internacional.

---

## Capítulo II

### 2.1 Ambiente externo

En el 2011, Barrios expone que el ambiente macro económico son componentes que se desarrollan fuera de la empresa u organización, las cuales afectan directa e indirectamente en la meta final de los mismos, por tal motivo se clasifican en los siguientes:

#### 2.1.1 Factor económico

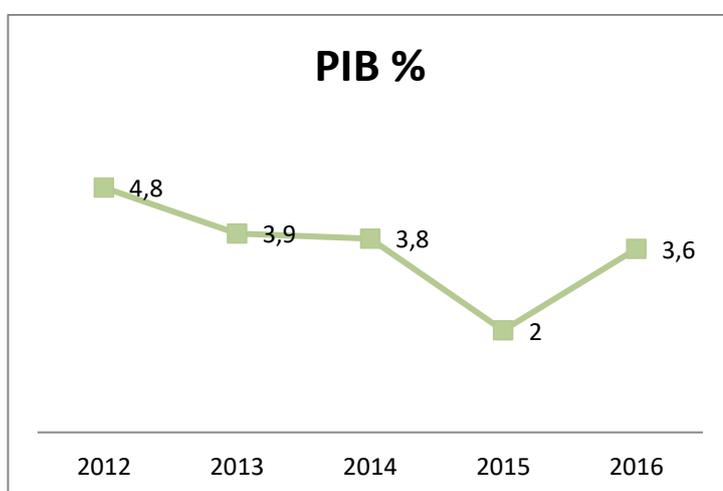
##### 2.1.1.1 PIB (*Producto Interno Bruto*).

Sevilla (2012), define que el Producto Interno Bruto es un indicador económico que refleja el valor monetario de todos los bienes y servicios finales producidos por un país en un determinado tiempo considerado como una magnitud macroeconómica, a continuación se muestra el siguiente cuadro de variación:

**Tabla 1**  
**Serie histórica del PIB 2012-2016**

Año	PIB %
2012	4.8%
2013	3.9%
2014	3.8%
2015	2.0%
2016	3.6%

**Fuente:** Banco Central del Ecuador  
Cuadro representativo de los porcentajes del PIB en los últimos 5 años.



**Figura 1**  
**Fuente:** Banco Central del Ecuador

### **Análisis:**

Se registra un decrecimiento en los últimos años del PIB por diversos motivos, siendo uno de ellos la caída del precio del petróleo el cual generó impacto en todos los ciudadanos del país, otra consecuencia del bajo porcentaje anual es el terremoto registrado el 16 de Abril del 2016 afectando de esta manera la actividad económica especialmente en los servicios de agricultura, comercio, alojamiento, entre otros.

### 2.1.1.2 Inflación.

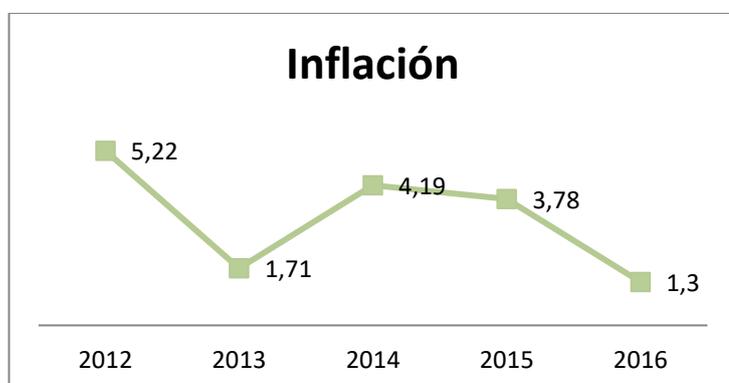
Sevilla (2017) explica el término de inflación es el aumento general de productos, bienes y servicios del país en un determinado tiempo, al escuchar dicho término se refiere al aumento de precios en ciertos artículos; tomando en cuenta dicha particularidad se presenta lo siguiente:

**Tabla 2**  
**Porcentaje de años consecutivos de Inflación**

Año	Porcentaje
2012	5.22%
2013	1.71%
2014	4.19%
2015	3.78%
2016	1.3%

**Fuente:** Banco Central del Ecuador

Tabla representativa porcentual del 2012-2016 del factor de la inflación.



**Figura 2**

**Fuente:** Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

#### **Análisis:**

En los últimos años se registra una variación cíclica en donde se determina una baja porcentual en el 2016, por motivo del índice de precios al consumidor (IPC) siendo de esta manera que los hogares familiares consumen en

menor cantidad ciertos productos por diferentes circunstancias que atraviesan cada uno de ellos, tomando en cuenta la canasta básica familiar es de 700 dólares constituida por 4 integrantes por lo que requieren menor gasto y más ahorro.

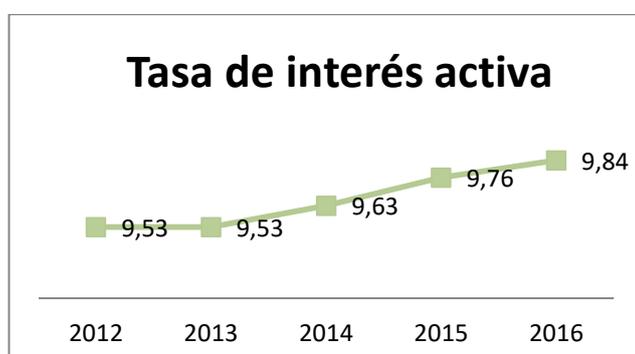
### 2.1.1.3 Tasa de interés activa.

En la Superintendencia de Bancos del Ecuador, el presente año en su página web interpreta que la tasa de interés activa es cuando Banco Central del Ecuador realiza un porcentaje dependiendo de las características del mercado y son consideradas activas ya que son recursos a favor de la banca.

**Tabla 3**  
*Porcentajes anuales de tasa de interés activa*

Año	Porcentaje
2012	9.53%
2013	9.53%
2014	9.63%
2015	9.76%
2016	9.84%

**Fuente:** Banco Central del Ecuador  
Tabla en donde se indica el porcentaje de cada año de la variación de la tasa de interés activa.



**Figura 3**  
**Fuente:** Banco Central del Ecuador

### Análisis:

En el último año existe un crecimiento porcentual para la tasa de interés activa, demostrando de esta manera que la ciudadanía opta por préstamos bancarios de cualquier organización ocurriendo que existe una regulación de las mismas por parte del Banco Central del Ecuador.

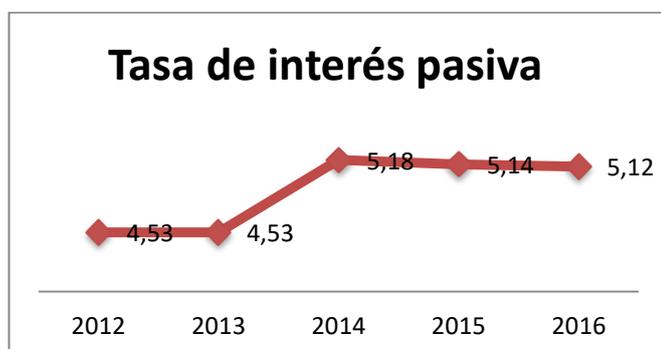
#### 2.1.1.4 Tasa de interés pasiva.

En el 2010, Gestipolis define las tasas de interés existentes a nivel mundial siendo que, la pasiva es el porcentaje de dinero que paga el banco al beneficiario el cual realiza cualquier transacción. Demostrando a continuación su variación:

**Tabla 4**  
*Porcentaje anual de la tasa de interés pasiva.*

Año	Porcentaje
2012	4.53%
2013	4.53%
2014	5.18%
2015	5.14%
2016	5.12%

**Fuente:** Banco Central del Ecuador  
Tabla porcentual de los últimos cinco años de la variación de la tasa de interés activa.



**Figura 4**  
**Fuente:** Banco Central del Ecuador

### **Análisis:**

Se visualiza en el 2016 una variación mínima a comparación con el año anterior, siendo que exista algún factor indeterminado por parte de la población al no conformarse con la tasa de interés pasiva brindada por el banco hacia el consumidor; aún así se entiende que los bancos cumplen con su actividad laboral en regla trabajando en conjunto con la Superintendencia de Bancos del Ecuador.

#### **2.1.2 Factor social**

Rosario (2017), define a un factor social cómo todos los elementos que influyen o afectan a toda una población en la cual se encuentren, siendo así las más importantes mencionadas a continuación:

##### ***2.1.2.1 Desempleo.***

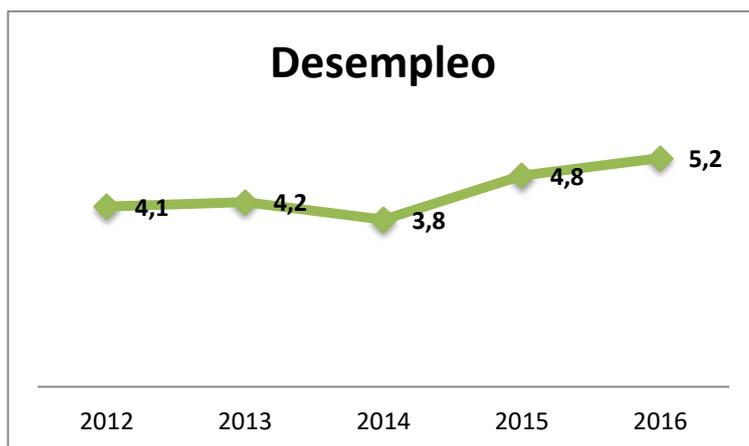
Personas de 15 años o más que buscan empleo y están disponibles para trabajar y otras en cambio que no buscan trabajo teniendo disponibilidad.

**Tabla 5**  
***Variación anual de porcentaje del desempleo.***

<b>Año</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>2012</b>	4.1%
<b>2013</b>	4.2%
<b>2014</b>	3.8%
<b>2015</b>	4.8%
<b>2016</b>	5.2%

***Fuente: INEC***

Tabla de indicador porcentual de los años  
2012-2016 del factor desempleo.



**Figura 5**

**Fuente:** Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

### **Análisis:**

La ciudadanía posee necesidad de obtener un empleo por lo que según las estadísticas en el último año ha incrementado su porcentaje de desempleo, siendo que existe menos empleo por lo que no abastece a toda la población, siendo otro factor importante los estudios requeridos para ocupar un cargo profesional.

#### **2.1.2.2 Población.**

“Es conjunto de elementos acotados en un tiempo y en un espacio determinados, con alguna característica común observable.”, (Rienzo, 2015, págs. 2-3)

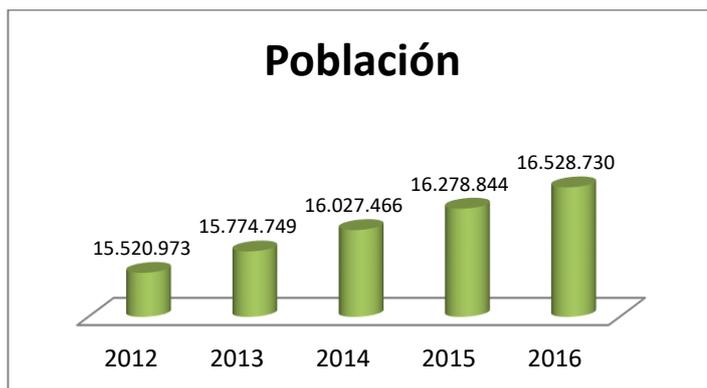
**Tabla 6**

**Variación de la población a nivel nacional.**

Año	Población
2012	15.520.973
2013	15.774.749
2014	16.027.466
2015	16.278.844
2016	16.528.730

**Fuente:** INEC

Tabla de cantidad de población en Ecuador.



**Figura 6**

**Fuente:** Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

### **Análisis:**

Como se observa en el gráfico cada año se ha incrementado la población tomando en cuenta que el alza del mismo favorece a las empresas de servicios de salud ya que es un factor indispensable para la vida.

#### **2.1.2.3 PEA (Población Económicamente Activa).**

Son todas aquellas personas que tiene edad para trabajar, sean estas que hayan encontrado o lo estén buscando.

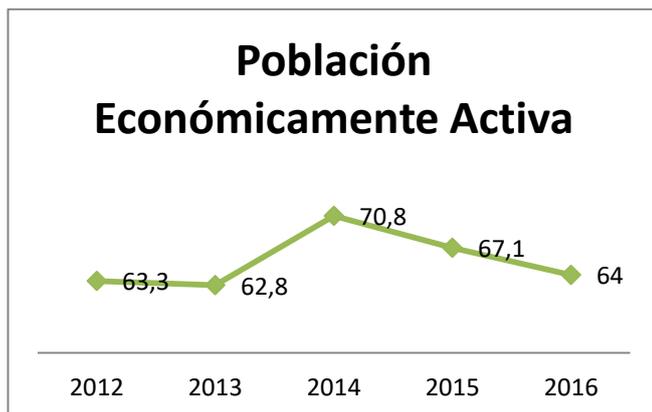
**Tabla 7**

#### **Porcentaje de variación del PEA**

Año	PEA%
2012	63.3%
2013	62.8%
2014	70.8%
2015	67.1%
2016	64%

**Fuente:** INEC

Tabla de diferenciación porcentual de los últimos cinco años en la Población Económicamente Activa (PEA)



*Figura 7*

*Fuente:* Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

### **Análisis:**

En el año 2012 se obtiene una población del 63.3% la cual labora o está en busca de empleo, siendo que este año ha disminuido al 57.7% por diferentes motivos como el incremento de demanda en ciertos establecimientos o por comodidad de la ciudadanía.

### **2.1.3 Factor legal.**

#### **2.1.3.1 Ley Orgánica de Salud**

- 1) En su artículo 130, menciona que : “ Los establecimientos sujetos a control sanitario para su funcionamiento deberán contar con el permiso otorgado por la autoridad sanitaria nacional. El permiso de funcionamiento tendrá vigencia de un año calendario”.
- 2) En el artículo 163, establece que: “ Los laboratorios farmacéuticos, distribuidoras farmacéuticas, casas de representación de medicamentos, dispositivos médicos, productos dentales , reactivos químicos y de diagnóstico, en las ventas que realicen a las instituciones públicas

---

descontarán un porcentaje no inferior al 15% del precio de venta a la farmacia”.

- 3) Distribuidora farmacéutica.- son establecimientos farmacéuticos autorizados para la 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.
- 4) Según el artículo 6.- Para la venta de medicamentos en establecimientos autorizados por el ARCSA es obligatoria la entrega de factura o nota de venta, en el que constara el nombre del medicamento, la cantidad y su precio.
- 5) El artículo 9 menciona que las instalaciones deberán contar con una infraestructura que garantice condiciones óptimas para los medicamentos, tanto en almacenaje, conservación y transporte. Los medicamentos que contengan sustancias catalogadas sujetas a fiscalización, se almacenarán en áreas con las debidas medidas de seguridad.

## **2.2 Entorno Local.**

### **2.2.1 Cinco fuerzas de Porter.**

Son aspectos en donde se mencionan todos los recursos indispensables para las empresas distribuyendo de esta manera a las estrategias para obtener una ventaja en las organizaciones que brindan nuestro mismo servicio o producto.

