INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR "CORDILLERA"

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE BOTICAS Y FARMACIAS

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA FARMACIA INDEPENDIENTE, EN EL BARRIO FRANCISCO YÁNEZ SECTOR COTOCOLLAO DMQ. 2015

Proyecto de investigación previo a la obtención del título de Tecnóloga en Administración de Boticas y Farmacias

Autora: Alomoto Catota Johanna Alexandra

Tutora: Eco. Jessica Erazo

Quito, Abril 2015

DECLARATORIA

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

_____

Alomoto Catota Johanna Alexandra

C.I 1722574777

CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Alomoto Catota Johanna Alexandra alumna de la Escuela de Salud, libre y voluntariamente cedo los derechos como autor de mi investigación a favor del Instituto Tecnológico Superior "Cordillera".

_____

Alomoto Catota Johanna Alexandra

C.I. 1722574777

AGRADECIMIENTOS

Agradecida en primer lugar con Jehová Dios, que es mi amigo mi padre y mi Dios.

Mi sincero agradecimiento a mis padres, familia y amigos quienes me han apoyado siempre, siendo mi soporte para seguir.

Manifiesto una expresión de gratitud y afecto a la Eco. Jessica Erazo como mi Tutora y al Eco. Lenin Paredes Lector del proyecto, en general a todos mis docentes, quienes me han ayudado y aportado con sus conocimientos profesionales, técnicos y sobre todo su calidad humana para la realización de este proyecto.

DEDICATORIA

A mis padres y familia, que son mi apoyo incondicional siempre.

A todos mis maestros por el tiempo y el conocimiento adquirido.

.

INDICE DE CONTENIDO

DECLARATORIA …… ii

CESIÓN DE DERECHOS ……iii

AGRADECIMIENTOS ……iv

DEDICATORIA ……..v

Resumen Ejecutivo ……..xxi

Abstract ……xxiii

CAPITULO 1.....1

1.01 Justificación.....1

1.02 Antecedentes 4

CAPITULO II 7

2.01 Ambiente externo.....7
2.01.01 Factor económico 7
2.01.01.01 Inflación.....7

2.01.01.02PIB……..…9

2.01.02.03 Tasa de interés……10

2.01.02.03.01 Tasa de interés activa…….,,……10

2.01.02.03.02 Tasa de interés pasiva……..……11

2.01.02 Factor social 12
2.01.01.01 Desempleo 12

2.01.02.02PEA……13

2.01.02.03 POBREZA 15

2.01.03 Factor Legal 16
2.01.03.01 Proceso para la asignación del uso de cupos para farmacias y botiquines 16

2.01.04 Factor Tecnológico 20

2.02 Entorno Local 21
2.02.01 Análisis de las Fuerzas de Porter 21
2.02.01.01 Amenaza de Nuevos Competidores 21
2.02.01.02 Poder de Negociación de los Clientes 22
2.02.01.03 Poder de Negociación de los Proveedores. **¡Error! Marcador no definido.**
2.02.01.04 Rivalidad entre Competidores ..... **¡Error! Marcador no definido.**
2.02.01.05 Amenaza de Productos Sustitutos 26

2.03 Análisis Interno 30
2.03.01 Propuesta Estratégica 30
Producto 31
Plaza 31
Precio 32
Proceso 32
Promoción 33
Physical (evidencia física) 36
Personal 37
Productividad (y calidad) 37
2.03.01.01 Misión 38
2.03.01.02 Visión 38
2.03.01.03 Valores 38
2.03.01.04 Políticas ..... **¡Error! Marcador no definido.**
2.03.02 Gestión Administrativa 40
2.03.03 Gestión Operativa 43
2.03.04 Gestión comercial 44

2.04 Análisis FODA 46

2.04.01 Matriz MEFI 47
2.04.02 Matriz MEFE 49

CAPITULO III 52

3.01 Análisis del consumidor 52

3.01.02 Determinación de la población y muestra 52

3.01.02.01 Población 52

3.01.02.02 Muestra 53

3.1.2 Obtención De La Información 54
3.1.2.1 Encuesta 54

3.1.3 Análisis De La Información 56
Pregunta N°1 56

Pregunta N°.2 ..... 57**¡Error! Marcador no definido.**
Pregunta N° 3 58
Pregunta N° 4 59
Pregunta N° 5 60
Pregunta N° 6 61
Pregunta N° 7 62
Pregunta N° 8 63
Pregunta N° 9 64
Pregunta N° 10 65

3.02 Oferta 66
3.02.01 Oferta Histórica 66
3.02.02 Oferta Actual 67
3.02.03 Oferta Proyectada 68

3.3 Demanda 68
3.03.01 Demanda Actual 69
3.03.02 Demanda Proyectada 69

3.4 Balance Oferta – Demanda 70

3.4.1 Balance Actual 70
3.04.02 Balance Proyectado 71

CAPITULO IV 72

4.01 Tamaño del proyecto 72

4.01.01 Capacidad instalada 72
4.01.02 Capacidad demandada 74

4.01.02.01 Rol de pagos 75

4.02 Localización 76
4.02.01 macro localización 76
4.02.02 micro localización 77
4.02.03 Localización optima 79

4.03 Ingeniería del producto 80
4.03.01 Definición de medicamentos 80
4.03.02 Distribución de la planta 82

4.03.03 Maquinaria y equipos 83
4.03.03.01 Maquinaria 83
4.03.03.02 Equipos 83

CAPITULO V 84

5.01 Ingreso 84
5.01.02 Ingresos operacionales 84
5.01.03 ingresos no operacionales 84

5.02 Costos 85
5.02.01 Costos directos 85
PROVEEDORES 86
5.02.02 Costos indirectos 87

5.02.03 Gastos administrativos 88
ROL DE PAGOS DEL BIOQUÍMICO FARMACÉUTICO 89

DEPRECIACIONES 90
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN 90
- Computadora y caja registradora computarizada 90
- Silla, impresora y escritorio 91
- Perchas, vitrinas y refrigerador 92

5.02.04 Gastos financieros 93

5.02.05 Gastos de ventas 96
- Rol de pagos Administrador y Auxiliar de la farmacia 97

5.03 Inversiones del proyecto 98
5.03.01 Activos fijos 98
5.03.02 Activos nominales 99
5.03.03 Capital de trabajo 99

5.03.04 Estado de situación inicial 100

5.03.05 Fuentes de financiamiento y uso de fondos 101
5.04 Pronostico financiero……103

5.04.01 Estado de Pérdidas y Ganancias……103

5.05.01 Flujo de Caja……105

5.05.02 Punto de Equilibrio……106

5.06.01 Punto de equilibrio en días……107

5.06.02 Punto de equilibrio monetario……107

5.07.01T(MAR)……109

5.07.02VAN……110

5.07.03TIR……111

5.07.04 Razón beneficio costo……112

5.07.05PRI……113

5.08 Coeficiente financiero……114

5.08.01 margen bruto……114

5.08.02 Margen neto……115

CAPITULO VI 116

6.01 Análisis de impactos……116

6.01.01 Impacto social……118

6.01.02 Impacto económico……119

6.01.03 Impacto Ambiental……120

CAPITULO VII..... 122

7.01 Conclusiones 122

7.02 Recomendaciones..... 123

BIBLIOGRAFIA……124

Anexos……126

Encuesta……126

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla # 1 ……...…8

Inflación

Tabla # 2 ……...…9

Producto interno bruto

Tabla # 3 ……...10

Tasa de interés activa

Tabla # 4 ……...11

Tasa de interés pasiva

Tabla # 5 ……...13

Desempleo

Tabla # 6 ……...14

Población económicamente activa (pea)

Tabla # 7 ……...15

Pobreza

Figura # 7 pobreza - banco central del ecuador ……16

Tabla # 8 ……...24

Poder de negociación de los proveedores

Tabla # 9 ……...26

Rivalidad entre competidores

Tabla # 10 ……...28

Amenaza de productos sustitutos

Tabla # 11 ……...35

Promociones

Tabla # 12 ……...50

Matriz mefi

Tabla # 13 ……...52

Matriz mefe

Tabla # 14 ……...53

Factores internos

Tabla #15 ……...55

Población

Tabla # 16 ……...59

¿En qué farmacia consume habitualmente?