#### ***2.2.1.1 Amenaza de la entrada de los nuevos competidores.***

La competencia son empresas u organizaciones que ofrece la misma actividad siendo así que dentro del campo farmacéutico existe una gran variedad de las mismas por que varias de ellas son casas de representación, o distribuidoras farmacéuticas que tienen ciertos medicamentos fidelizados con sus clientes los cuales son de difícil acceso para poder establecer un acuerdo de venta.

#### ***2.2.1.2 Poder de negociación de los proveedores.***

Toda empresa necesita de otra para poder adquirir los productos que requiere vender, es por ello que el establecer un contacto con los proveedores se convierte en la parte decisiva de nuestra organización ya que se convierten de cierta manera en nuestros competidores, por el motivo de desarrollar el mismo fin teniendo en cuenta que en el sector farmacéutico tenemos como proveedores a los laboratorios farmacéuticos siendo la razón más importante el cumplir con la elaboración de principios activos.

#### ***2.2.1.3 Poder de negociación de los compradores***

Los clientes son el corazón del establecimiento, porque son quienes realizan la mejor publicidad para el mismo ya que con el denominado “boca a boca” se obtiene mayor ingresos, por lo tanto el servicio brindado es lo que

---

establece fidelización a todas las personas que son atendidas por los empleados de la organización.

#### ***2.2.1.4 Amenaza en tus ingresos por productos sustitutos.***

El tener productos similares afectan directamente a la empresa siendo un motivo para preferirlo, refiriéndonos a nuestra empresa no posee productos sustitutos ya que una distribuidora farmacéutica puede o no vender productos naturales o medicinales a sus clientes así como la venta de medicamentos químicos.

#### ***2.2.1.5 Rivalidad entre competidores.***

Este es el momento en donde empieza la competencia entre organizaciones por el motivo de que poseen el mismo producto siendo aquel un anticipo de molestias generales de diversas características ya que se puede presentar un crecimiento lento en la compañía dado que el aumento de costos y gastos sea mayor al previsto aumentando así las rivalidades entre negocios los cuales tienen un mismo fin.

### **2.3 Análisis Interno**

#### **2.3.1 Propuesta Estratégica.**

La empresa “DISFASA” tiene como objetivo el satisfacer las necesidades de sus clientes a través de mercadería de calidad, con precios establecidos por la Secretaria Técnica del Consejo Nacional de Fijación y Revisión de Precios de Medicamentos.

---

### ***2.3.1.1 Misión.***

Somos una empresa que garantizamos un servicio de calidad en el proceso de comercialización y distribución de medicamentos e insumos médicos, complementando con el personal adecuado para poder solucionar cualquier requerimiento e inquietud que se presente.

### ***2.3.1.2 Visión.***

Seremos una organización importadora de medicamentos e insumos médicos satisfaciendo las necesidades de nuestros clientes a través de negociaciones internacionales con industrias farmacéuticas, tomando en cuenta la participación de la Subasta Inversa Corporativa de Medicamentos.

### ***2.3.1.3 Objetivos.***

#### ***2.3.1.3.1 Objetivo General.***

Ofrecer productos farmacéuticos e insumos médicos de calidad a los clientes que se encuentren en el Distrito Metropolitano de Quito, satisfaciendo así sus necesidades.

#### ***2.3.1.3.2 Objetivos Específicos.***

- Identificar correctamente los proveedores necesarios para poder adquirir medicamentos y productos médicos de calidad.
- Gestionar de la mejor manera las estrategias propuestas para obtener así mayor ganancia y fidelización con nuestros clientes.

- Poseer un estado financiero la cual permita distribuir de mejor manera todos los gastos y costos de la empresa.

### 2.3.1.4 Principios o Valores.

#### **Respeto:**

Valor fundamental para alcanzar los objetivos de la organización en la cual se tiene consideración con los empleados y especialmente con los clientes.

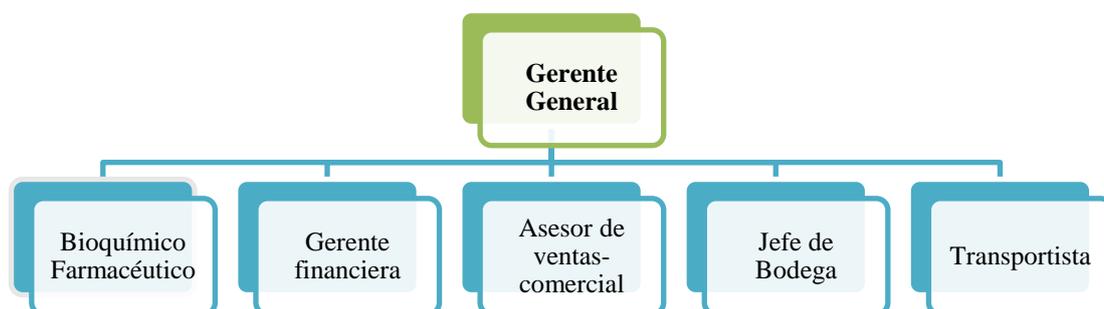
#### **Solidaridad:**

Ayudar a todo aquel que necesite sin abuso de confianza y falta de respeto de quien lo recibe aquel que lo brinda viceversa.

#### **Trabajo en equipo:**

La unión entre clientes internos y externos sirve para poder realizar las actividades de mejor manera cumpliendo así las metas diarias.

### 2.3.2 Gestión Administrativa.



*Figura 8*

*Fuente:* Vanessa Salvador

### 2.3.3 Gestión Operativa.

**Tabla 8**  
*Ficha de actividades*

FICHA DE ACTIVIDADES				
Nº	Actividad	Descripción de Actividad	Responsable	Resultado Esperado
1	Presentación de empresa	Conocer al cliente	Asesor de Ventas-Comercial	Venta de productos.
2	Orden de compra	Emitir la orden	Hospital	Entregar a tiempo.
3	Preparación de documentación	Realizar egreso	Bioquímico Farmacéutico	Verificar el lote y estado del producto.
4	Emitir factura o nota de entrega	Realizar factura	Gerente Financiero	Cobro de factura.
5	Preparar el producto	Verificar el producto según el egreso	Jefe de Bodega	Enviar bien el pedido.
6	Cargar el pedido	Llevar el pedido al cliente	Transportista	Llegar a tiempo para su entrega

Fuente: Vanessa Salvador

**Tabla 9**  
*Ficha de indicadores*

FICHA DE INDICADORES	
Código	001
Nombre	Gestión de Ventas
Período y fecha de actualización	Cada Mes
Descripción	Este proceso sirve para identificar la cantidad de facturas cobradas mensualmente.
Cálculo	Facturas facturadas / Facturas cobradas
Nivel de desagregación	Facturas pendientes de pago
Fuente	Sistema Contable
Método de Comprobación	Ingresos mensuales.
Responsable	Gerente Financiero
Versión	001-2018
Fecha	2018

Fuente: Vanessa Salvador

(Ver Anexo 1)

## Gerente General

Avila( 2007), describe las funciones del cargo a gerente general, tomando en cuenta las más importantes:

**Tabla 10**  
*Ficha de cargo*

Descripción del Cargo		
<b>Nombre del cargo:</b>	Gerente General	
<b>Número de cargo:</b>	1	
	<b>Superior</b>	<b>Inferior</b>
	Representante Legal	Bioquímico Farmacéutico
		Gerente Financiero
		Asesor de Ventas-Comercial
		Jefe de Bodega
		Transportista
<b>Línea de Autoridad:</b>	Alta	
<b>Actividades:</b>	Toma decisiones, dirige y lidera la empresa.	
	Realiza la compra de mercadería de la organización.	
	Analiza los problemas financieros y administrativos de la empresa.	

Fuente: Vanessa Salvador

## Bioquímico Farmacéutico

**Tabla 11**  
*Ficha de cargo*

Descripción del Cargo		
<b>Nombre del cargo:</b>	Bioquímico Farmacéutico	
<b>Número de cargo:</b>	2	
	<b>Superior</b>	<b>Inferior</b>
	Gerente General	Gerente Financiero
		Asesor de Ventas-Comercial
		Jefe de Bodega
		Transportista
<b>Línea de Autoridad:</b>	Alta	
<b>Actividades:</b>		

Fuente: Vanessa Salvador

---

El Art. 49 Reglamento de Control y funcionamiento de los establecimientos farmacéuticos menciona que “ 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.

### Gerente Financiero

En la página de Gestipolis( 2001), hace incapié en las funciones de gerencia financiera siendo estas las más relevantes:

**Tabla 12**  
*Ficha de cargo*

Descripción del Cargo		
<b>Nombre del cargo:</b>	Gerente Financiero	
<b>Número de cargo:</b>	3	
	<b>Superior</b>	<b>Inferior</b>
	Gerente General	Asesor de Ventas-Comercial
		Jefe de Bodega
		Transportista
<b>Línea de Autoridad:</b>	Alta	
<b>Actividades:</b>	Obtener fondos y recursos financieros.	
	Destinarlos o aplicarlos correctamente a los sectores productivos.	
	Administrar el capital de trabajo, inversiones y resultados.	
	Tomar decisiones acertadas.	
	Presentar e interpretar la información financiera.	

**Fuente:** Vanessa Salvador

### Gerente comercial

La página web de Seguridad Superior Ltda.(2017), en su manual de funciones y protocolos señala varias funciones de un asesor ventas-comercial, como:

**Tabla 13**  
**Ficha de cargo**

<b>Descripción del Cargo</b>	
<b>Nombre del cargo:</b>	Asesor de Ventas-Comercial
<b>Número de cargo:</b>	4
	<b>Superior</b> <b>Inferior</b>
	Gerente General                      Jefe de Bodega
	Transportista
<b>Línea de Autoridad:</b>	Alta
<b>Actividades:</b>	Investigar y prever la evolución de los mercados y la competencia anticipando acciones que garanticen el liderazgo de la empresa.
	Definir, proponer coordinar y ejecutar las políticas de comercialización orientadas a mejor posición en el mercado.
	Organizar, supervisar y medir el desarrollo de políticas, procedimientos y objetivos de promoción venta de los servicios.

Fuente: Vanessa Salvador

### Jefe de Bodega

Las funciones del personal de bodega son varias siendo así que Jaimes, (2012), en su detalla algunas de las mismas:

**Tabla 14**  
**Ficha de cargo**

<b>Descripción del Cargo</b>	
<b>Nombre del cargo:</b>	Jefe de Bodega
<b>Número de cargo:</b>	5
	<b>Superior</b> <b>Inferior</b>
	Gerente General                      Transportista
<b>Línea de Autoridad:</b>	Media
<b>Actividades:</b>	Realizar un control diario de inventario.
	Recibir y verificar los productos que ingresan o egresan de la empresa con su respectivo documento.
	Revisar que el almacenaje de los productos sean adecuados, según las buenas prácticas de almacenamiento.

Fuente: Vanessa Salvador

## Transportista

**Tabla 15**  
*Ficha de cargo*

Descripción del Cargo	
<b>Nombre del cargo:</b>	Transportista
<b>Número de cargo:</b>	6
	<b>Superior</b> <b>Inferior</b>
	Gerente General
<b>Línea de Autoridad:</b>	Media
<b>Actividades:</b>	Conducir los productos a su respectivo destino, con las mejores condiciones para tener un servicio de calidad.
	Cargar la mercadería al camión correspondiente para el despacho del mismo.
	Usar la maquinaria adecuada para trasladar los productos desde la bodega a los transportes convenientes.

**Fuente:** Vanessa Salvador

(Ver Anexo 2)

### 2.3.4 Gestión Comercial

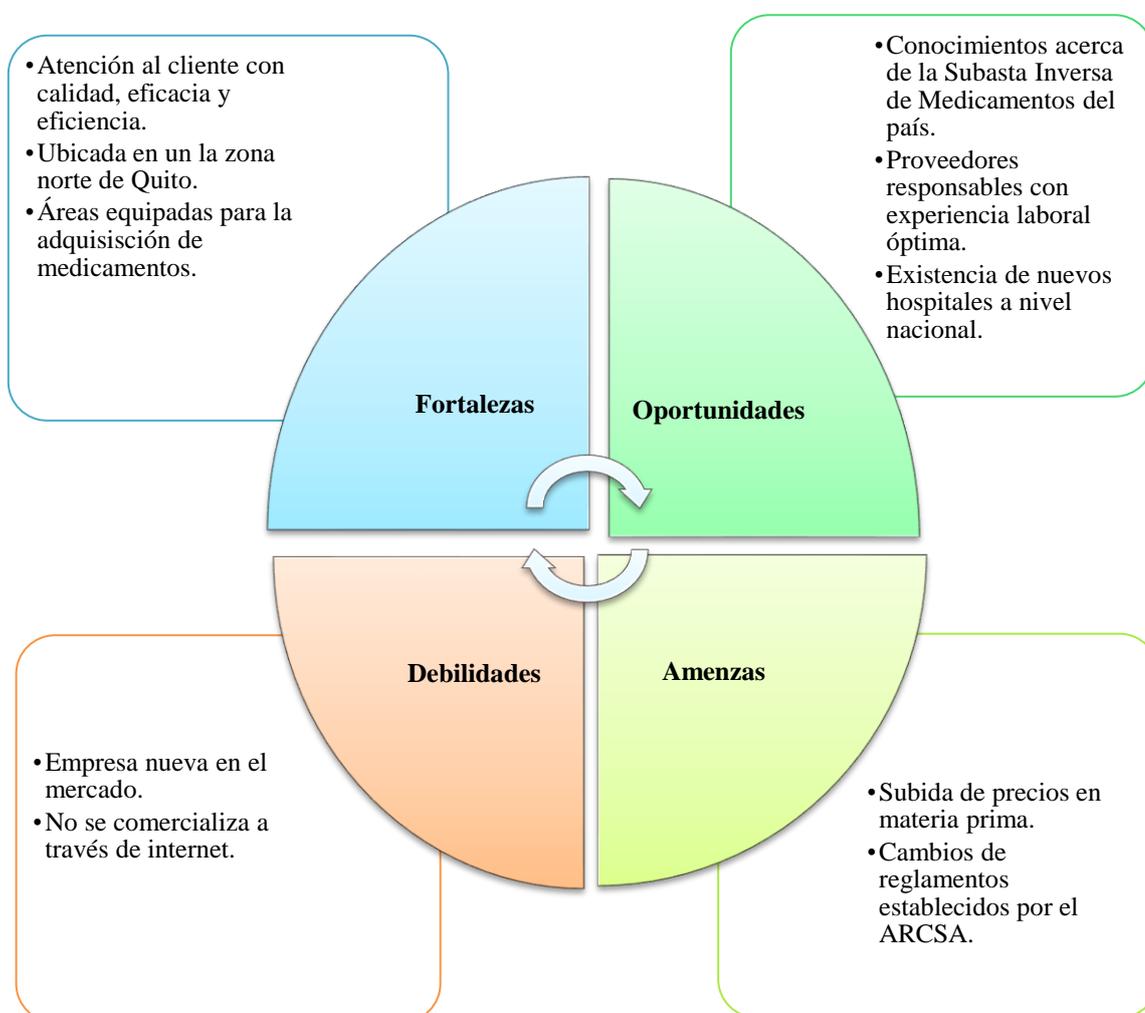
✓ Logotipo



### Colores:

- ✓ **Amarillo:**  
Transmite energía, felicidad, optimismo e intelecto.
- ✓ **Rojo:**  
Representa fuerza, llama la atención a sus consumidores estimulando así sus mentes.
- ✓ **Morado:**  
En temas empresariales transmite exclusividad o un alto status.