Tabla # 17 ……...60

¿Porque razón compra en esa farmacia?

Tabla # 18 ……...61

Su frecuencia de compra en una farmacia es:

Tabla # 19 ……...62

¿Aproximadamente cuanto invierte mensualmente en la compra productos en la farmacia?

Tabla # 20 ……...63

¿en las farmacias donde usted consume habitualmente, se siente a gusto con el trato que le brindan?

Tabla # 21 ……...64

¿qué cree que es lo más importante al momento de realizar sus compras?

Tabla # 22 ……...66

¿cree usted que es necesario que en el barrio Francisco Yánez exista una nueva farmacia?

Tabla # 23 ……...67

¿de crearse una nueva farmacia en el sector usted estaría dispuesto a consumir en la misma?

Tabla # 24 ……...68

¿qué características le gustaría que disponga la farmacia?

Tabla # 25 ……...69

¿cuáles son sus medicamentos de preferencia?

Tabla # 26 ……...70

Oferta histórica

Tabla # 27 ……...71

Oferta actual

Tabla #28 ……...72

Oferta proyectada

Tabla # 29 ……...73

Demanda actual

Tabla # 30 ……...74

Demanda proyectada

Tabla # 31 ……...74

Balance actual

Tabla # 32 ……...75

Balance proyectado

Tabla # 33 ……...79

Capacidad demandada

Tabla # 34 ……...80

Rol de pagos

Tabla # 35 ……...84

Localización optima

Figura # 22 localización optima ……84

Tabla # 36 ……...88

Equipos

Tabla # 37 ……...89

Ingresos operacionales

Tabla # 38 ……...91

Mercadería

Tabla # 39 ……...92

Proveedores

Tabla # 40 ……...92

Costos indirectos

Tabla # 41 ……...93

Gastos administrativos

Tabla # 42 ……...94

Rol de pagos del bioquímico farmacéutico

Tabla # 43 ……...95

Depreciaciones de equipo de computación

Tabla # 44 ……...96

Depreciaciones de equipo de oficina

Tabla # 45 ……...98

Depreciaciones de muebles y enseres

Tabla # 46 ……...99

Gastos financieros

Tabla # 47 ……...100

Tabla de amortización

Tabla # 48 ……...103

Gastos de ventas

Tabla # 49 ……...104

Rol de pagos administrador y auxiliar de la farmacia

Tabla # 50 ……...105

Activo fijo

Tabla # 51 ……...106

Activo nominal

Tabla # 52 ……...107

Capital de trabajo

Tabla # 53 ……...107

Estado de situación inicial

Tabla # 54 ……...108

Fuentes de financiamiento y uso de fondos

Tabla # 55 ……...109

Descripción del monto del préstamo

Tabla # 56 ……...111

Estado de pérdidas y ganancias

Tabla # 57 ……...112

Tabla de impuesto a la renta 2015 SRI

Tabla # 58 ……...113

Flujo de caja

Tabla # 59 ……...114

Punto de equilibrio

Tabla # 60 ……...117

T (mar)

Tabla # 61 ……...118

Van

Tabla # 62 ……...119

Tir

Tabla # 63 ……...120

Razón beneficio costo

Tabla # 64 ……...121

Periodo de recuperación de la inversión

Tabla # 65 ……...121

Pri

Tabla # 66 ……...122

Margen bruto

Tabla # 67 ……...123

Margen neto

Tabla # 68 ……...125

Ponderación de análisis de impactos

Tabla # 69 ……...127

Impacto social

Tabla # 70 ……...128

Impacto económico

Tabla # 71 ……...129

Impacto ambiental

Tabla # 72 ……...130

Nivel general de impacto

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura # 1 inflación del año 2010 a 2014 - banco central del ecuador……. 8

Figura # 2 producto interno bruto cifras desde el 2011 al 2014- banco central del ecuador ……..10

Figura # 3 tasa de interés activa cifras del año 2011 al 2014- banco central del ecuador ……11

Figura # 4 tasa de interés pasiva, del 2011 al 2014- banco central del ecuador…..12

Figura # 5 desempleo- instituto nacional de estadística y censos (INEC)…….....13

Figura # 6 población económicamente activa (pea). Bce. ……15

Figura # 7 pobreza - banco central del ecuador ……..16

Figura # 8 gestión administrativa ……..……42

Figura # 9 gestión operativa ……..……45

Figura # 10 flyer publicitario ……..……47

Figura # 11 ¿en qué farmacia consume habitualmente? -encuesta ……..59

Figura # 12 ¿porque razón compra en esa farmacia?-encuesta ……..61

Figura # 13 su frecuencia de compra en una farmacia es:-encuesta ……..62

Figura # 14 ¿aproximadamente cuanto invierte mensualmente en la compra productos en la farmacia?-encuesta ……63

Figura # 15 ¿en las farmacias donde usted consume habitualmente, se siente a gusto con el trato que le brindan?-encuesta……...…..64

Figura # 16 ¿qué cree que es lo más importante al momento de realizar sus compras?-encuesta ……65

Figura # 17 ¿cree usted que es necesario que en el barrio Francisco Yánez exista una nueva farmacia?-encuesta ……66

Figura # 18 ¿de crearse una nueva farmacia en el sector usted estaría dispuesto a consumir en la misma?-encuesta ……...……..67

Figura # 19 ¿qué características le gustaría que disponga la farmacia?-encuesta.…68

Figura # 20 ¿cuáles son sus medicamentos de preferencia?-encuesta. ……..…69

Figura #21 oferta actual. Ticket promedio. ……...…..72

Figura # 22 localización optima ……..……84

Figura # 23 fuentes de financiamiento y uso de fondos ……...…….109

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto se basa en una investigación para determinar mediante un estudio la Factibilidad para la Creación de una Farmacia Independiente, en el Barrio Francisco Yánez Sector Cotocollao DMQ. 2015

Como resultado del estudio de mercado y de las encuestas aplicadas a personas, así como también la observación directa relacionadas con el tema del presente proyecto, se ha determinado que una de las problemáticas que aqueja al Barrio Francisco Yánez, es la de no contar con farmacias lo cual limita a los habitantes la adquisición de medicamentos, lo que los obliga a trasladarse grandes distancias para adquirir el mencionado producto.

Una vez determinado el problema se realiza una evaluación de proveedores, clientes, competencia y productos sustitutos con lo que se llega a sustentar que la creación de una farmacia en el Barrio Francisco Yánez es una oportunidad óptima, adicional a ello el proyecto se encuentra orientado a brindar bases de emprendimiento y a promover la actividad farmacéutica a través de un proceso de comercialización eficaz y eficiente, ofreciendo productos de calidad y variedad tanto en precios como en marcas de industrias farmacéuticas.

En el presente proyecto se realiza un pronóstico y evaluación financiera en donde se logra determinar que el proyecto es viable y factible de realizar, obteniendo rentabilidad y beneficios plus tanto personalmente como para los habitantes del sector, capaz de generar recursos económicos y posicionamiento en el mercado, aportando positivamente a la economía del País, con la comercialización de productos farmacéuticos.

Identificando los impactos y riesgos relevantes permite iniciar acciones para mejorar el manejo administrativo y operativo, contribuyendo así al crecimiento económico, social, cultural y laboral de la población.

Este proyecto fue realizado con mucha responsabilidad y con atención en cada uno de los pasos que se deben realizar, es por ello que he encontrado muchas ventajas y desventajas al realizar este tema de proyecto relacionado con la creación de una Farmacia El proyecto al mismo tiempo brindo muchas enseñanzas ya que el investigar y analizar la información consultada no fue nada fácil. Además dio la oportunidad de conocer instituciones necesarias para la creación e implementación de una farmacia y los pasos correspondientes, que refuerzan el conocimiento ya adquirido mediante este proyecto.

ÁBSTRACT

The present project is based on an investigation to determine by means of a study the Feasibility for the Creation of an Independent Drugstore, on the Neighborhood Francisco Yánez Sector Cotocollao DMQ. 2015 As result of the market research and of the surveys applied to persons, as well as also the direct observation related to the topic of the present project, has decided that one of the problematic ones that Francisco Yánez afflicts to the Neighborhood, is her of does not possess drugstores which limits to the inhabitants the acquisition of medicines, which forces them to move big distances to acquire the mentioned product.

Once determined the problem realizes an evaluation of suppliers, clients, competition and products substitutes with what it manages to sustain that the creation of a drugstore in the Neighborhood Francisco Yánez is an ideal, additional opportunity to it the project it is orientated to offer bases of entrepreneurship and to promoting the pharmaceutical activity across a process of effective and efficient commercialization, offering products of quality and variety both in prices and in brands of pharmaceutical industries.

In the present project a forecast and financial evaluation is realized where it achieves to determine that the project is viable and feasible of realizing, obtaining profitability and benefits bonus so much personally like for the inhabitants of the sector, capable

of generating economic resources and positioning in the market, reaching positively to the economy of the Country, with the commercialization of pharmaceutical products. Identifying the impacts and relevant risks it allows to initiate actions to improve the administrative and operative managing, contributing this way to the economic, social, cultural and labor growth of the population.

This project was realized by many responsibility and by attention in each of the steps that must be realized, it is for it that I have found many advantages and disadvantages when realized this topic of project related to the creation of a Drugstore The project at the same time I offer many educations since to investigate and to analyze the consulted information was not easy at all. In addition it gave the opportunity to know institutions necessary for the creation and implementation of a drugstore and the corresponding steps, which reinforce the knowledge already acquired by means of this project.

CAPITULO 1

1.01 Justificación

Una importante proporción de la población mundial no accede a los medicamentos esenciales, lo que tiene un impacto en la salud del hombre. En la selección de los medicamentos predominan los criterios comerciales sobre los de salud y los sociales pues las transnacionales farmacéuticas trazan estrategias de mercados para proteger sus productos, mediante patentes y medicamentos de marcas que los hacen más caros y menos accesibles a las poblaciones más desposeídas, lo que ha conducido a fuertes discrepancias entre los estados y las compañías farmacéuticas.

Se pretende mostrar el papel del Estado y el MSP para garantizar los medicamentos óptimos y necesarios para la comunidad. Para lo cual se deben aplicar políticas de medicamentos, que satisfagan las necesidades de salud, proporcionen mejoría en la calidad de vida y así disminuir la tasa de mortalidad.

El estudio de factibilidad para la creación de una farmacia, nace a fin de cubrir las necesidades del paciente (cliente), teniendo en cuenta que la intención principal es la de brindar un Servicio de calidad a quienes los requieran.

Dedicada a la venta y expendio de medicamentos y productos varios en forma directa a los clientes en un lugar adecuado, y surge de la propia experiencia, necesidades, y exigencias que han experimentado los socios, en un mercado cada vez más globalizado.

Si bien en nuestro medio existe una gran cantidad de empresas dedicadas al rubro farmacéutico, la diferencia se centrará en que se establecerá una farmacia independiente en un barrio alejado de Quito y la serie de servicios adicionales que se brindara a los clientes en la venta y dispensación de medicamentos. Por sobre todas las cosas se busca la satisfacción de los clientes; e incluso facilitará también el surtido a hospitales, clínicas, sanatorios, y centros de salud públicos y privados.

De esta manera la Farmacia tendrá como principal característica la accesibilidad y cercanía a los pacientes. Los principales problemas urbanos a enfrentar, es la falta de tiempo que muchas personas tienen por sus múltiples actividades laborales o gestiones diversas. El enfrentamiento de esos problemas exige un nuevo paradigma de servicios para satisfacer una de las necesidades más básicas de todo ser humano; "La Salud". (Martha Ofelia Ramírez Ramírez (2006))

El barrio Francisco Yánez, ubicado al noroccidente de la ciudad de Quito, es uno de los sectores de mayor tránsito de personas. En la presente investigación se realizará un diagnóstico situacional del barrio Francisco Yánez, se donde se tendrá un conocimiento real de las condiciones en las que se encuentran los habitantes del sector y todas las personas del barrio, ya que ellos serán los principales beneficiarios de este proyecto.

Por razones como las mencionadas anteriormente, se considera pertinente que exista una Farmacia que provea del servicio adecuado a todas las personas que circulan por el barrio, pero también a los habitantes del sector que no tienen acceso desde hace muchos años atrás de un establecimiento de este tipo, considerando los recursos tanto humanos, tecnológicos y financieros, para la aceptación de la implementación de una farmacia. Lo cual podrá satisfacer las necesidades de los moradores, familias, docentes y estudiantes de centros educativos aledaños.

1.02 Antecedentes

De acuerdo a (Farinango Gabriela), estudiante de la Universidad Técnica del Norte (2014) en el "Estudio de factibilidad para la creación de una farmacia en el barrio El Olivo, de la ciudad de Ibarra"

El estudio de la creación de una farmacia que será implementada en el barrio El Olivo, parroquia El Sagrario. Para la creación de la misma se cumplió varios requisitos entre los cuales están: registros de salud, patentes y demás trámites que exige la Ley. Mediante un diagnóstico situacional realizado, se levantó una línea base, demostrando que en el sector antes mencionado no ha existido una farmacia adecuadamente aprovisionada de medicamentos, que solvente las necesidades de los habitantes del barrio.

Se ha visto una gran oportunidad de poder servir a la comunidad de este sector y emprender un negocio propio el cual será fuente de empleo para más personas y que al mismo tiempo genere ingresos.

Mediante el estudio de mercado y económico se demostró la factibilidad de la implementación de la farmacia en el sector El Olivo, y para poder ratificar la necesidad de una farmacia en el sector se aplico los instrumentos de investigación (encuestas, entrevistas, etc.). Con los resultados obtenidos se demostró que es factible la creación de una farmacia ya que generara recursos económicos, y beneficiara a las personas del sector en lo más importante de la vida "SU SALUD"

Según Palacios José Luis, estudiante de la Universidad Católica del Ecuador (2012)en el "Estudio de factibilidad para la creación de una farmacia de autoservicio en el cantón Pimampiro"

Realizo un estudio de factibilidad de la creación de una farmacia de autoservicio en el cantón Pimampiro, el trabajo se realizo en base a una investigación y como resultado el estudio de mercado y de las encuestas aplicadas a las personas y también en base a la observación directa relacionada con el tema , lo cual da como resultado la limitación de los habitantes a la adquisición de medicamentos y con el fin de dar solución a la problemática ha sido necesario relacionar componentes de diagnostico y técnicas de investigación realizando encuestas, observaciones directas y entrevistas para determinar objetivamente de algunos aspectos importantes del proyecto.