### 2.4 Análisis FODA



*Figura 9*

*Fuente:* Vanessa Salvador

### 2.4.1 Matriz de Análisis MEFI.

**Tabla 16**

**Fortalezas-Debilidades**

FACTORES INTERNOS			
FORTALEZAS	Valor	Calificación	Puntuación
Atención al cliente con calidad, eficacia y eficiencia.	0,25	4	1
Ubicada en un la zona norte de Quito.	0,18	3	0,54
Establecimiento adecuado para la adquisición de medicamentos.	0,15	3	0,45
<i>Subtotal de las fortalezas</i>			<b>1,99</b>
DEBILIDADES			
Empresa nueva en el mercado.	0,14	2	0,28
Competencia entre costos de diferentes productos farmacéuticos	0,16	1	0,16
No se comercializa a través de internet.	0,12	2	0,24
<i>Subtotal de las debilidades</i>			<b>0,68</b>
<b>TOTAL FORTALEZAS Y DEBILIDADES</b>	<b>1</b>		<b>2,67</b>

*Fuente:* FODA

Ponderación de factores internos de la Empresa.

#### **Análisis:**

Los factores internos de la empresa son las fortalezas y las debilidades, tomando relevancia a las fortalezas siendo que poseen una ponderación de 1.99 lo cual demuestra que la atención al cliente con calidad, eficacia y eficiencia es el mayor beneficio que puede poseer por el motivo que es el mejor impacto que uno brinda al cliente y por ello se obtiene la fidelización del mismo, por otro casa tenemos a las debilidades con una ponderación de 0.68 siendo que la competencia de costos de los diferentes productos farmacéuticos es alta pero no imposible de vencer con varias estrategias que brindará a sus colaboradores en su respectivo momento. Llegando a tener una calificación total entre ambas partes de 2.67

señalando que el establecimiento posee mayor fortaleza lo que produce un análisis interno beneficioso y estable para satisfacer las necesidades de los clientes.

## 2.4.2 Matriz de Análisis MEFE

**Tabla 17**  
*Oportunidades- Amenazas*

FACTORES EXTERNOS			
OPORTUNIDADES	Valor	Calificación	Puntuación
Conocimientos acerca de la Subasta Inversa de Medicamentos del país.	0,2	4	0,8
Proveedores responsables con experiencia laboral óptima.	0,18	3	0,54
Existencia de nuevos hospitales a nivel nacional.	0,2	4	0,8
<i>Subtotal de las fortalezas</i>			<i>2,14</i>
AMENAZAS			
Aumento de empresas que desarrollan la misma actividad.	0,16	3	0,48
Subida de precios en materia prima.	0,12	1	0,12
Cambios de reglamento establecidos por el ARCSA.	0,14	2	0,28
<i>Subtotal de las debilidades</i>			<i>0,88</i>
<b>TOTAL OPORTUNIDADES Y AMENAZAS</b>	<b>1</b>		<b>3,02</b>

*Fuente:* FODA

Ponderación de factores externos de la Empresa.

### Análisis:

Dentro de los factores externos de cualquier organización o empresa tenemos a las oportunidades y amenazas, observando una ponderación total de 3.02 el cual se deriva del factor oportunidad siendo que las más sobresalientes son los conocimientos básicos de la Subasta Inversa de Medicamentos del país por lo que brinda un plus en las nuevas creaciones de establecimientos ya que por ser un método nuevo para la adquisición de medicamentos para hospitales públicos no poseen la información correspondiente o la falta de interés aquello va de la mano

---

con la existencia de nuevos hospitales a nivel nacional. En el factor amenaza se encuentra sobresaliente el aumento de empresas que desarrollan la misma actividad por el motivo de poseer el conocimiento y la información acerca de varios métodos que poseen para poder cerrar una venta teniendo por resultado la fidelización de los clientes hacia los mismos.

---

## Capítulo III

### 3.1 Análisis del consumidor

López,(2007), en su artículo del comportamiento del consumidor explica que al relizar un canje de cualquier producto sea este un servicio o un bien con otras personas o empresas es con el único fin de satisfacer la necesidad del mismo.

Basándose en lo antes descrito el consumidor del presente proyecto son los hospitales públicas y privadas incluidas las clínicas de todo el Distrito Metropolitano de Quito, tomando en cuenta que los hospitales públicos son 11 distribuidos estratégicamente los cuales realizan sus pedidos mediante correos electrónicos por el Servicio Nacional de Contratación Pública (SERCOP) siendo que dicho establecimiento es quien mantiene una estandarización de los medicamentos de todos los laboratorios siendo aquellos participes para ofrecer sus productos a mejor precio que la competencia; y el sector privado de 55 hospitales y clínicas, quienes realizan sus pedidos mediante los asesores comerciales de los distribuidores farmacéuticos aplicando estrategias comerciales dependiendo de la competencia que ofrece el mismo medicamento o insumo farmacéutico.

---

### **3.1.1 Determinación de la población y muestra.**

#### ***3.1.1.1 Muestra.***

En el Diccionario de la Lengua Española, (RAE, 2017), menciona en su significado que es “parte o porción deextraída de un conjunto por métodos que permiten considerarla como representativa de él.

Con el concepto antes descrito en el presente proyecto no se puede obtener una muestra relevante, el motivo por el cual se escoje al total del universo constituye 65 Instituciones Públicas y Privadas que se encuentran dentro del DMQ en donde se aplica la encuesta correspondiente.

### **3.1.2 Técnicas de obtención de información.**

#### ***3.1.2.1 Encuesta.***

Thompson, (2010), define a la encuesta como un método de información mediante la cual se usa una serie de preguntas elaboradas del tema correspondiente para obtener un resultado el mismo que ayudará a determinar las conclusiones de la investigación; teniendo a continuación una tabla donde explica los objetivos de cada una de las preguntas realziadas en el Distrito Metropolitano de Quitodeterminando el por que se realiza cada una de ellas:

**Tabla 18**  
*Preguntas y objetivos de la encuesta*

PREGUNTAS	OBJETIVOS
1. ¿Qué es lo que Ud. Consideraría al momento de adquirir el producto?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verificar la preferencia del tipo de medicamento a usarse, genérico o de marca.</li> </ul>
2. ¿Cuáles son los productos que más son requeridos?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocer que medicamentos rotan más en el área hospitalaria.</li> </ul>
3. ¿Cuál proveedor es que le abastece con la mayoría de sus productos farmacéuticos?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Determinar la competencia con la que más fidelización tiene.</li> </ul>
4. ¿Con qué frecuencia realiza sus pedidos?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Visualizar los días en los cuales realiza pedidos para implementar una estrategia comercial.</li> </ul>
5. ¿Le gustaría recibir los servicios de una nueva empresa distribuidora cuyo servicio será de calidad?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analizar quien serían nuestros posibles consumidores.</li> </ul>
6. ¿Cómo le gustaría realizar sus pedidos?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Satisfacer una necesidad del cliente, mediante la cual se establecerá fidelización.</li> </ul>
7. ¿La forma de pago que consideraría Ud. Más óptima es?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Utilizar un presupuesto adecuado con los proveedores y clientes.</li> </ul>
8. ¿Cuál valor de sus pedidos aproximadamente?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificar la demanda.</li> </ul>

*Fuente:* Encuesta  
Objetivo de la pregunta realizada.

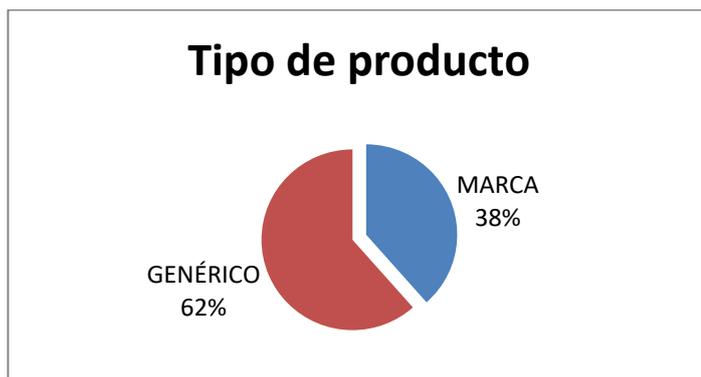
### 3.1.3 Análisis de la Información.

1. ¿Qué es lo que Ud. Considera al momento de adquirir el producto?

**Tabla 19**  
*Tipo de producto*

OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
MARCA	25	38%
GENÉRICO	40	62%
TOTAL	65	100 %

*Fuente:* Encuesta  
Primera pregunta



**Figura 10**

**Fuente:** Vanessa Salvador

**Análisis:**

Una vez analizado los resultados se tiene que los medicamentos genéricos son aceptados por las instituciones públicas o privadas teniendo así un porcentaje del 62% de aceptación.

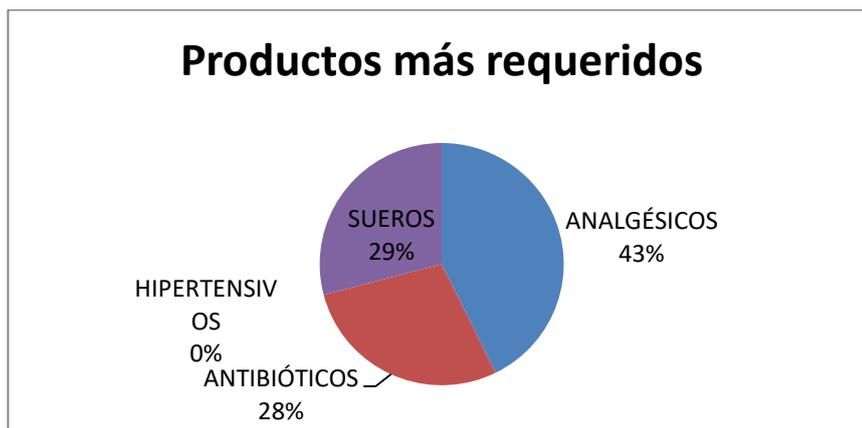
2. ¿Cuáles son los productos que más son requeridos?

**Tabla 20**

**Productos más solicitados**

OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
ANALGÉSICOS	47	43%
ANTIBIÓTICOS	31	28%
HIPERTENSIVOS	0	0%
SUEROS	32	29%
<b>TOTAL</b>	<b>110</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta  
Segunda pregunta



**Figura 11**

**Fuente:** Vanessa Salvador

### Análisis:

Los grupos farmacológicos más solicitados por los clientes son los analgésicos con un 43%, los cuales ayudan a disminuir el dolor sea intenso, moderado o leve.

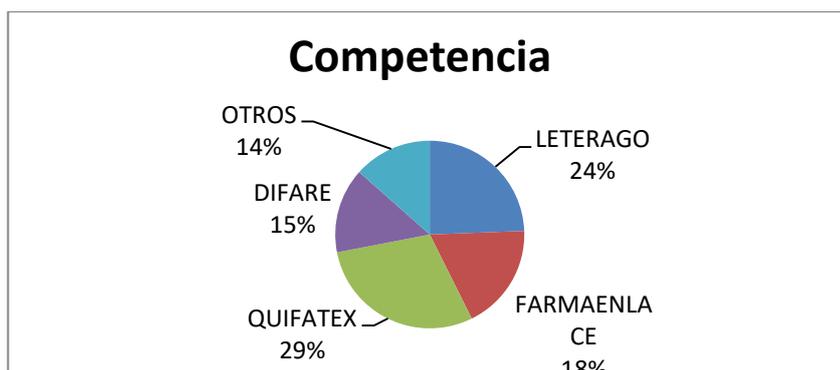
- ¿Cuál proveedor es que le abastece con la mayoría de sus productos farmacéuticos?

**Tabla 21**

### *Proveedores posicionados*

OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
LETERAGO	20	24%
FARMAENLACE	15	18%
QUIFATEX	24	29%
DIFARE	12	15%
OTROS	11	14%
<b>TOTAL</b>	<b>82</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta  
Tercera pregunta



**Figura 12**

**Fuente:** Vanessa Salvador

### **Análisis:**

Los hospitales que se encuentran en el Distrito Metropolitano de Quito tienen de preferencia a diferentes distribuidores farmacéuticos, siendo que en la cabecera está Quifatex con un 29% el cual satisface sus necesidades como consumidor.

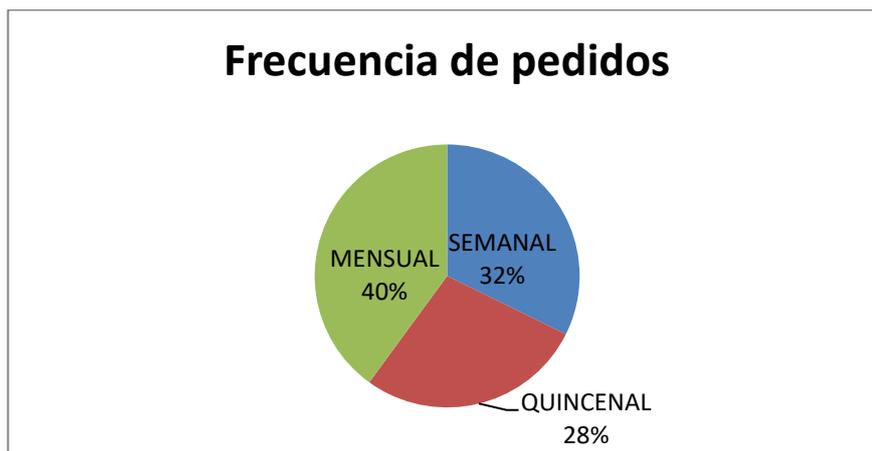
#### 4. ¿Con qué frecuencia realiza sus pedidos?

**Tabla 22**

***Frecuencia de pedidos***

OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
SEMANAL	21	32%
QUINCENAL	18	28%
MENSUAL	25	40%
TOTAL	65	100%

**Fuente:** Encuesta  
Cuarta pregunta



**Figura 13**

**Fuente:** Vanessa Salvador

#### **Análisis:**

Los resultados de la pregunta demuestran que en un 40% de los consumidores prefieren realizar sus pedidos mensualmente por lo que cada uno de ellos se proyecta para dicho tiempo.

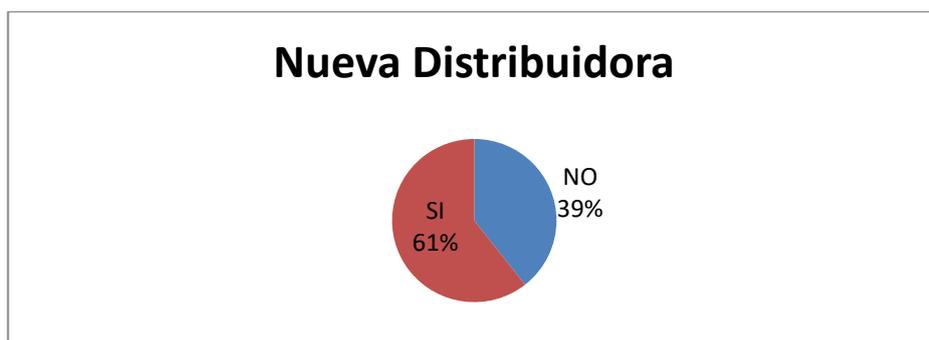
5. ¿Le gustaría recibir los servicios de una nueva empresa distribuidora cuyo servicio será de calidad?

**Tabla 23**

*Nueva empresa*

OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
SI	40	62%
NO	25	38%
<b>TOTAL</b>	<b>65</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta  
Quinta pregunta



**Figura 14**

**Fuente:** Vanessa Salvador

**Análisis:**

La pregunta más importante de toda la encuesta, al analizarla se tiene como resultado que un 61% de nuestra población, está dispuesta a trabajar con una nueva distribuidora cumpliendo con los requisitos necesarios para los trámites pertinentes

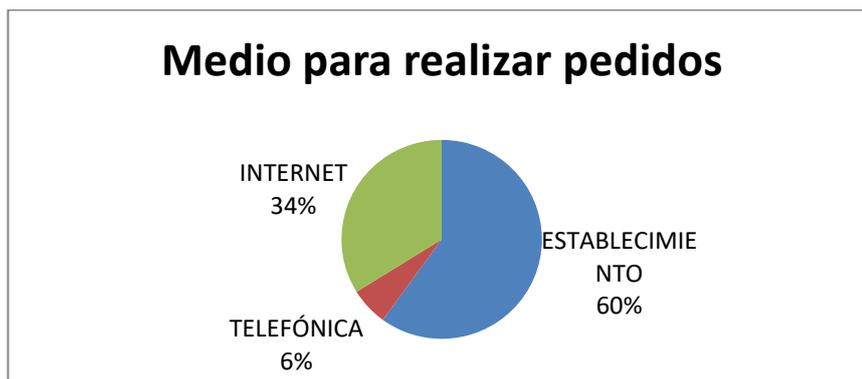
6. ¿Cómo le gustaría realizar sus pedidos?

**Tabla 24**

*Medio de realización de pedidos*

OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
ESTABLECIMIENTO	39	60,00
TELFÓNICA	4	6,15
INTERNET	22	33,85
TOTAL	65	100,00

**Fuente:** Encuesta  
Sexta pregunta



**Figura 15**

**Fuente:** Vanessa Salvador

**Análisis:**

El medio para realizar un pedido más óptimo es en el propio establecimiento del cliente, por lo que según la encuesta determina que el 60% lo prefiere de esa manera.

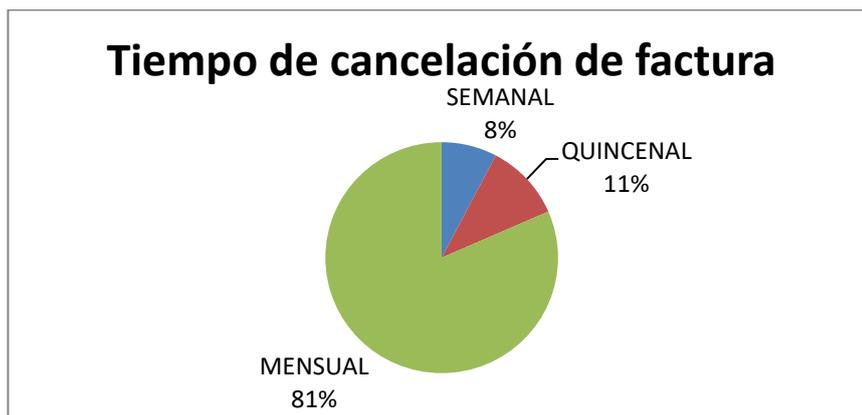
7. ¿La forma de pago que consideraría Ud. Más óptima es?

**Tabla 25**

***Tiempo de crédito***

OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
SEMANAL	5	7,69
QUINCENAL	7	10,77
MENSUAL	53	81,54
TOTAL	65	100,00

**Fuente:** Encuesta Séptima pregunta



**Figura 16**

**Fuente:** Vanessa Salvador

**Análisis:**

El 81% de los encuestados responde que las facturas se pagan mensualmente por diferentes motivos especialmente en el momento de firmar el contrato.

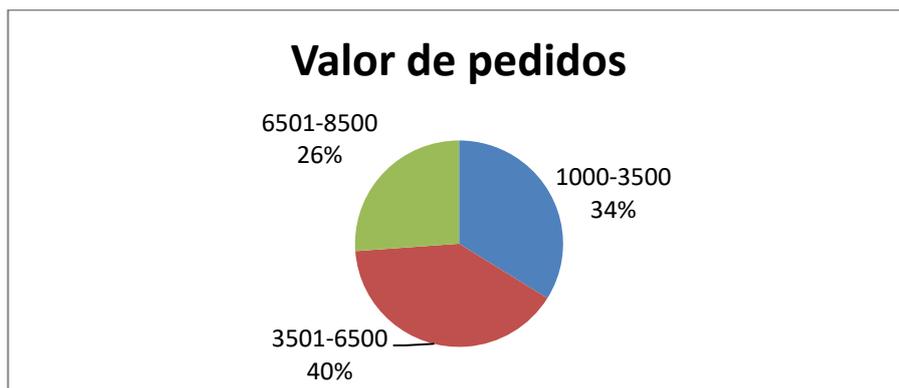
8. ¿Cuál es el valor de sus pedidos aproximadamente?

**Tabla 26**

*Valor de factura*

OPCIONES	RESPUESTA	PORCENTAJE
1000-3500	22	33,85
3501-6500	26	40,00
6501-8500	17	26,15
<b>TOTAL</b>	<b>65</b>	<b>100,00</b>

*Fuente:* Encuesta  
Primera pregunta



**Figura 17**

**Fuente:** Vanessa Salvador

### **Análisis:**

El 40% de las instituciones públicas o privadas realizan sus requerimientos mensuales en valores que oscilan entre \$3501,00 hasta \$6500; dependiendo del producto y de la necesidad del mismo.

### **3.2 Oferta**

En el trabajo presentado por Valencia en el 2011, explica que la oferta es la capacidad de bienes o servicios que tiene una entidad para solucionar una problemática expresado en las mismas unidades que la demanda.

#### **3.2.1 Oferta histórica.**

**Tabla 27**

#### ***Oferta histórica***

**Total Oferta Anual:** \$ 239.298.240,38

<b>Oferta Histórica</b>	<b>Distribuidoras</b>
<b>2016</b>	\$ 230.982.857,51
<b>2015</b>	\$ 234.606.118,02
<b>2014</b>	\$ 230.537.803,83
<b>2013</b>	\$ 230.315.919,52
<b>2012</b>	\$ 228.338.015,63

**Fuente:** Oferta Excel  
Oferta hace 5 años atrás.

### **Análisis:**

Para el desarrollo de la Oferta histórica se toma de referencia los años del 2012 al 2016, tomando en cuenta el PIB de cada uno de ellos, teniendo de esta manera una oferta histórica anual de \$230.956.142,90 esta proviene de la suma de todos los distribuidores próximamente mencionados.

### **3.2.2 Oferta Actual.**

**Tabla 28**  
*Oferta Actual*

Distribuidora	Semanal	Mensual	Anual
NOVAMEDIC	\$ 9.459,13	\$ 189.182,68	\$ 2.270.192,16
FARMAENLACE CIA. LTDA.	\$ 230.042,39	\$ 6.901.271,79	\$ 82.815.261,43
DISFARMED	\$ 9.459,13	\$ 189.182,68	\$ 2.270.192,16
HOSPIMEDIKKA CIA. LTDA.	\$ 163.654,46	\$ 4.909.633,89	\$ 58.915.606,63
CHACHALO SANDOVAL NANI JUDID	\$ 10.400,00	\$ 208.000,00	\$ 2.496.000,00
REPRESENTACIONES MOLINA HERRERA M.H. CIA. LTDA.	\$ 16.100,00	\$ 322.000,00	\$ 3.864.000,00
QUIFATEX S.A.	\$ 357.161,58	\$ 7.143.231,68	\$ 85.718.780,16

*Fuente:* Oferta Excel  
Competencia

### **Análisis:**

Se toma referencia distribuidoras que están ubicadas en el Distrito Metropolitano de Quito, siendo aquellas pequeñas, medianas y grandes empresas calificadas para la venta al por mayor de medicamentos e insumos médicos, tomando como referencia a la empresa a Farmaenlace Cia. Ltda. Con ventas anuales de \$ 82.815.261,43 quienes poseen estrategias comerciales favoreciendo así sus años de trayectoria por lo que es conocido a nivel nacional.

### 3.2.3 Oferta proyectada.

**Tabla 29**  
*Oferta proyectada*

Oferta proyectada	Distribuidoras
2017	\$ 247.912.977,03
2018	\$ 256.837.844,20
2019	\$ 266.084.006,60
2021	\$ 275.663.030,83
2022	\$ 285.586.899,94

*Fuente:* Oferta Excel  
Proyección de oferta

#### **Análisis:**

Para poder realizar dicha proyección se toma de referencia al total de la oferta anual (oferta directa) , en donde mantiene el porcentaje del PIB del año en transcurso , por lo tanto los años van desde el 2017 al 2022; teniendo un promedio de ventas en todos esos años de un valor \$ 266.416.951,72.

### 3.3 Demanda

En el artículo de Enciclomipedia ,Peiro (2017),informa que la demanda es la cantidad global de un servicio o producto que las personas desean adquirir.

#### 3.3.1 Demanda histórica.

En función de lo adquirido anteriormente de las distribuidoras representadas en la oferta se obtiene los siguientes resultados, utilizando la fórmula correspondiente:

$$C_n = \frac{C_0}{1+I}$$

Cn= Demanda histórica

Co= demanda del año posterior al año de cálculo

I= Porcentaje de Inflación

**Tabla 30**  
***Demanda histórica***

Años	Venta promedio Anual
2012	\$ 172.106.490,93
2013	\$ 210.392.513,56
2014	\$ 202.498.711,30
2015	\$ 215.935.559,52
2016	\$ 230.865.487,32

*Fuente:* Demanda Excel  
Cinco años anteriores

### 3.3.2 Demanda actual.

Para el cálculo de ello se necesita de los valores preferenciales como son:

**Tabla 31**  
***Demanda actual***

Años	Inflación	Tasa de Crecimiento	%	
2012	5,22	1,61	6,83	0,0683
2013	1,71	1,58	3,29	0,0329
2014	4,19	1,56	5,75	0,0575
2015	3,78	1,53	5,31	0,0531
2016	2,17	1,56	3,73	0,0373

**Total de Hospitales \* Consumo de  
hospitales:** \$ 19.956.397,50

<b>Anual:</b>	\$ 239.476.770,00
---------------	-------------------

*Fuente:* Demanda Excel  
Demanda del presente año.

### 3.3.3 Demanda proyectada.

$$C_n = C_o(1 + i)^n$$

**Tabla 32**  
*Demanda proyectada*

Años	Ventas
2017	\$ 248.409.253,52
2018	\$ 257.674.918,68
2019	\$ 267.286.193,14
2020	\$ 277.255.968,15
2021	\$ 287.597.615,76

*Fuente:* Demanda Excel  
Demanda después de 5 años.

El cálculo de proyección es referente a los años siguientes de la constitución de la empresa siendo que del 2017 al 2021. Siendo que se toma el resultado anual denominado  $C_o$ ; y de la demanda actual se toma el último resultado ( $i$ ) y la elevación es a la ( $n$ ) haciendo uso de los años a los cuales se va a proyectar como 1 es a 2017 y 5 es de 2021.

### 3.4 Balance Oferta - Demanda

#### 3.4.1 Balance Actual.

**Tabla 33**  
*Balance actual*

Oferta Actual	Demanda Actual	Demanda Insatisfecha	Demanda del proyecto
\$ 239.298.240,38	\$ 239.476.770,00	\$ -178.529,62	\$ -109.867,13

Para calcular la demanda insatisfecha se utiliza la fórmula en donde se resta la oferta actual menos la demanda actual, en donde el resultado es negativo -178.529,62 por lo que tomando la pregunta número 7 en donde se establece si los

clientes accederían a comprar a una nueva distribuidora siendo el resultado de 61,54 se tiene una demanda del proyecto de – 109.867,13.

### 3.4.2 Balance Proyectado.

**Tabla 34**  
**Balance Proyectado**

Año	Oferta Proyectada	Demanda Proyectada	Demanda Insatisfecha
2017	\$ 247.912.977,03	\$ 248.409.253,52	\$ -496.276,49
2018	\$ 256.837.844,20	\$ 257.674.918,68	\$ -837.074,47
2019	\$ 266.084.006,60	\$ 267.286.193,14	\$ -1.202.186,55
2020	\$ 275.663.030,83	\$ 277.255.968,15	\$ -1.592.937,32
2021	\$ 285.586.899,94	\$ 287.597.615,76	\$ -2.010.715,82

*Fuente:* Balance Excel  
Balance después de 5 años.

#### Análisis:

El balance proyectado se calcula restando la demanda proyectada de la oferta global proyectada esto es igual a la demanda insatisfecha, obteniendo así las ventas proyectadas anuales en los próximos cinco años, siendo estos desde el 2017 al 2021 en donde se refleja una aceptación en un tiempo determinado.

## Capítulo IV

### 4.1 Tamaño del Proyecto

#### 4.1.1 Capacidad Instalada.

El autor Nunes,( 2015), menciona que la capacidad instala es “ el potencial de producción o de volumen máximo que una empresa puede lograr durante un período de tiempo determinado”. ( parrf. 2)

#### 4.1.2 Capacidad Óptima.

Son los factores condicionales básicos para la implementación del tamaño de una empresa dedicada a producir bienes o servicios.

**Tabla 35**  
**Capacidad Óptima**

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Escritorios	2	\$ 170,00	\$ 340,00
Sillas	2	\$ 50,00	\$ 100,00
Computador	2	\$ 500,00	\$ 1.000,00
Impresora	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Teléfono	2	\$ 35,00	\$ 70,00
Pallets	5	\$ 81,75	\$ 408,75
Alarma	1	\$ 70,00	\$ 100,00
Rotulo	1	\$ 300,00	\$ 300,00
Extintor	1	\$ 60,00	\$ 60,00
Modem internet	1	\$ 95,00	\$ 95,00
Archivador	1	\$ 80,00	\$ 80,00
		<b>TOTAL:</b>	<b>\$ 2.798,75</b>

*Fuente:* Capacidad óptima Excel

#### 4.1.2.1 Trabajadores.

Los empleados tienen que recibir un sueldo de acuerdo a las funciones que realizan el cual está determinado por el gerente general de la empresa, siendo sus roles de pagos los correspondientes:

(Ver Anexo 3)

## 4.2 Localización

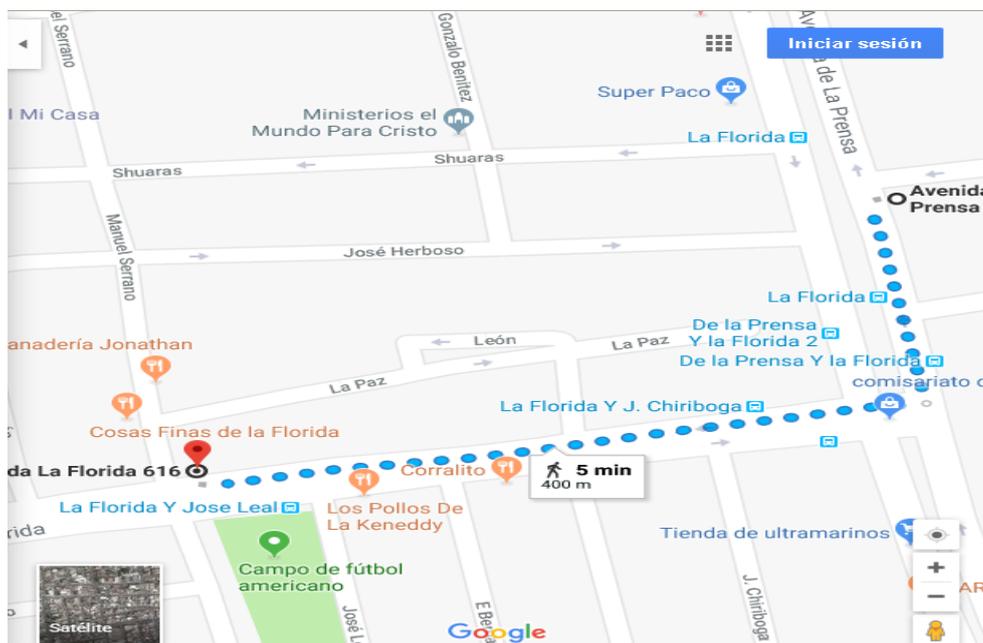
### 4.2.1 Macro localización.