Finalmente el presente trabajo determina que el estudio de factibilidad realizada en este proyecto, es una actividad rentable capaz de generar recursos económicos y posicionamiento en el mercado local y nacional aportando positivamente a la economía del país.

De acuerdo a Pulgarin Paulina, estudiante del Instituto Superior Cordillera (2014), en el "Proyecto de factibilidad para la creación de una farmacia en el Barrio La Roldos Norte de Quito D.M.Q."

La tesis se realizo pensando en satisfacer las necesidades y beneficios de los habitantes del sector de la Roldos, a través del expendio y comercialización de productos farmacéuticos, excelentes instalaciones y sobre todo una atención de calidad al futuro consumidor. Para lo cual utilizo un análisis de consumidores mediante encuestas y así determinar aspectos importantes en su proyecto

Mediante el proyecto pudo determinar que la comercialización de productos farmacéuticos, es una actividad rentable capaz de generar recursos económicos, aportando al desarrollo del sector de estudio y la economía del país.

CAPITULO II

2.01 Ambiente externo (Macro Entorno)

2.01.01 Factor económico

Estudio racional del ser humano en la utilización de los medios productivos que determinan distintas actividades para la satisfacción de necesidades.

2.01.01.01 Inflación

La inflación es una medida económica que indica el crecimiento o variaciones generales de los precios de bienes, servicios y factores productivos que son demandados por el consumidor dentro de una economía en un periodo determinado. Cuanto mayor sea la inflación, mayores serán los costes que sufra la economía. Banco Central de Ecuador. (2014).

Tabla # 1

Inflación

AÑOS	INFLACIÓN
2010	3.33%
2011	5.41%
2012	4.16%
2013	2.70%
2014	3.98%

Nota: en la tabla de la inflacion se tomolos datos desde el año 2010

con un 3.33% y el año 2014 con un3.98%. Banco Central del Ecuador.

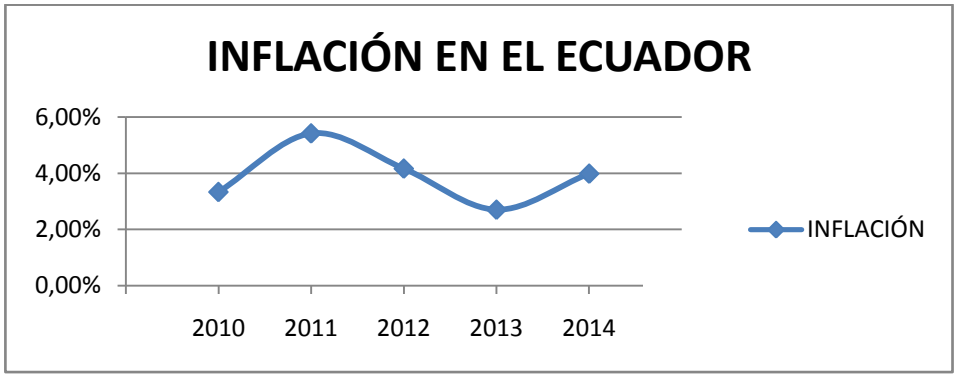


Figura # 1 Inflación del año 2010 a 2014 - Banco central del Ecuador

Análisis

La inflación para el año 2014 se observa con un porcentaje del 3.98%, lo que indica que hay una estabilidad en los precios al consumidor. Considerando que los indicadores económicos han sido favorables los últimos años y los años venideros, representan una oportunidad favorable para la creación de la Farmacia.

2.01.01.02 Producto Interno Bruto

El PIB es un indicador que permite determinar en qué fase de desempeño se encuentra la economía e inferir su comportamiento en el corto plazo, este se da por las actividades económicas de varios sectores entre los cuales se encuentra la Enseñanza, Servicios Sociales y Salud.

Tabla # 2

Producto Interno Bruto

AÑO	PIB
2011	7.80%
2012	5.10%
2013	3.98%
2014	5%

Nota: la tabla del PIB se tomo del año 2011 con un 7.80%, al 2014 con un 5%. Banco Central del Ecuador.

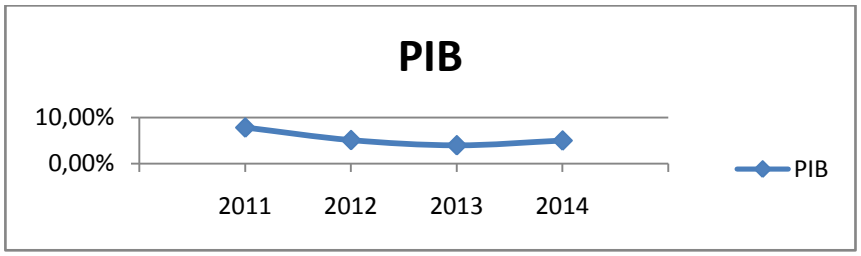


Figura # 2 Producto Interno Bruto cifras desde el 2011 al 2014- Banco Central del Ecuador

Análisis.- El PIB farmacéutico con el pasar del tiempo ha ido creciendo gradualmente por lo que es y significa una gran oportunidad para el sector farmacéutico. Con los datos obtenidos se puntualiza factibilidad para el estudio pertinente de la creación de una farmacia.

2.01.02.03 Tasas de Interés

La tasa de interés es el porcentaje al que está invertido un capital en una unidad de tiempo, determinando lo que se refiere como "el precio del dinero en el mercado financiero".

2.01.02.03.01 Tasa de Interés Activa

Precio que cobra una persona o institución crediticia por el dinero que se le presta de una entidad financiera.

Tabla # 3

Tasa de Interés Activa

AÑOS	% TASA ACTIVA
2011	8.37%
2012	8.17%
2013	8.17%
2014	8.19%

Nota: en la tabla de la tasa de interés activa se tomo del año 2011 con un 8.37%, al 2014 con un 8.19%. Banco Central del Ecuador.

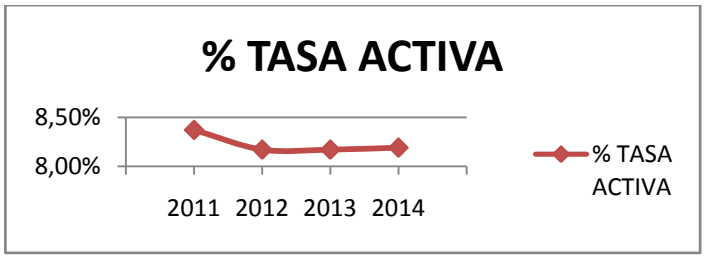


Figura # 3 Tasa de Interés Activa cifras del año 2011 al 2014- Banco Central del Ecuador

Análisis.-En los últimos años la tasa de interés activa ha ido disminuyendo notablemente, lo que se da a comprender que puede no resultar tan difícil realizar un crédito bancario, lo que será una oportunidad para la creación de una farmacia.

2.01.02.03.02 Tasa de Interés Pasiva

Precio que una institución crediticia tiene que pagar por el dinero que recibe en calidad de préstamo o depósito.

Tabla # 4

Tasa de Interés Pasiva

Años	% Tasa Pasiva
2011	4.58%
2012	4.53%
2013	4.53%
2014	5.18%

Nota: porcentajes correspondientes a la tasa de interés pasiva en el 2011 con un 4.58%, y el 2014 con un 5.18%. BCE.