Figura 18  
Fuente: Repositorio ESPE

En el presente estudio se realiza en la provincia de Pichincha, en el cantón Quito, en donde se ubica geográficamente la nueva Distribuidora Farmacéutica “DISFASA”, la cual distribuirá medicamentos e insumos médicos los cuales beneficiarán y satisfecerá las necesidades básicas de la población.

### 4.2.3 Micro localización.



**Figura 19**  
**Fuente: Google Maps**

#### **Análisis:**

La Distribuidora Farmacéutica “DISFASA” se encontrará ubicada en la Calle Principal: Av. De la Florida; Numeración: 616 Calle Secundaria: Manuel Serrano; la cual se encuentra en un sector norte de la ciudad en donde es accesible para transportar los insumos y medicamentos que requiera el cliente gracias a sus calles más cercanas como: Machala; Av. De la prensa y la Av. Antonio José de Sucre.

#### 4.2.4 Localización Óptima.

**Tabla 36**  
*Localización Óptima*

4	Muy significativo
3	Significativo
2	Poco significativo
1	Nada significativo

OBSERVACIONES	AV. LA PRENSA	MACHALA	AV. ANTONIO JOSE DE SUCRE
Accesibilidad	4	2	4
Nivel de Competencia	2	3	3
Clientes externos	4	3	4
Seguridad	3	3	3
Servicios básicos	4	4	4

**Figura 15**

Fuente: Vanessa Salvador

#### **Análisis:**

En el sector de la Florida se encuentra dos avenidas principales las cuales tienen una mayor accesibilidad para poder satisfacer la necesidad del cliente al trasladar los productos requeridos, siendo que los mismos se encuentran cercanos a esas calles pero tomando en cuenta que un distribuidor como Disfasur se encuentra en una de las calles aledañas; vendiendo al por mayor y al por menor medicamentos e insumos médicos. La seguridad en cualquiera de las avenidas principales es un poco significativo por lo que es importante tener seguridad como

una alarma; por su ubicación en el sector norte de la ciudad tiene todos los servicios básicos disponibles y sin problemas para su adquisición.

### 4.3 Ingeniería del Producto

#### 4.3.1 Definición de bienes y servicios.

Montoya,( 2013), se refiere a los bienes como artículos los cuales son elaborados a través de actividades primarias o secundarias los cuales se venden a un valor económico determinado; siendo que los servicios son la actividad terciaria que poseen los bienes tangibles o productos.

#### 4.3.2 Distribución de planta.



Figura 20  
Fuente: Vanessa Salvador

#### 4.3.3 Maquinaria.

Nuestra empresa “DISFASA” su actividad comercial es la 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;  
siendo que para el mismo no es necesario el uso de maquinaria.

#### 4.3.3.1 Equipo.

Para brindar un servicio de calidad y eficiencia se requiere de los  
siguientes equipos:

**Tabla 37**  
**Equipo de Computo**

##### EQUIPOS DE COMPUTO

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computador	2	\$ 500,00	\$ 1.000,00
Impresora	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Modem internet	1	\$ 95,00	\$ 95,00
<b>TOTAL:</b>	4	\$ 795,00	<b>\$ 1.295,00</b>

*Fuente:* Excel Eq. De computo  
Activos Fijos

**Tabla 38**  
**Equipo de Oficina**

##### EQUIPOS DE OFICINA

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Teléfono	2	\$ 35,00	\$ 70,00
Extintor	1	\$ 60,00	\$ 60,00
Alarma	1	\$ 70,00	\$ 100,00
<b>TOTAL:</b>	4	\$ 165,00	<b>\$ 230,00</b>

*Fuente:* Excel Eq. De oficina

**Tabla 39**  
*Equipo de Muebles y Enseres*

**MUEBLES Y ENSERES**

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Escritorios	2	\$ 170,00	\$ 340,00
Sillas	2	\$ 50,00	\$ 100,00
Archivador	1	\$ 80,00	\$ 80,00
Pallets	5	\$ 81,75	\$ 408,75
<b>TOTAL:</b>	10	\$ 381,75	\$ <b>928,75</b>

*Fuente:* Excel Muebles y Enseres

**Tabla 40**  
*Otros Equipos*

**OTROS EQUIPOS**

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Rotulo	1	\$ 300,00	\$ 300,00
<b>TOTAL:</b>	1	\$ 300,00	\$ <b>300,00</b>

*Fuente:* Excel otros equipos

Rótulo

**Tabla 41**  
*Útiles de aseo*

**ÚTILES DE ASEO**

Escoba	1	\$1,75	\$1,75
Trapeador	2	\$2,00	\$4,00
Recogedor de basura	2	\$2,50	\$5,00
Papel higienico * 4	1	\$1,20	\$1,20
Jabon liquido	2	\$2,30	\$4,60
Desinfectante galón	2	\$4,00	\$6,00
Gel antibacterial manos	2	\$3,00	\$6,00
franela	2	\$1,25	\$2,50
Fundas de Basura	1	\$1,00	\$0,80
Detergente	2	\$3,80	\$7,60
Cloro Galón	2	\$2,50	\$5,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$44,45</b>

*Fuente:* Excel útiles de aseo

Productos de aseo

**Tabla 42**  
*Suministros de Oficina*

**SUMINISTRO DE OFICINA**

Resma de papel bond	10	\$3,25	\$32,50
Resma de facturas(500hojas)	1	\$45,00	\$45,00
Esferos	12	\$0,35	\$4,20
Borrador	2	\$0,50	\$1,00
Grapadora	3	\$3,50	\$10,50
Perforadora	2	\$3,40	\$6,80
Grapas(caja)	5	\$0,40	\$2,00
Clips(Caja)	5	\$1,50	\$7,50
Tijeras	2	\$1,50	\$3,00
Marcadores	2	\$0,75	\$1,50
Carpetas archivadoras	10	\$3,25	\$32,50
Lápices	3	\$0,40	\$1,20
Cuadernos universitarios	2	\$1,25	\$2,50
<b>TOTAL</b>			<b>\$98,40</b>

*Fuente:* Excel Suministro de Oficina

#### 4.3.3.2 Aspectos Legales.

- **Requisitos de Apertura para una Distribuidora Farmacéutica**

- 1) Obtener el RUC en el Servicio de Relaciones Internas del Ecuador, se realizará una pre-inscripción en la página web de la misma.
- 2) Una vez lleno el formulario acercarse a la institución para la inscripción y obtención física de la misma.
- 3) Certificado de Salud del personal que labora en la empresa.
- 4) Permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos o LUAE en el caso de establecimientos ubicados en el DMQ.
- 5) 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.

- 
- 6) Autorización de distribución otorgada por el titular del registro sanitario en el país, para las distribuidoras farmacéuticas.
  - 7) Contrato del responsable técnico del establecimiento.
  - 8) Obtener previamente el certificado de buenas prácticas de almacenamiento, distribución y transporte acorde a lo descrito en la normativa vigente.

(ARCSA, 2017)

---

## Capítulo V

### 5.1 Ingresos

López C. (2009) menciona que dichos ingresos son “incrementos en los beneficios, económicos, producidos a lo largo del período contable, en forma de activos o pasivos dando como resultado el patrimonio.”

#### 5.1.1 Ingresos Operacionales.

Son entradas económicas en beneficio de la empresa, los cuales se obtienen en un periodo contable aumentando así el patrimonio de la empresa.

#### 5.1.2 Ingresos no Operacionales.

Son aquellos que se acreditan a la empresa, pero por diferente actividad principal siendo muy ocasional la venta de productos o servicios.

### 5.2 Costos y Gastos

Silvia Durán,( 2016), especifica que son valores al momento de adquirir un bien o servicio pero generando ingresos a futuro para beneficio de la empresa u organización.

### 5.2.1 Costo directo.

Son todos aquellos costos que intervienen directamente en la producción del producto o servicio.

### 5.2.2 Costo indirecto.

Son todos los servicios o productos que se tiene para así ayudar a la venta del producto finalizado, nos explica Díaz,( 2017).

**Tabla 43**  
*Costos Indirectos*

COSTOS INDIRECTOS			
DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Serv. Basicos	1	\$ 45,00	\$ 45,00
Utiles de aseo	1	\$ 40,00	\$ 40,00
<b>TOTAL:</b>	<b>2</b>	<b>\$ 85,00</b>	<b>\$ 85,00</b>

*Fuente:* Excel-Costos Indirectos  
Cálculo de Costos Indirectos

### 5.2.3 Gastos Administrativos.

Son considerados como la parte fundamental de la empresa ya que incluye a todo el personal que apoya a la producción de bien o producto, dado el caso de las áreas que se encuentran en la empresa, explica Fierros, en el año 2012.

- Rol de pagos (Ver Anexo 3).

### 5.2.3.1 Depreciación de Activos.

- *Depreciación de Equipos de Computación*

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

$$DEP = \frac{\$1295,00 - 0}{3}$$

$$DEP = \$ 431,66$$

**Tabla 44**  
*Depreciación de activos*

Años	Depreciación	Depreciación acumulada	Valor en libros
0			\$ 1.295,00
1	\$ 431,66	\$ 431,66	\$ 863,34
2	\$ 431,66	\$ 863,32	\$ 431,66
3	\$ 431,66	\$ 1.294,98	\$ -

*Fuente:* Excel –Depreciaciones  
Depreciación de activos

- *Depreciación de Equipo de Oficina*

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

$$DEP = \frac{\$230,00 - 0}{10}$$

$$DEP = \$ 23,00$$

**Tabla 45**  
*Depreciación de Eq. De Oficina*

Años	Depreciación	Depreciación acumulada	Valor en libros
0			\$230,00
1	\$23,00	\$23,00	\$207,00
2	\$23,00	\$46,00	\$184,00
3	\$23,00	\$69,00	\$161,00
4	\$23,00	\$92,00	\$138,00
5	\$23,00	\$115,00	\$115,00
6	\$23,00	\$138,00	\$92,00
7	\$23,00	\$161,00	\$69,00
8	\$23,00	\$184,00	\$46,00
9	\$23,00	\$207,00	\$23,00
10	\$23,00	\$230,00	\$0,00

*Fuente:* Excel- Depreciaciones  
Depreciación de Eq, de oficina

- Depreciación de Muebles y enseres

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

$$DEP = \frac{\$928,75 - 0}{10}$$

$$DEP = \$ 92,88$$

**Tabla 46**  
*Depreciación de Muebles y Enseres*

Años	Depreciación	Depreciación acumulada	Valor en libros
0			\$928,75
1	\$92,88	\$92,88	\$835,87
2	\$92,88	\$185,76	\$742,99
3	\$92,88	\$278,64	\$650,11
4	\$92,88	\$371,52	\$557,23
5	\$92,88	\$464,40	\$464,35
6	\$92,88	\$557,28	\$371,47

7	\$92,88	\$650,16	\$278,59
8	\$92,88	\$743,04	\$185,71
9	\$92,88	\$835,92	\$92,83
10	\$92,88	\$928,80	\$ 0,00

*Fuente:* Excel- Depreciaciones  
Depreciación Muebles y enseres

- Gastos de constitución

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

$$DEP = \frac{\$454,40 - 0}{3}$$

$$DEP = \$ 151,46$$

**Tabla 47**  
*Gastos de Constitución*

Años	Amortización	Depreciación acumulada	Valor en libros
0			\$ 454,40
1	\$ 151,46	\$ 151,46	\$ 302,94
2	\$ 151,46	\$ 302,92	\$ 151,46
3	\$ 151,46	\$ 454,38	\$ -

*Fuente:* Excel- Depreciaciones  
Depreciación.

### 5.2.4 Gasto de Ventas.

**Tabla 48**  
*Gastos de ventas*

Gastos de ventas	Unidades	Valor	Total
Tarjetas de Presentación	500	0,45	225,00
Hojas Membretadas	500	0,10	50,00
Carpeta Membretada	500	0,25	125,00
Sobres membretadas	500	0,20	100,00
Uniformes del personal	6	200,00	1200,00
		<b>TOTAL</b>	<b>1700,00</b>

*Fuente:* Excel-Gastos de Oficina.  
Cálculo de gastos

### 5.2.5 Gastos Financieros.

La empresa DISFASA realiza un préstamo Bancario en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Alianza del Valle Ltda. en donde el tipo de crédito es consumo, siendo que el monto a solicitar es de \$ 60.000,00 en un tiempo de plazo de 36 meses teniendo así una tasa de interés anual de 16,8% al igual que teniendo una tasa efectiva anual, realizando de esta manera la tabla de amortización correspondiente:

**Tabla 49**  
**Gastos Financieros-Amortización**

Nº	CAPITAL	INTERES	PAGO	CAPITAL PAGADO
1	\$ 60.000,00	\$ 804,00	\$ 2.111,79	\$ 1.307,79
2	\$ 58.692,21	\$ 786,48	\$ 2.111,79	\$ 1.325,32
3	\$ 57.366,89	\$ 768,72	\$ 2.111,79	\$ 1.343,08
4	\$ 56.023,81	\$ 750,72	\$ 2.111,79	\$ 1.361,07
5	\$ 54.662,74	\$ 732,48	\$ 2.111,79	\$ 1.379,31
6	\$ 53.283,43	\$ 714,00	\$ 2.111,79	\$ 1.397,79
7	\$ 51.885,63	\$ 695,27	\$ 2.111,79	\$ 1.416,53
8	\$ 50.469,11	\$ 676,29	\$ 2.111,79	\$ 1.435,51
9	\$ 49.033,60	\$ 657,05	\$ 2.111,79	\$ 1.454,74
10	\$ 47.578,86	\$ 637,56	\$ 2.111,79	\$ 1.474,24
11	\$ 46.104,63	\$ 617,80	\$ 2.111,79	\$ 1.493,99
12	\$ 44.610,63	\$ 597,78	\$ 2.111,79	\$ 1.514,01
13	\$ 43.096,62	\$ 577,49	\$ 2.111,79	\$ 1.534,30
14	\$ 41.562,33	\$ 556,94	\$ 2.111,79	\$ 1.554,86
15	\$ 40.007,47	\$ 536,10	\$ 2.111,79	\$ 1.575,69
16	\$ 38.431,78	\$ 514,99	\$ 2.111,79	\$ 1.596,81
17	\$ 36.834,97	\$ 493,59	\$ 2.111,79	\$ 1.618,20
18	\$ 35.216,77	\$ 471,90	\$ 2.111,79	\$ 1.639,89
19	\$ 33.576,88	\$ 449,93	\$ 2.111,79	\$ 1.661,86
20	\$ 31.915,02	\$ 427,66	\$ 2.111,79	\$ 1.684,13
21	\$ 30.230,88	\$ 405,09	\$ 2.111,79	\$ 1.706,70
22	\$ 28.524,19	\$ 382,22	\$ 2.111,79	\$ 1.729,57
23	\$ 26.794,62	\$ 359,05	\$ 2.111,79	\$ 1.752,74
24	\$ 25.041,87	\$ 335,56	\$ 2.111,79	\$ 1.776,23