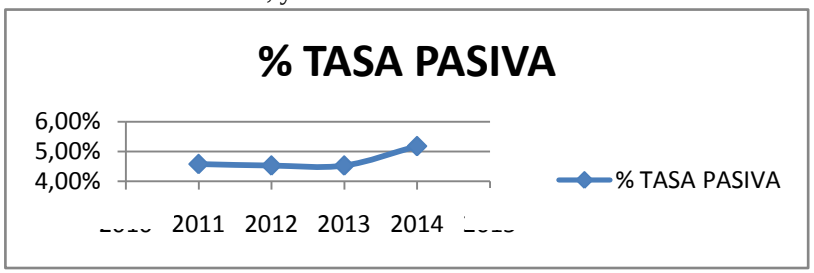


Figura # 4 Tasa de Interés Pasiva, del 2011 al 2014- Banco Central del Ecuador

Análisis

Considerando que la tasa de interés pasiva ha aumentado para el año 2014 con un 5.18% representa una oportunidad, a razón de que el dinero de la utilidad generada por la farmacia que se invierta en una entidad financiera será con beneficios plus.

2.01.02 Factor social

2.01.01.01 Desempleo

Se alude al desempleo como la falta de actividad laboral por imposibilidades ajenas al mismo o por la voluntad de la persona

Tabla # 5

Desempleo

AÑO	% DESEMPLEO
2011	5.99%
2012	5.20%
2013	4.12%
2014	5.71%

Nota: cifras referentes al desempleo del año 2011 con un 5.99%, y el 2014 con un 5.71%. INEC.

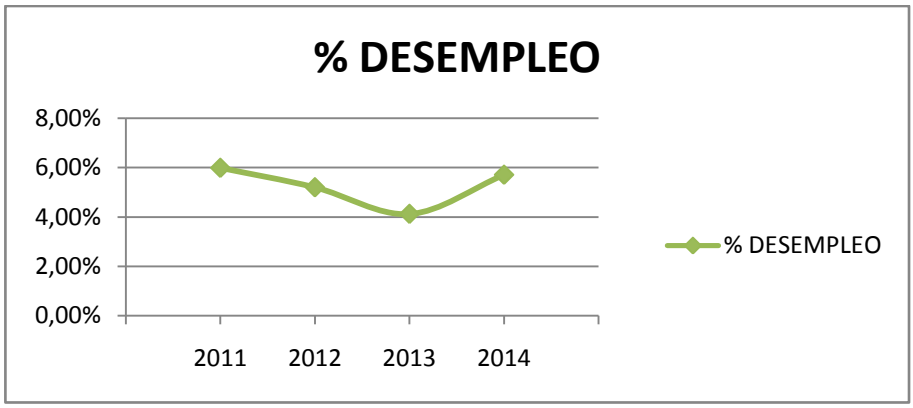


Figura # 5 Desempleo- Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC)

Análisis

Según los datos estadísticos en el Ecuador para el año 2014 ha ido creciendo el nivel de pobreza, lo que permite visualizar que la oportunidad de brindar plazas de trabajo.

2.01.02.02 Población Económicamente Activa (PEA)

La PEA está conformada por las personas de 10 años y más que trabajaron al menos una hora en la semana de referencia, o que no laboraron, pero tuvieron empleo (ocupados), o bien, aquellas personas que no tenían empleo, pero estaban disponibles para trabajar y buscaban empleo (desocupados).

Tabla # 6

Población Económicamente Activa (PEA)

AÑO	% PEA
2010	45.60%
2011	49.90%
2012	52.7%
2013	50.37%
2014	52%

Nota: porcentajes correspondientes al PEA del año 2010 al 2014. BCE.

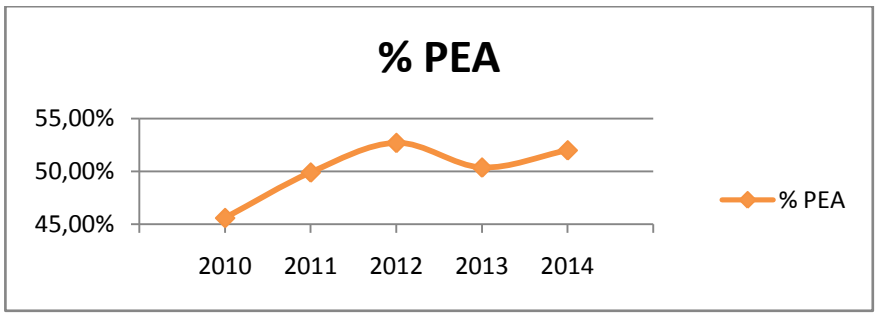


Figura # 6 Población Económicamente Activa (PEA). BCE.

ANÁLISIS

El PEA para el 2014 ha tenido un aumento del 52%, lo que representa que más del 50% de la población cuenta con un empleo. Debido al incremento de la población, a ritmo semejante ha incrementado la PEA, lo que determina que la participación económica tiene un incremento paulatino. Por lo tanto más personas del Barrio Francisco Yánez, tendrán la capacidad económica para adquirir medicamentos, lo que representa una oportunidad para el proyecto.

2.01.02.03 POBREZA

Son las personas que no tienen los recursos necesarios para vivir dignamente.

Tabla # 7

Pobreza

AÑOS	% POBREZA
2011	32.40%
2012	27.31%
2013	25.55%
2014	24.50%

Nota: porcentajes correspondientes a la pobreza desde el año 2011 al 2014. BCE.

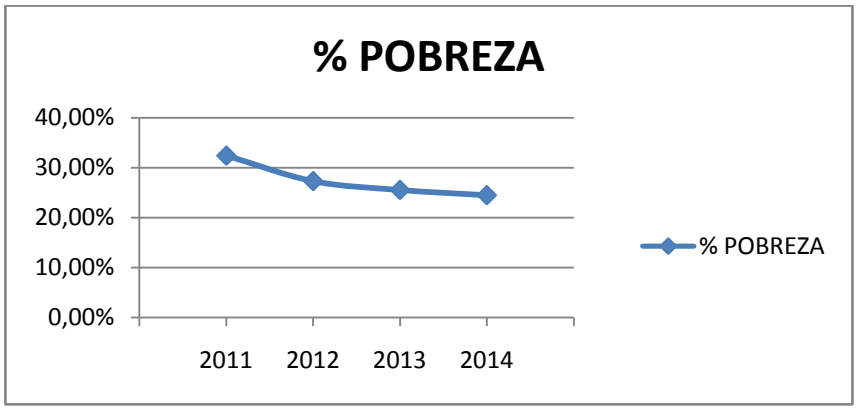


Figura # 7 Pobreza - Banco Central del Ecuador

ANÁLISIS

En los últimos cuatro años la pobreza ha disminuido notablemente, generando un aumento de consumo en las personas convirtiéndose en oportunidad para la farmacia ya que aumentaran sus ventas y a la vez generara plazas de trabajo.

2.01.03 Factor Legal

2.01.03.01 Proceso para la asignación del uso de cupos para farmacias y botiquines

Requisitos generales para la ubicación de una farmacia MSP

FARMACIAS

- Solicitud para permiso de funcionamiento
- Copia del RUC del establecimiento
- Plano del local a escala 1.50
- Croquis con referencias de ubicación del establecimiento
- Copias de la Cédula de ciudadanía o pasaporte del propietario o representante legal
- Copia de la Papeleta de votación del propietario o representante legal
- Copia de la escritura de Constitución en caso de tener personería jurídica
- Copia certificada o notariada del nombramiento del representante legal
- Copia certificada o notariada del Título del profesional responsable técnico registrado en el Ministerio de Salud Pública (Bioquímico farmacéutico- Químico farmacéutico)
- Copia del registro del título en el SENESCYT
- Licencias de Estupefacientes y Psicotrópicos emitida por el Instituto Nacional de Higiene Leopoldo Izquieta Pérez (INSPI) - Copia de los certificados de salud ocupacional emitidos por los centros de salud del Ministerio de Salud
- Carnet del curso de capacitación en el manejo medicamentos

- Contrato de trabajo actualizado con el Químico Farmacéutico o Bioquímico Farmacéutico, en el que conste por lo menos 20 horas de servicios profesionales

- Copia del Permiso del Cuerpo Bomberos (Zona Rural); y Licencia Única de Actividades Económicas LUAE (Distrito Metropolitano de Quito)

NOTA: PARA FARMACIAS NUEVAS, DEBERÁ CUMPLIR CON EL PROCEDIMIENTO PREVIO SE ASIGNACIÓN DE CUPO DE ACUERDO AL ESTUDIO DE SECTORIZACIÓN.

CAPITULO III DE LA CREACION DE CUPOS PARA FARMACIAS Y BOTIQUINES

SECCION I DE LAS FARMACIAS

Art. 5.- El estándar poblacional para la creación del cupo de una farmacia es de dos mil quinientos (2.500) habitantes, para lo cual se trabajará con los circuitos como unidad mínima territorial, tomándose como base los datos arrojados por el último Censo Nacional de Población y sus proyecciones anuales ajustadas por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos - INEC.

En el caso de que existan poblaciones entre mil quinientos (1.500) a dos mil quinientos (2.500) habitantes se creará el cupo de un botiquín o una farmacia, sea zona rural o urbana, respectivamente.

En los circuitos en los que se hayan creado el o los cupos de acuerdo al estándar de dos mil quinientos (2.500) habitantes y exista un excedente de población se podrá

crear un cupo adicional de una farmacia en caso que la población excedente sea mayor o igual al sesenta y siete por ciento (67%) del estándar poblacional.

La Comisión de Planificación analizará la creación de cupos adicionales en las zonas geográficas de difícil acceso.

CAPITULO V DE LA ASIGNACION DEL USO DE CUPOS PARA FARMACIAS Y BOTIQUINES

Art. 10- Las personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras ingresarán los datos establecidos en el Sistema Nacional de Planificación de Farmacias y Botiquines (SIPLAFAR) a fin de solicitar la asignación del uso de cupo para la instalación de una farmacia o un botiquín a nivel nacional conforme la disponibilidad territorial.

Art. 11.- A partir del ingreso de la solicitud al Sistema SIPLAFAR, la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA).

La asignación para el uso del cupo se realizará mediante la emisión de un código secuencial alfa numérico que en sus primeros dígitos mantendrá la codificación del circuito establecida por SENPLADES a través del Sistema de Planificación Nacional de Farmacias y Botiquines (SIPLAFAR).

Art. 12.- En sesenta (60) días la persona natural o jurídico, nacional o extranjera a quien se le otorgó el uso del cupo ingresará la solicitud y los requisitos para obtener el permiso de funcionamiento.

Art. 13.- La Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA), o quien ejerza sus competencias, previo a la emisión del permiso de

funcionamiento, verificará en el Sistema Nacional de Planificación de Farmacias y Botiquines (SIPLAFAR) los datos correspondientes al código presentado por el usuario.

Art. 14.- El uso de cupo para la instalación y funcionamiento de farmacias o botiquines, respectivamente, no tiene valor comercial puesto que pertenece al circuito asignado.

REGLAMENTO PARA PLANIFICACION NACIONAL DE FARMACIAS Y BOTIQUINES- www.lexis.com.ec

Art. 15.- Para efectos de este Reglamento, se consideran las siguientes definiciones:

Farmacias.- Son establecimientos farmacéuticos autorizados para la dispensación y expendio de medicamentos de uso y consumo humano, especialidades farmacéuticas, productos naturales procesados de uso medicinal, productos biológicos, insumos y dispositivos médicos, cosméticos, productos dentales, así como para la preparación y venta de fórmulas oficinales y magistrales. Deben cumplir con buenas prácticas de farmacia. Requieren para su funcionamiento la dirección técnica y responsabilidad de un profesional químico farmacéutico o bioquímico farmacéutico.

Reglamento para la Planificación Nacional de Farmacias y Botiquines (2014)

2.01.04 Factor Tecnológico

Ecuador se ubicó en el puesto 86 entre 144 países (con un índice de 3.94%) en cuanto a las economías más competitivas del mundo, según el Informe de Competitividad Global 2012-2013 que presentó el Foro Económico Mundial (FEM).

Según datos de la nueva edición del Reporte de Competitividad Global (RCG) del FEM, en 2011, el puntaje de Ecuador (3.82) lo ubicaba en el lugar 101 entre 144 países.

Este salto en competitividad de Ecuador se explica en gran medida por mejoras en factores de eficiencia (preparación tecnológica) y en factores de innovación. También contribuyen las mejoras en infraestructura y la estabilidad macroeconómica.

Razón por la cual se podrá establecer varias maneras tecnológicas para que la farmacia marche de la mejor manera que facilitará la atención permanente y ágil a los futuros clientes, lo que se convierte en una gran oportunidad para la creación de la misma.

2.02 Entorno Local (Micro Entorno)

2.02.01 Análisis de las Fuerzas de Porter

2.02.01.01 Amenaza de Nuevos Competidores

El mercado o el segmento no son atractivos dependiendo de si las barreras de entrada son fáciles o no de franquear por nuevos participantes, que puedan llegar con nuevos recursos y capacidades para apoderarse de una porción del mercado.

Fuente: Recuperado de la web: www.elmayorportaldegerencia.com

ANÁLISIS

Una de las barreras mas significas para entrar en el mercado es la identificación de marca donde el cliente tiene mayor credibilidad hacia las cadenas de farmacias. Pero en este punto la accesibilidad a un cupo para una farmacia resulta difícil, lo que es una gran oportunidad para la farmacia ya que no habrá competencia por el sector.

2.02.01.02 Poder de Negociación de los Clientes

Un mercado o segmento no será atractivo cuando los clientes están muy bien organizados, el producto tiene varios o muchos sustitutos, el producto no es muy diferenciado o es de bajo costo para el cliente, lo que permite que pueda hacer sustituciones por igual o a muy bajo costo

A mayor organización de los compradores, mayores serán sus exigencias en materia de reducción de precios, de mayor calidad y servicios y por consiguiente la corporación tendrá una disminución en los márgenes de utilidad. La situación se hace más crítica si a las organizaciones de compradores les conviene estratégicamente sindicalizarse.

Fuente: Recuperado de la web www.elmayorportaldegerencia.com

2.02.01.03 Poder de Negociación de los Proveedores.

Un mercado o segmento del mercado no será atractivo cuando los proveedores estén muy bien organizados gremialmente, tengan fuertes recursos y puedan imponer sus condiciones de precio y tamaño del pedido. La situación será aún más complicada si los insumos que suministran son claves para nosotros, no tienen sustitutos o son pocos y de alto costo.