25	\$ 23.265,64	\$ 311,76	\$ 2.111,79	\$ 1.800,03
26	\$ 21.465,61	\$ 287,64	\$ 2.111,79	\$ 1.824,15
27	\$ 19.641,46	\$ 263,20	\$ 2.111,79	\$ 1.848,60
28	\$ 17.792,86	\$ 238,42	\$ 2.111,79	\$ 1.873,37
29	\$ 15.919,49	\$ 213,32	\$ 2.111,79	\$ 1.898,47
30	\$ 14.021,02	\$ 187,88	\$ 2.111,79	\$ 1.923,91
31	\$ 12.097,11	\$ 162,10	\$ 2.111,79	\$ 1.949,69
32	\$ 10.147,42	\$ 135,98	\$ 2.111,79	\$ 1.975,82
33	\$ 8.171,60	\$ 109,50	\$ 2.111,79	\$ 2.002,29
34	\$ 6.169,31	\$ 82,67	\$ 2.111,79	\$ 2.029,12
35	\$ 4.140,18	\$ 55,48	\$ 2.111,79	\$ 2.056,31
36	\$ 2.083,87	\$ 27,92	\$ 2.111,79	\$ 2.083,87
<b>TOTAL</b>		\$16.024,53	\$ 76.024,53	\$ 60.000,00

*Fuente:* Excel- Amortización  
Amortización de préstamo bancario

### 5.2.6 Costos fijos y variables.

- ✓ **Costo Fijo:** Aquellos que son constantes e inalterables es decir que existe o no producción siempre se tendrá que cancelar los rubros, Ejemplo:  
Arriendos, depreciación etc. (Sarmiento, 2005)
- ✓ **Costos Variables:** Aquellos que cambian según el volumen de producción y si no existe producción no existirá este tipo de costos, Ejemplos:  
Utilización de MOD, Compra de materiales etc. (Sarmiento, 2005)

**Tabla 50**  
*Costos Fijos y Variables*

#### COSTOS FIJOS Y VARIABLES

Descripción	Costos fijos	Costo Variables	Costos totales
Costo de Ventas	\$ -	\$ 76.906,99	\$ 76.906,99
Gasto de Ventas	\$ 43.800,00	\$ 1.700,00	\$ 45.500,00
Gastos Admin.	\$ 54.887,60	\$ -	\$ 54.887,60
Gasto Financiero	\$ 8.438,13	\$ -	\$ 8.438,13
<b>Total</b>	<b>\$ 107.125,73</b>	<b>\$ 78.606,99</b>	<b>\$ 185.732,73</b>

*Fuente:* Excel- Costos fijos y variables

## 5.3 Inversiones

Saenz, en el 2010, explica que la inversión es la cantidad de dinero que se usa especialmente en activos fijos y circulantes. Se lo puede apreciar en cotizaciones o proformas de productos o servicios los cuales darán un beneficio a la empresa.

### 5.3.1 Inversión Fija.

Este rubro se agrupa en tangible e intangible, que van ayudar al proyecto en la fase operativa.

#### 5.3.1.1 Activos Fijos.

**Tabla 51**

*Eq. De Computo*

#### EQUIPOS DE COMPUTO

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computador	2	\$ 500,00	\$ 1.000,00
Impresora	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Modem internet	1	\$ 95,00	\$ 95,00
<b>TOTAL:</b>	4	\$ 795,00	\$ 1.295,00

*Fuente:* Excel Eq, de computo

**Tabla 52**

*Eq. De Oficina*

#### EQUIPOS DE OFICINA

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Teléfono	2	\$ 35,00	\$ 70,00
Extintor	1	\$ 60,00	\$ 60,00
Alarma	1	\$ 70,00	\$ 100,00
<b>TOTAL:</b>	4	\$ 165,00	\$ 230,00

*Fuente:* Excel Eq, de oficina

**Tabla 53**  
*Muebles y Enseres*

**MUEBLES Y ENSERES**

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Escritorios	2	\$ 170,00	\$ 340,00
Sillas	2	\$ 50,00	\$ 100,00
Archivador	1	\$ 80,00	\$ 80,00
Pallets	5	\$ 81,75	\$ 408,75
<b>TOTAL:</b>	10	\$ 381,75	\$ <b>928,75</b>

*Fuente:* Excel Muebles y enseres

**Tabla 54**  
*Otros equipos*

**OTROS EQUIPOS**

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Rotulo	1	\$ 300,00	\$ 300,00
<b>TOTAL:</b>	1	\$ 300,00	\$ <b>300,00</b>

*Fuente:* Excel otros equipos

**5.3.1.1 Activos Nominales.**

No se los puede consumir totalmente, siendo estos que se los difieren durante un tiempo no específico.

**Tabla 55**  
*Gastos de Constitución*

Descripción	Valor
Pago notaria	40
Pago al abogado	60
Publicidad Inicial	234,4
Permiso de Funcionamiento	120
<b>TOTAL</b>	<b>454,4</b>

*Fuente:* Excel Activos Nominales  
Activos Nominales

### 5.3.2 Capital de Trabajo.

Se toma en cuenta los activos corrientes, que tiene el establecimiento cubriendo así las necesidades básicas y mensuales.

**Tabla 56**  
*Presupuesto de Caja*

#### PRESUPUESTO DE CAJA

CONCEPTO	CANTIDAD
Arriendo	\$500,00
Servicios Básicos	\$85,00
Sueldos	\$3.650,00
Permiso de Funcionamiento	\$454,40
<b>TOTAL</b>	<b>\$4.689,40</b>

*Fuente:* Excel –Capital de trabajo  
Presupuesto de caja

**Tabla 57**  
*Capital de trabajo*

#### CAPITAL DE TRABAJO

Caja	\$ 4.689,40
Bancos	\$ 6.000,00
Mercadería	\$ 55.991,57
<b>TOTAL ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>\$ 66.680,97</b>

*Fuente:* Excel –Capital de trabajo  
Caja-Banco-Mercadería

### 5.3.3 Fuentes de Financiamiento y uso de fondos.

Las fuentes de financiamiento más comunes son los bancos y las uniones de crédito, siendo estas quienes proporcionan un préstamo a corto o largo plazo según la necesidad que tiene cada cliente, lo menciona López Jorge, en el 2014 en la página de internet denominada Gestipolis:

**Tabla 58**  
**Fuentes de Financiamiento**

FUENTES DE FINANCIAMIENTO	
<b>Pasivo a largo lazo</b>	\$ 120.000,00
<b>Patrimonio</b>	\$ 9.589,12
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 129.589,12</b>

*Fuente:* Excel –Fuentes de financiamiento

### 5.2.4 Estado de Situación Inicial.

**Tabla 59**  
**BGI**

Activos		Pasivo	
<b>Activos corrientes</b>	<b>\$66.680,97</b>	Pasivo Corriente	
Disponibles	\$10.689,40		0
Caja	\$ 4.689,40		
Bancos	\$ 6.000,00		
Exigible			
Realizable	\$55.991,57		
Mercadería	\$ 55.991,57		
<b>Activo Fijo</b>	<b>\$ 2.543,75</b>	<b>Pasivo no corriente</b>	<b>\$60.000,00</b>
Activo Tangible	\$ 2.453,75	Préstamo Bancario	\$60.000,00
Eq. de Comp.	\$ 1.295,00		
Equipo de Oficina	\$ 230,00		
Muebles y Enseres	\$ 928,75	Pasivo Diferidos u otro pasivos	<b>\$ 0,00</b>
Sumi. de oficina	\$ 98,40		
Útiles de aseo	\$ 44,45		
Intangible	<b>\$ 90,00</b>		
Patentes	\$ 90,00		
<b>Activos Diferidos</b>	<b>\$ 454,40</b>	<b>Patrimonio</b>	<b>\$ 9.589,12</b>
Gsts de consti.	\$ 454,40	Aportaciones	\$ 9.589,12
<b>Total Activos</b>	<b>\$ 69.589,12</b>	<b>Total Ps+Patrim.</b>	<b>\$69.589,12</b>

*Fuente:* Excel –Balance general  
BGI

### 5.2.5 Estado de Resultados Proyectado (a cinco años).

(Ver Anexo 4)

## 5.2.6 Flujo Caja.

**Tabla 60**  
**Flujo de Caja**

Flujo de Caja	Inversión Inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Utilidad final		\$ 65.068,77	\$ 125.493,89	\$ 202.506,54	\$ 283.116,85	\$368.084,59
Depreciaciones		\$ 547,54	\$ 547,54	\$ 547,54	\$ 115,88	\$ 115,88
Amortizaciones		\$151,46	\$151,46	\$151,46	\$151,46	\$151,46
Gasto Financiero		\$ 8.438,13	\$ 5.510,53	\$ 2.075,87	\$ 0,00	\$ 0,00
Flujo Operacional		\$ 74.205,90	\$ 131.703,42	\$ 205.281,41	\$ 283.384,19	\$368.351,93
Inversiones	\$ 0,00					
Capital de Trabajo	-\$ 67.135,37					
Activos Fijos	-\$ 2.543,75					
Flujo Neto de efectivo	-\$ 69.679,12	\$ 74.205,90	\$ 131.703,42	\$ 205.281,41	\$ 283.384,19	\$368.351,93

*Fuente:* Excel –Flujo de caja  
Cálculo de Flujo de caja

## 5.3 Evaluación

### 5.3.1 Tasa mínima aceptable de rendimiento.

**Tabla 61**  
**TMAR**

Descripción	Porcentaje
Inflación	4,50%
Tasa de interés pasiva	4,53%
Premio al riesgo	6,50%
TMAR	15,53%

*Fuente:* Excel –Flujo de caja  
Tasa mínima aceptable de rendimiento

#### Análisis:

La tasa mínima para la inversión de la distribuidora de productos e insumos farmacéuticos, se toma los datos de inflación, la tasa de interés pasiva y el premio de riesgo teniendo un resultado de 15.53%.

### 5.3.2 VAN.

**Tabla 62**  
**VAN**

PERIODO	FLUJOS NETOS	VAN
0	-\$69.679,12	-\$ 31.869,80
1	\$74.205,90	\$ 12.700,41
2	\$131.703,42	\$ 10.351,74
3	\$205.281,41	\$ 8.365,29
4	\$283.384,19	\$ 6.856,39
5	\$ 368.351,93	\$ 7.356,41

*Fuente:* Excel –Flujo de caja  
VAN

#### **Análisis:**

Este indicador sirve para determinar la vida útil de la empresa es decir que 5 años la empresa generará un total de \$ 7.356,41 de recursos para la misma.

### 5.3.4 TIR

**Tabla 63**  
**TIR**

PERIODO	FLUJOS NETOS	TIR
0	-\$69.679,12	-\$ 69.679,12
1	\$74.205,90	\$ 28.674,94
2	\$131.703,42	\$ 19.666,41
3	\$205.281,41	\$ 11.845,18
4	\$283.384,19	\$ 6.318,76
5	\$ 368.351,93	\$ 3.173,83

**TIR** **158,78%**

*Fuente:* Excel –Flujo de caja  
TIR

### Análisis:

La tasa interna de retorno es de 158,78% demostrando de esta manera que la empresa tiene rentabilidad alta permitiendo permanencia en el mercado y llegar a la fidelización con los clientes.

### 5.3.5 PRI (Período de recuperación de la inversión)

**Tabla 64**  
**PRI**

Periodo	Flujos a valor presente
0	-\$69.679,12
1	\$74.205,90
	\$ 4.526,78
2	\$131.703,42
	1,03

*Fuente:* Excel –Flujo de caja  
PRI

### Análisis:

El periodo de recuperación de la inversión permite una visualización del tiempo en donde se va a determinar la recuperación de ello es dentro de un año aproximadamente.

### 5.3.6 RBC (Relación costo beneficio)

**Tabla 65**  
**RBC**

periodo	flujos netos	VAN
0	-\$69.679,12	-\$ 69.679,12
1	\$74.205,90	\$ 64.230,85
2	\$131.703,42	\$ 98.675,08
3	\$205.281,41	\$ 133.126,74
4	\$283.384,19	\$ 159.073,02
5	\$ 368.351,93	\$ 178.973,64
<b>SUMATORIA</b>	\$993.247,73	\$ 564.400,22
<b>C/B</b>		\$ 1,76

*Fuente:* Excel –Flujo de caja

### Análisis:

Esta razón indica que por cada dólar invertido se tiene una utilidad de \$ 1.76, demostrando así una rentabilidad para la empresa antes mencionada.

### 5.3.6 Punto de equilibrio

**Tabla 66**  
*Punto de Equilibrio*

#### COSTOS FIJOS Y VARIABLES

Descripción	Costos fijos	Costo Variables	Costos totales
Costo de Ventas	\$ -	\$ 76.906,99	\$ 76.906,99
Gasto de Ventas	\$ 43.800,00	\$ 1.700,00	\$ 45.500,00
Gastos Admin.	\$ 54.887,60	\$ -	\$ 54.887,60
Gasto Financiero	\$ 8.438,13	\$ -	\$ 8.438,13
<b>Total</b>	<b>\$ 107.125,73</b>	<b>\$ 78.606,99</b>	<b>\$ 185.732,73</b>

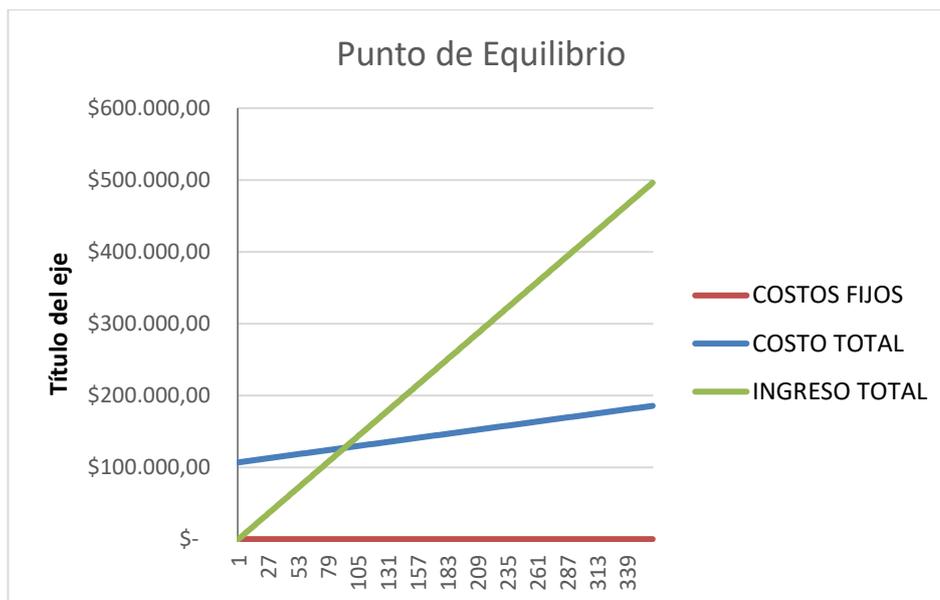
Precio de ventas unitario(pvu) =	Ventas/tiempo	Costo variable unitario =	Costo variable/tiempo
	\$ 1.378,5		\$ 218,35

<b>INGRESOS Y</b>	<b>\$ 496.276,50</b>
<b>CANTIDAD Q</b>	<b>360</b>
<b>PRECIO DE VENTA UNITARIO(PVU)</b>	<b>\$ 1.378,5</b>
<b>COSTO VARIABLE UNITARIO(CVU)</b>	<b>\$ 218,35</b>
<b>COSTOS FIJOS (CF)</b>	<b>\$ 107.125,73</b>
<b>COSTOS VARIABLES (CV)</b>	<b>\$ 78.606,99</b>

*Fuente:* Excel –Punto de Equilibrio  
Cálculo del punto de Equilibrio

$$\frac{CF}{Pvu - Cvu} \quad PE(Q)= \quad 92,33440455$$

$$\frac{Cf}{1 - \frac{Cvu}{Pvu}} \quad PE(MON)= \quad \$127.287,21$$



**Figura 21**  
**Fuente: Punto de Equilibrio**

**Análisis:**

El punto de equilibrio determina en días y en el ámbito monetario cuando la empresa no tiene ni ganancias ni tampoco pérdidas por lo que su beneficio es cero, por lo que en días su cálculo tiene un resultado de 92 y monetariamente se llega a \$ 127.787,21; los costos fijos del precio de venta o costo variable unitario son cuotas diarias que la empresa debe realizar para generar un equilibrio (\$218,35) y el costo total es la suma de costos fijos ( \$ 107.125,73) más el costo variable total ( \$ 218,35) tomando en cuenta la cantidad que varía de 1 -360 (1año).

### **Análisis Financiero.-**

La empresa DISFASA tiene un flujo neto de efectivo de \$69.679,12, siendo que al inicio de la misma no se obtiene una utilidad siendo este el primer año, con el pasar del tiempo e incrementan las ventas y se recupera la inversión; se utiliza el indicador TMAR en donde se tiene un resultado de 15.53% el cual demuestra que ese es rendimiento mínimo que deberá ganar la empresa para pagar el interés de la cooperativa.

El TIR y el VAN son indicadores financieros en donde representan la factibilidad del estudio por lo tanto los dos resultados son positivos 158.78% y \$ 7.356,41 respectivamente demostrando así que es conveniente realizar la inversión.

La relación costo beneficio es que por cada dólar invertido se obtiene una utilidad de \$1.76, en este proyecto de inversión el resultado es mayor que uno (1) representa que su beneficio es mejor que el costo de los productos a vender.

El punto de equilibrio determina en días y en el ámbito monetario cuando la empresa no tiene ni ganancias ni tampoco pérdidas por lo que su beneficio es cero, por lo que en días su cálculo tiene un resultado de 92 y monetariamente se llega a \$ 127.787,21; los costos fijos del precio de venta o costo variable unitario son cuotas diarias que la empresa debe realizar para generar un equilibrio (\$218,35) y el costo total es la suma de costos fijos ( \$ 107.125,73) más el costo variable total (\$ 218,35) tomando en cuenta la cantidad que varía de 1 -360 (1año).

---

## Capítulo VI

### 6.01 Impacto Ambiental

El impacto que tiene dicho proyecto es mínimo ya que por la venta de medicamentos la sociedad no tiene conocimiento del desecho de los mismos, siendo que para su comercialización se toma muy en cuenta la fecha de elaboración y vencimiento de cada uno de ellos los, esta información es de conocimiento público y el registro a manejar es el denominado registro sanitario; es por ello que se toma como norma en ciertos establecimientos su devolución antes de los tres meses de caducidad para su respectiva eliminación sin contaminar al entorno que nos rodea.

### 6.02 Impacto Social

Este impacto ayuda a la comunidad por dos aspectos importantes que son: Primero el servicio de calidad y eficiencia al momento de la entrega de los productos a los clientes quienes hacen el uso respectivo en beneficio de ayuda al paciente que lo requiere tomando en cuenta la seguridad de no presentar ningún inconveniente; y segundo se tiene el beneficio para las personas que deseen o buscan empleo en esta área desempeñando diferentes actividades sea este de administradores o de gerencias.

### **6.03 Impacto Económico**

El impacto económico varía según la necesidad de los clientes y de la oferta que posea el mismo, tomando en cuenta la situación del país en la que se encuentra actualmente y la disponibilidad del recurso económico que posea la persona para ejecutar este proyecto. Es por ello que después de un análisis previo se consta que es factible realizar una distribuidora farmacéutica en el sector de la Florida del DMQ.

---

## Capítulo VII

### 7.01 Conclusiones

El presente proyecto del estudio de factibilidad para la creación de una distribuidora farmacéutica en el sector de la florida DMQ 2017-2018 cumple con el objetivo general planteados desde el inicio siendo el determinar si la creación de una la misma es factible, teniendo como resultados positivos en los indicadores financieros.

El momento de establecer una población de 65 hospitales que se encuentran en la Zona 9, existe una demanda insatisfecha media alta, la cual a pesar de la competencia se espera que los hospitales brinden una aceptación a una nueva distribuidora llamada DISFASA, siendo una empresa que trabaja con calidad, calidez y eficacia.

Para llegar al punto de equilibrio se toma en cuenta los costos fijos y variables siendo de \$107.125,73 y \$78.606,99 respectivamente; por lo que se tiene como resultado que a los 92 días y con el monto de \$ 127.287,21 se llega al equilibrio en donde indica que la empresa no tiene ganancias ni tampoco perdidas por lo que su beneficio es cero, y es ahí donde incrementarán sus ventas para generar utilidad a la misma.

### 7.02 Recomendaciones

- 
- Se sugiere la búsqueda de nuevos clientes como son farmacias independientes, quienes brindan un aporte a la comunidad y son caracterizadas por su atención.
  - Se recomienda la actualización de información en cuanto a el sector público ya que varias entidades se maneja por Servicio de Contratación Pública (SERCOP).
  - Se sugiere tomar en cuenta la competencia que posee el sector farmacéutico que ya que con el pasar de los días nace una nueva entidad y nuevas estrategias comerciales para el incremento de ventas.
  - Se recomienda tratar al ser humano como es debido ya que ninguno es perfecto ni nace sabiendo todo.

### 7.03 Bibliografía.

- ARCSA. (2017). *REQUISITOS DE FUNCIONAMIENTO*. Obtenido de NORMATIVA TÉCNICA SANITARIA PARA EL CONTROL Y FUNCIONAMIENTO DE ESTABLECIMIENTOS FARMACÉUTICOS, EXCEPTUANDO LAS FARMACIAS Y BOTIQUINES PRIVADOS: <http://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/05/Establecimientos-Farmace%CC%81uticos.pdf>
- ARCSA. (2016). *Distribuidoras Farmacéuticas* . Obtenido de Establecimientos Controlados Segundo Bimestre 2016: [www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/plugins/download-monitor/download.php?id=2485&force=1](http://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/plugins/download-monitor/download.php?id=2485&force=1)
- Argohty, A. (2010). FLACSO- MIPRO. *Boletín mensual de análisis sectorial MIPYMES Sector Farmacéutico*.  
<https://www.flacso.edu.ec/portal/pnTemp/PageMaster/zv8jagv4rekk0dpx4rtssfz9o1icbm.pdf>.
- Avila, R. (2007). *Gestiopolis* . Obtenido de Descripción de cargo del gerente general: <https://www.gestiopolis.com/descripcion-de-cargo-del-gerente-general/>
- Barrios, V. (2011). *Gestiopolis*. Obtenido de Ambiente externo de las organizaciones empresariales: <https://www.gestiopolis.com/ambiente-externo-de-las-organizaciones-empresariales/>
- Díaz, C. (2017). *Que son los costos directos e indirectos*. Obtenido de Gestion.org: <https://www.gestion.org/economia-empresa/55154/costos-directos-e-indirectos/>
- Duran, S. (2016). *Costos y Gastos NIIF*. Obtenido de Prezi: <https://prezi.com/vqoap4nudczi/gastos-y-costos-niif/>
- Estrella, R., & Ramírez, M. A. (2008). *ESPOL*. Obtenido de PROYECTO PARA LA CREACIÓN DE UNA COMPAÑÍA DEDICADA A LA COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS FARMACÉUTICOS EN EL MERCADO ECUATORIANO: <https://www.dspace.espol.edu.ec/handle/123456789/6610>

- 
- farmacéuticos, R. d. (2012). *Título III-Capítulo I- De las distribuidoras Farmacéuticas*. Obtenido de <http://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/11/ESTABLECIMIENTOS-FARMACEUTICOS.pdf>
- Fierros, A. (2012). *Gastos de Administración y ventas*. Obtenido de Contabilidad y finanzas: <http://www.contabilidadyfinanzas.com/gastos-de-administracion-y-ventas.html>
- Gestiopolis. (2010). *Tasa activa y tasa pasiva ¿Qué son?* Obtenido de Gestiopolis: <https://www.gestiopolis.com/tasa-activa-y-tasa-pasiva-que-son/>
- Gestipolis. (2001). *Gestipolis*. Obtenido de Gerencia Financiera: <https://www.gestiopolis.com/que-es-gerencia-financiera-administracion-financiera/>
- Jaimes, O. (2012). *Scribd*. Obtenido de Funciones de Un Jefe de Bodega: <https://es.scribd.com/doc/97881137/Funciones-de-Un-Jefe-de-Bodega>
- Lema, S. (2015). *Tipo de competidores*. Obtenido de Gestion.org: <https://www.gestion.org/social-media/1121/tipos-de-competidores/>
- López, C. (2009). *Universidad ICESI*. Obtenido de Ingresos Ordinarios: <http://www.icesi.edu.co/blogs/niffxbrl/2009/03/14/ingresos-ordinarios/>
- López, J. (2007). *Gestiopolis*. Obtenido de Comportamiento del consumidor: <https://www.gestiopolis.com/comportamiento-del-consumidor/>
- López, J. (2014). *Gestiopolis*. Obtenido de Fuentes de financiamiento para las empresas: <https://www.gestiopolis.com/fuentes-de-financiamiento-para-las-empresas/>
- Ltda., S. S. (2017). *Seguridad Superior Ltda*. Obtenido de Manual de funciones y protocolos: <https://sites.google.com/a/trujillodelrio.com/manual-de-funciones-y-procedimientos-seguridad-superior/manuales-de-funciones/comercial-1/1---gerente-comercial>
- Montoya, J. (2013). *Actividades Económicas*. Obtenido de Bienes y Servicios: <http://www.actividadeseconomicas.org/2012/06/bienes-y-servicios.html>
- Nunes, P. (2015). *Knoow*. Obtenido de Concepto de Capacidad Instalada: <http://knoow.net/es/cieeconcom/gestion/capacidad-instalada/>
- Paspuel, W. (2016). *Líderes*. Obtenido de Las farmacéuticas crecen despacio: <http://www.revistalideres.ec/lideres/farmaceuticas-crecimiento-produccion-medicamentos.html>
-

- 
- Peiro, A. (2017). *Economipedia*. Obtenido de Demanda:  
<http://economipedia.com/definiciones/demanda.html>
- Públicas, C. (2017). *Proveedores*. Obtenido de Compras Públicas Servicio Nacional de Contatación Pública:  
<http://portal.compraspublicas.gob.ec/compraspublicas/proveedores>
- RAE. (2017). *Diccionario de la Lengua Española*. Obtenido de Muestra:  
<http://dle.rae.es/?id=Q0cz7HH>
- Ramírez, O. (2011). *PUCE*. Obtenido de PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA DISTRIBUIDORA FARMACÉUTICA, DISFARVE, COMO PARTE DE LA COMPAÑÍA "FARMACIAS VENUS" :  
<http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/4624/TESIS%20DANIELA%20RAMIREZ.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- Rienzo, J. D. (2015). *Estadística Descriptiva* . Obtenido de Estadísticas para las ciencias agropecuarias:  
<https://books.google.com.ec/books?id=huIRHgNpqkC&pg=PA2&dq=poblacion+definicion&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwikiPP2p6jXAhVFOSYKHUCgCtwQ6AEIJTAA#v=onepage&q=poblacion%20definicion&f=false>
- Rosario. (2017). *¿Qué entendemos por factores sociales?* Obtenido de 518 Tecnología de gestión y filosofía:  
<https://sites.google.com/site/e518tecnofilosofia/-que-entendemos-por-factores-sociales>
- Saenz, R. (2010). *Tesis Digitales UNMSMS*.  
[http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/Tesis/Ingenie/saenz\\_ar/cap5.pdf](http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/Tesis/Ingenie/saenz_ar/cap5.pdf)
- Salinas, K. (2014). *Clientes internos y externos en una organización*. Obtenido de Gestipolis: <https://www.gestipolis.com/clientes-internos-y-externos-en-una-organizacion/>
- Sarmiento, R. (2005). *Contabilidad de Costos*. Quito: Editorial Voluntad.
- Sevilla, A. (2012). *Definiciones Economía*. Obtenido de Economipedia:  
<http://economipedia.com/definiciones/producto-interior-bruto-pib.html>
- Sevilla, A. (2017). *Definiciones Economía*. Obtenido de Economipedia:  
<http://economipedia.com/definiciones/inflacion.html>
- Superbancos. (2017). *Información de cálculo de tasas activas*. Obtenido de Superintendencia de bancos:
-

---

[http://www.superbancos.gob.ec/practg/sbs\\_index?vp\\_art\\_id=153&vp\\_tipo=2](http://www.superbancos.gob.ec/practg/sbs_index?vp_art_id=153&vp_tipo=2)

SUPERCIAS. (2016). Ranking Empresarial-Provincia de Pichincha.

<http://appscvs.supercias.gob.ec/rankingCias/rankingCias.zul?id=17&tipo=2>.