Fuente: Recuperado de la web www.elmayorportaldegerencia.com

Tabla # 8

Poder de Negociación de los Proveedores

PROVEEDOR	DIRECCIÓN	CORREO ELECTRÓNICO
DIFARE	**Oficina Matriz:** Urbanización Ciudad Colón Mz 275 Solar 5 Etapa III Edificio Corporativo 1, GYE-ECU **Tlf:** (593)4-3731390	info@grupodifare.com
LIFE	**Quito (593-2) 226-3805** Calle Juan Galarza Oe2-22 y Av. La Prensa Fax: (593-2) 243-5615	info@life.com.ec
SUMELAB	Chasqui S8-349 y Galte (Villa Flora) Quito - Ecuador PBX: 5932-2613-812 - 5932-2662-450	info@sumelab.com.ec
FARCOMED	Av.Gral. Enríquez y 5ta. Transv., Sangolquí, Pichincha (593) (2) 2861499	
FARMAENLACE	Rafael Ramos E2-210 Y Castelli 02 2993100	franquicias@farmaenlace.com

ANÁLISIS

Los proveedores imponen sus condiciones y precios inclusive el tamaño del pedido, esto podría ser un punto en contra para la farmacia, sin embargo al tener varios proveedores se podrá determinar los precios y promociones que tengan disponible. Analizando cada uno de ellos se determina quien tiene los precios más accesibles para realizar la adquisición de medicamentos. De tal manera se convierte en una oportunidad para la farmacia.

2.02.01.04 Rivalidad entre Competidores

Para una corporación será más difícil competir en un mercado o en uno de sus segmentos donde los competidores estén muy bien posicionados, sean muy numerosos y los costos fijos sean altos, pues constantemente estará enfrentada a guerras de precios, campañas publicitarias agresivas, promociones y entrada de nuevos productos.

Fuente: Recuperado de la web www.elmayorportaldegerencia.com

Tabla # 9

Rivalidad entre Competidores

COMPETENCIAS	RESEÑA
FARMACIAS SANA SANA	Farmacias Sana Sana es una empresa orgullosamente ecuatoriana que cuenta con más de 400 locales en 70 ciudades de todo el Ecuador. Su propósito es contribuir con el mantenimiento y recuperación de la salud y bienestar de la comunidad, brindando una excelente atención y la mejor variedad de productos que necesitan, entre medicinas, productos para bebés y cuidado personal.
FARMACIAS CRUZ AZUL	Son dueños de farmacias que integran la primera y más grande franquicia del país, compartiendo los mismos valores y estrategias; contribuyendo a mejorar la salud de los ecuatorianos.
FARMAENLACE	Son una ORGANIZACION EMPRESARIAL dedicada a comercializar productos que a los clientes les brinde bienestar y salud, trabajando con honestidad y eficiencia, buscando que la excelencia en servicio sea nuestro pilar fundamental de crecimiento, fomentando desarrollo y nuevas fuentes de trabajo en el Ecuador.

2.02.01.05 Amenaza de Productos Sustitutos

Un mercado o segmento no es atractivo si existen productos sustitutos reales o potenciales. La situación se complica si los sustitutos están más avanzados tecnológicamente o pueden entrar a precios más bajos reduciendo los márgenes de utilidad de la corporación y de la industria.

Para éste tipo de modelo tradicional, la defensa consistía en construir barreras de entrada alrededor de una fortaleza que tuviera la corporación y que le permitiera, mediante la protección que le daba ésta ventaja competitiva, obtener utilidades que luego podía utilizar en investigación y desarrollo, para financiar una guerra de precios o para invertir en otros negocios

El mercado o el segmento no es atractivo dependiendo de si las barreras de entrada son fáciles o no. Para una corporación será más difícil competir en un mercado o en uno de sus segmentos donde los competidores estén muy bien posicionados, sean muy numerosos y los costos fijos sean altos, pues constantemente estará enfrentada a guerras de precios, campañas publicitarias agresivas, promociones y entrada de nuevos productos.

Fuente: Recuperado de la web www.elmayorportaldegerencia.com

En el mercado resulta complicado si los productos sustitutos son tecnológicamente más avanzados de los que oferta la empresa o si sus precios son más bajos.

Tomando en cuenta que la medicina natural la medicina natural ha trascendido con el pasar de los años y las creencias aún siguen vigentes, su consumo también se da por el precio relativamente bajo, no obstante la calidad que brinda este tipo de medicina no es la óptima. Por lo tanto aunque el precio de los medicamentos sea más alto, asimismo lo es en la calidad. Determinando así que los productos sustitutos no son una amenaza para la Farmacia en el Barrio Francisco Yánez.

Tabla # 10

Amenaza de Productos Sustitutos

PRODUCTO SUSTITUTO	DIRECCIÓN	OBSERVACIONES
Omnilife	Av. El Inca E4-271 Y Güepi, Edf. Comisariato Del Libro, Piso 2 Quito, Ecuador	27 años en el mercado
Laboratorios Natu Alfa Cía. Ltda.	Centro Comercial Quicentro Norte Pb. Local 057	22 años en el mercado
Nature's Garden	Av Fco De Orellana Y Av España Urb. Mucho Lote Mz 2669 Sl 1	16 años en el mercado con trayectoria internacional
Herbalife Ecuador Distribuidor Independiente	Hno. Miguel 11-46 Y Sangurima	6 años en el mercado
4life	Avda. Los Granados E11-124 Y 6 De Diciembre	4 años en el mercado
Stevia	Ubicada En El Valle De Los Chillos	5 años en el mercado
Fuxion Prolife	Avenida Portugal, Quito, Ecuador	10 años en el mercado

Nota

El hecho de que los productos naturales lleven la etiqueta de ecológico no quiere decir que sean más sanos, más buenos o más beneficiosos para el medio ambiente. Solamente se ajustan a la ley de producción ecológica, nada más. Además el tomar productos naturales no garantizan la farmacocinética del cuerpo humano por lo tanto no sabemos cuánto debemos consumir y tampoco que cantidad debemos evitar.

No todos llevamos en el mismo estilo de vida y no todos los organismos responden de la misma manera.

La mayoría de personas se dejan llevar por el tema "perder peso rápido", pero lo cierto es que una gran cantidad de los productos naturales que se distribuyen en el mercado no son otra cosa que una dosis fuerte de vitaminas, minerales, algunas proteínas, fibras y azúcares. Nada revolucionario, nada milagroso. En ningún momento estos polvos inhiben el hambre o reemplazan una comida completa, lo único que logran es darle al cuerpo una dosis menor de calorías por lo que en un principio el adelgazamiento puede ser notable, pero después de un tiempo ocurre el efecto rebote, donde se desequilibra nuestro cuerpo y de peso aumenta el doble.

ANÁLISIS

Aunque en el Ecuador existe una gama de lugares donde se pueda adquirir productos naturales, todavía existe una demanda insatisfecha muy numerosa, pero que también hay personas inmiscuidas en el consumo de estos productos debido a varios factores ya sea por el desconocimiento de los efectos secundarios que causan, por el costo de los productos y otros solamente por simple rutina.

Con lo analizado se nota que aunque las personas consuman productos sustitutos, como farmacia y su dispensación de medicamentos se tiene una gran oportunidad para la demanda insatisfecha, ya que así se podrán romper paradigmas de lo ecológico y demás cosas.

2.03 Análisis Interno

2.03.01 Propuesta Estratégica

La propuesta estratégica es la elaboración, desarrollo y puesta en marcha de distintos planes operativos por parte de las empresas u organizaciones, con la intención de alcanzar objetivos y metas planteadas. Estos planes pueden ser a corto, mediano o largo plazo.

LAS 8 P´s DEL MARKETING DE SERVICIOS

Dado que los servicios son intangibles, los clientes requieren de algún elemento tangible que les facilite la comprensión de la naturaleza de la experiencia de servicio. (Lovelock, C. 2009).