Thompson, I. (2010). *promonegocios.net*. Obtenido de Definición de encuesta:

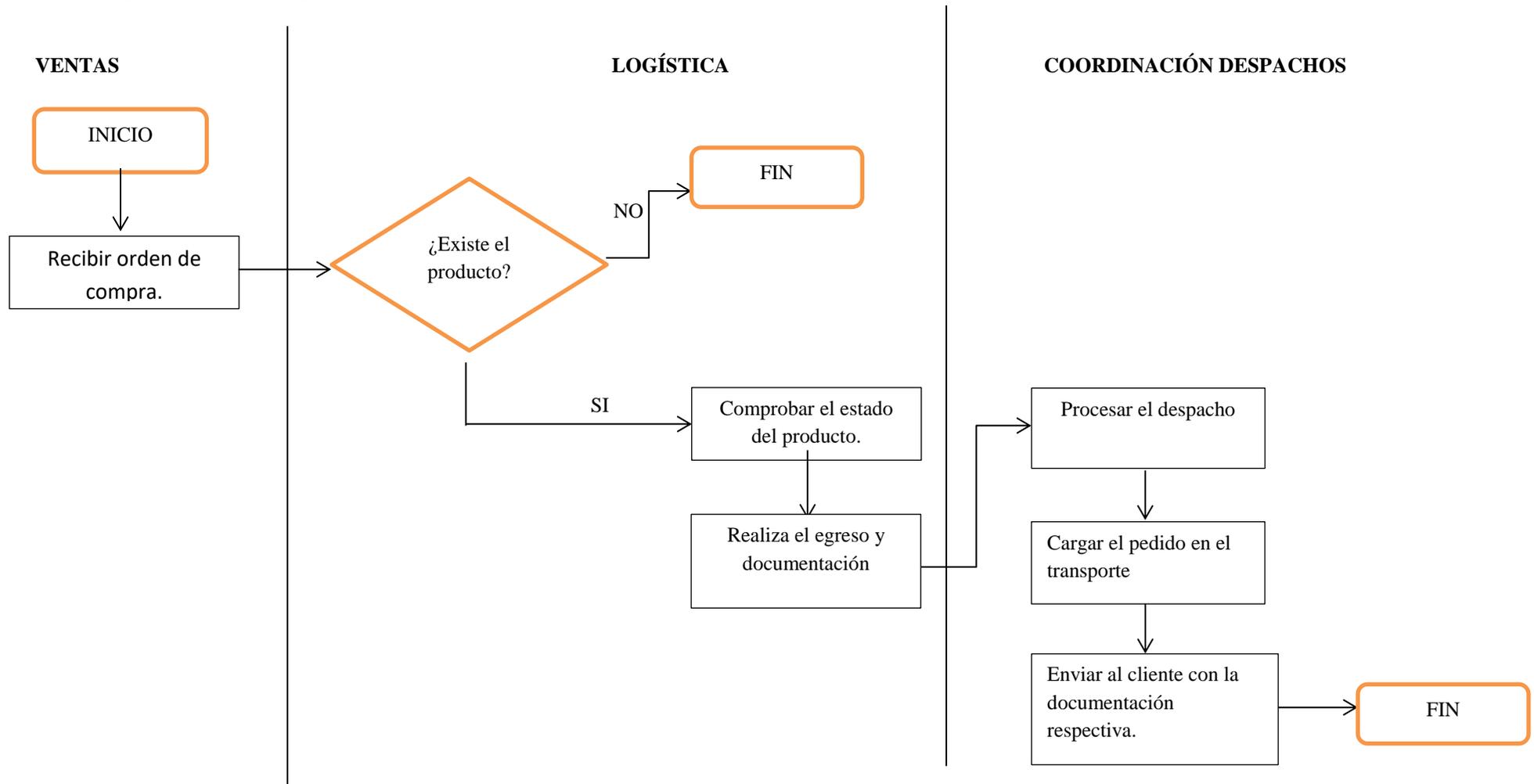
<https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/encuestas-definicion.html>

Valencia, W. (2011). *Sistema de información científica Redalyc*. Obtenido de La demanda insatisfecha en los proyectos de inversión pública:

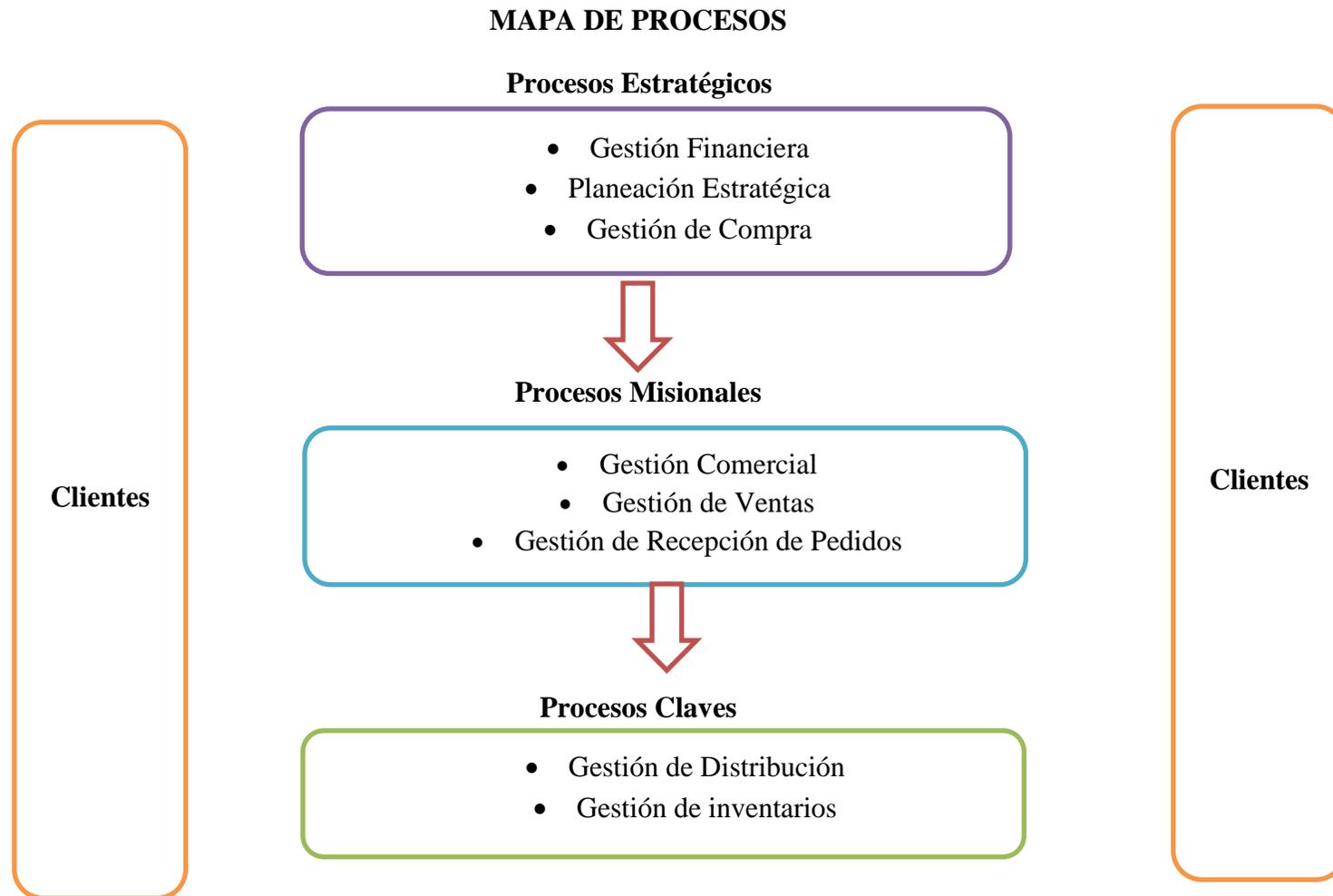
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81622585009>

## Anexos

### Anexo 1.- Diagrama interdisciplinario



Anexo 2- Mapa de procesos



### Anexo 3- Rol de pagos

N°	NOMBRE	CARGO	INGRESOS				TOTAL INGRESOS	DEDUCCIONES				TOTAL DEDUCCIONES	LIQUIDO A RECIBIR
			SUELDO	HORAS EXTRA S	HORA S SUPLE	COMISIONES		AP. PERS .	MULTA S	ANTICIPO S SUELDOS	IMP. RENT		
1	XXXX	As. de Vtas - Comercial	500,00	0,00	0,00	100	600,00	56,70	0,00	100,00	0	156,70	443,30
2	xxxx	Gerente General	850,00	0,00	0,00	0	850,00	80,33	0,00	0,00	0	80,33	769,68
3	XXXX	Jefe de Bodega	400,00	0,00	0,00	0	400,00	37,80	0,00	0,00	0	37,80	362,20
4	XXXX	Bio. Farmacéutico	700,00	0,00	0,00	0	700,00	66,15	0,00	0,00	0	66,15	633,85
5	XXXX	Gerente Financiera	800,00	0,00	0,00	0	800,00	75,60	0,00	0,00	0	75,60	724,40
6	XXXX	Transportista	400,00	0,00	0,00	0	400,00	37,80	0,00	0,00	0	37,80	362,20
IESS			PROVISIONES										
	APORTE PATRONAL	FONDO DE RESERVA	XIII SUELDO	XIV SUELDO	VACACIONES								
	66,90	49,98	50,00	32,166667	25,00								
	94,78	70,81	70,83	32,166667	35,42								
	44,60	33,32	33,33	32,166667	16,67								
	78,05	58,31	58,33	32,166667	29,17								
	89,20	66,64	66,67	32,166667	33,33								
	44,60	33,32	33,33	32,166667	16,67								

#### Anexo 4- Estado de Resultados

<b>Estado de Pérdidas y Ganancias</b>					
	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
Ventas	\$496.276,49	\$ 837.074,47	\$ 1.202.186,55	\$ 1.592.937,32	\$ 2.010.715,82
Costo de Ventas	\$347.393,54	\$ 585.952,13	\$ 841.530,58	\$ 1.115.056,12	\$ 1.407.501,07
Utilidad Bruta	\$148.882,95	\$ 251.122,34	\$ 360.655,96	\$ 477.881,19	\$ 603.214,75
Gastos de Ventas	\$45.500,00	\$ 63.046,00	\$ 70.045,73	\$ 78.427,92	\$ 86.846,81
Sueldos	\$43.800,00	\$ 61.125,00	\$ 67.875,00	\$ 75.975,00	\$ 84.075,00
Gasto de Promoción y Publicidad	\$1.700,00	\$ 1.921,00	\$ 2.170,73	\$ 2.452,92	\$ 2.771,81
Utilidad Neta en Ventas	\$103.382,95	\$ 188.076,34	\$ 290.610,23	\$ 399.453,27	\$ 516.367,94
Gastos administrativos	\$9.887,60	\$ 9.887,60	\$ 9.887,60	\$ 9.887,60	\$ 9.887,60
Depreciación Muebles y enseres	\$92,88	\$ 92,88	\$ 92,88	\$ 92,88	\$ 92,88
Dep. Equipo de Computo	\$431,66	\$ 431,66	\$ 431,66	\$ 431,66	\$ 431,66
Dep. Equipo de Oficina	\$23,00	\$ 23,00	\$ 23,00	\$ 23,00	\$ 23,00
Gasto de amortización	\$151,46	\$ 151,46	\$ 151,46	\$ 151,46	\$ 151,46
Permisos de Funcionamiento	\$454,40	\$ 454,40	\$ 454,40	\$ 454,40	\$ 454,40
Servicios Básicos e Internet	\$1.020,00	\$ 1.020,00	\$ 1.020,00	\$ 1.020,00	\$ 1.020,00
Arriendo	\$6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00
Suministros de Oficina	\$1.180,80	\$ 1.180,80	\$ 1.180,80	\$ 1.180,80	\$ 1.180,80
útiles de aseo	\$533,40	\$ 533,40	\$ 533,40	\$ 533,40	\$ 533,40

Uniformes Personal	\$1.200,00	\$1.200,00	\$1.200,00	\$1.200,00	\$1.200,00
Utilidad Operacional	\$93.495,35	\$ 178.188,74	\$ 280.722,63	\$ 389.565,67	\$ 506.480,34
Gastos financieros	\$8.438,13	\$ 5.510,53	\$ 2.075,87	\$ 0,00	\$ 0,00
Utilidad antes de participación	\$85.057,21	\$172.678,21	\$278.646,77	\$389.565,67	\$506.480,34
15% Participación a los Trabajadores	\$12.758,58	\$25.901,73	\$41.797,01	\$58.434,85	\$75.972,05
Utilidad antes de Impuestos	\$72.298,63	\$146.776,48	\$236.849,75	\$331.130,82	\$430.508,29
(22%) Impuesto a la renta	\$0,00	\$7.338,82	\$11.842,49	\$16.556,54	\$21.525,41
utilidad general	\$72.298,63	\$139.437,66	\$225.007,26	\$314.574,28	\$408.982,87
10% Reserva Legal	\$7.229,86	\$13.943,77	\$22.500,73	\$31.457,43	\$40.898,29
Utilidad Final	\$65.068,77	\$125.493,89	\$202.506,54	\$283.116,85	\$368.084,59



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA  
ADMINISTRACIÓN DE BOTICAS Y FARMACIAS

ORDEN DE EMPASTADO

Una vez verificados el cumplimiento de los formatos establecidos en el proceso de Titulación se **AUTORIZA** a realizar el empastado del trabajo de titulación del alumno(a) **SALVADOR PAEZ VANESSA XIMENA** portador de la cédula de identidad N°**1722822440** previa validación por parte de los departamentos facultados.

Quito, 16 de abril del 2018

  
INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR  
"CORDILLERA"  
23 ABR 2018

Sra. Mariela Balseca  
VISTO FINANCIERO

CAJA  
  
INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR  
"CORDILLERA"  
CONSEJO DE CARRERA  
*Estela A. Montes Vaca*  
Adm. de Boticas y Farmacias

Dra. Estela Montes  
DELEGADA DE LA UNIDAD DE TITULACIÓN

  
BIBLIOTECA  
INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR  
"CORDILLERA"

Ing. William Parra

BIBLIOTECA

  
INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR  
"CORDILLERA"  
23 ABR 2018  
9,84 *DBS*  
COORDINACIÓN PRÁCTICAS

Ing. Samira Villalba

PRÁCTICAS PREPROFESIONALES

  
INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR  
"CORDILLERA"  
DIRECCIÓN DE CARRERA  
*[Signature]*  
Adm. Boticas y Farmacias

Dr. Jorge López

DIRECTOR DE CARRERA

  
INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR  
"CORDILLERA"  
23 ABR 2018  
*[Signature]*  
Luis Tglo. Luis Hernández

SECRETARIA GENERAL

## Urkund Analysis Result

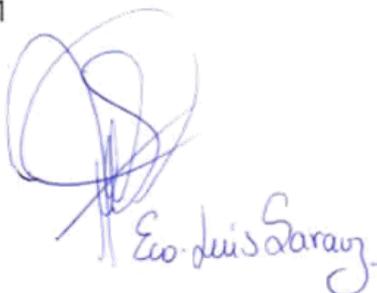
Analysed Document: TESIS TERMINADA 100%.pdf (D37059346)  
Submitted: 3/29/2018 5:30:00 AM  
Submitted By: vanexp1994@hotmail.com  
Significance: 4 %

### Sources included in the report:

urkund\_montalvo\_fernanda\_farmacias.pdf (D19554830)  
urkund\_chimbo\_jessica\_farmacias.pdf (D19557241)  
Quinatoa Myriam .Farmacias.pdf (D30273977)  
<https://www.gestiopolis.com/descripcion-de-cargo-del-gerente->  
<https://www.gestiopolis.com/tasa-activa-y-tasa-pasiva-que->  
<https://www.gestiopolis.com/que-es-gerencia-financiera-administracion->  
<http://www.icesi.edu.co/blogs/niffxbrl/2009/03/14/ingresos-ordinarios/>  
<https://www.gestiopolis.com/comportamiento-del-consumidor/>  
<https://www.gestiopolis.com/fuentes-de-financiamiento-para->  
<https://www.gestiopolis.com/clientes-internos-y-externos-en->

### Instances where selected sources appear:

11



Eco-deus Saray