- Producto
- Plaza
- Promoción
- Precio
- Personas
- Evidencia física,(physical)
- Proceso
- Productividad

Producto

Servicio. Debe ofrece valor a los clientes y satisfacer "mejor" sus necesidades que otras propuestas de valor de la competencia.

ANÁLISIS

El producto que se venderá y dispensara la farmacia será de excelente calidad, al tiempo y uso apropiado, con personal capacitado, verificando la mayor cantidad de promociones y productos que se puedan establecer.

Plaza

Implica decisiones sobre donde y cuando debe entregarse y a través de que canales (físicos o digitales). Rapidez, comodidad y conveniencia son factores claves para la entrega eficaz de un servicio.

ANÁLISIS

Para una mayor expansión de productos se pretende realizar visitas a sus hogares, estos serán semanales, mensuales y anuales a los clientes con su medicación continua. La parte tecnológica tendrá una gran influencia al impulso de marca para la farmacia ya que se establecerá inscripciones de personas que quieran recibir su medicación a domicilio, y para ello se escaneará la receta médica para el pedido

Precio

Para los clientes este elemento representa el costo que se ve afectado por el precio del tiempo y el esfuerzo. Por lo que, para su fijación deben considerarse estos costos extras para el que el cliente pueda obtener los beneficios deseados.

ANÁLISIS

El establecer precios para los clientes se tomara en cuenta el poder de negociación con los proveedores para dar comodidades en cuanto al precio de los productos farmacológicos.

Para el precio de tiempo de los clientes se establecerá estrategias para poder entregar medicación a domicilio, lo que ahorrara este factor para los clientes.

Proceso

Procesos eficaces son necesarios para garantizar la entrega de la promesa ofrecida y pueda considerarse que entrega valor real. Procesos mal diseñados producen entregas lentas, ineficientes, burocráticas, convirtiendo al proceso general en una experiencia decepcionante atentando también contra la moral de los empleados disminuyendo sus niveles de productividad.

ANÁLISIS

Cada proceso de la farmacia será analizada continuamente, (semanal) con todo el personal de la farmacia, para mejorar en la eficacia y garantizar lo prometido a los clientes, así seremos una farmacia seria que cumple lo prometido.

Promoción

Tres elementos claves a comunicar; a los clientes/prospectos; informar, persuadir, actuar. Se consideran comunicaciones educativas destacando en las mismas los beneficios del servicio, lugar donde y cuando recibirlo y como participar en el proceso. Los medios son diversos usualmente todos aquellos aplicados al marketing en general siempre que promuevan la participación y el involucramiento.

ANÁLISIS

Las promociones que se establezcan en la farmacia serán repentinas esto atraerá la atención continua de los clientes, estarán alerta a lo que promociona la farmacia; también las promociones fijas serán en fechas especiales.

Tabla # 11

Promociones

FESTIVIDAD	**FECHA**
DIA DEL AMOR Y LA AMISTAD	14-02-2015
DIA DE LA MADRE	14-05-2015
DIA DEL NIÑO	01-06-2015
DIA DEL PADRE	29-06-2015
NAVIDAD Y FIN DE AÑO	23-12-2015

DIA DEL AMOR Y LA AMISTAD

La farmacia "Tu punto de Salud", desde este 7 hasta el 14 de febrero por el Día del Amor y de la amistad, en cada 10.0$dolares de compra se regalará una cajita universal.

DIA DE LA MADRE

"Sea como sea tu madre, en esta sección de regalos de farmacia para el día de la Madre seguro que encuentras algún regalo para tu madre, porque ella se merece lo mejor. ¡Acierta este año con el regalo para el Día de la Madre!"

Por 30$ dólares en compra más 15$ te llevas una cesta especial de regalo.

Esta cesta regalo contiene Loción Corporal bajo la Ducha, Tónico Facial, Leche Limpiadora Facial, Contorno de Ojos y Crema Hidratante Facial.

DIA DEL NIÑO

Por consumos mayores a 20$ dólares en pañales, implementos del cuidado de la salud y vitaminas, se les entregara un divertido lapicero.

DIA DEL PADRE

Para ellos hemos elaborado unas ofertas especiales para que el Papá de la casa pueda tener su regalo, original, saludable y al alcance de todos los bolsillos.

Productos de la línea de Eucerin Men.

NAVIDAD Y FIN DE AÑO

En estas fechas, se tendrá muchas promociones, regalos, sorteos y sorpresas.

Por la compra de 2 productos de tratamiento de la piel les entregaremos un cupón para un sorteo en donde se les entregara y kit completo de belleza

Physical (evidencia física)

La decoración de las áreas donde se recibe u otorga la experiencia de servicio debe recibir un tratamiento bien analizado y procesado pues ejerce un fuerte impacto a la primera impresión.

ANÁLISIS

"Como manejas y tienes la farmacia, así atenderás al cliente"

Nuestra imagen y presentación dicen mucho de nosotros, y es donde más se fija el cliente que es la razón principal de la farmacia y su avance en el mercado, por esa razón se plantearan maneras para mantener el lugar más presentable, dándole justo el toque que necesita.

Personal

Las personas reciben el servicio dada la interacción con otras personas.

Entrenamiento, capacitación y motivación se distinguen como elementos claves para garantizar la eficiente entrega del servicio, la satisfacción del cliente haciendo más intensa la experiencia.

Análisis

El personal que labore en la farmacia será profesionalmente calificada ya que se realizaran capacitaciones, además para que se encuentren en un lugar ameno se les motivara continuamente, se llevara a cabo buenos lazos de amistades laborales manteniendo el orden y la unidad. Con el fin de establecer grandes vínculos entre el trabajador y el cliente.

Productividad (y calidad)

Ambos elementos se consideran unidos pues la productividad busca el mejor resultado al menor costo y la reducción del costo debe no afectar la calidad del servicio a entregar, la cual siempre debe ser evaluada desde la perspectiva del cliente.

Análisis

La calidad depende de dos factores, primero del producto, por lo que se elegirá bien a los proveedores, y segundo tenemos la atención brindada en la farmacia por lo que se tendrá en cuenta los avances tecnológicos y las capacitaciones sobre la atención profesional al cliente, y para saber lo que piensan se ubicara un buzón de sugerencias.

2.03.01.01 Misión

Somos una empresa dedicada a la comercialización de medicamentos, identificando nuevas oportunidades para brindar productos y servicios más allá de las exigencias del cliente, cuya calidez se priorizara con la atención.

2.03.01.02 Visión

Ser una empresa líder, avanzada en cinco años en productos y servicios de calidad con un recurso altamente calificado, motivado y comprometido con las exigencias de nuevos mercados, convencidos de que nuestra labor vela por el bienestar de otros.

2.03.01.03 Valores

- Honradez.- En las relaciones con sus colaboradores, clientes y proveedores.
- Confianza.- En el 100% de los productos y servicios que ofrece.
- Responsabilidad.- Con el fiel cumplimiento de las leyes y disposiciones oficiales.
- Calidad.- Con la salud y economía de todos
- Innovación.- Para el desarrollo y consolidación de nuevos mercados

2.03.01.04 Políticas

1. Mantener nuestra imagen para la satisfacción del cliente.

2. El cliente siempre tiene la razón, por ser él la vida de la farmacia.

3. Atender al cliente es responsabilidad de todos los integrantes de la empresa, para lo cual deberán conocer los procedimientos a fin de orientarlos. Todos los integrantes de la empresa deben mantener un comportamiento ético.

4. Los puestos de trabajo en la empresa son de carácter poli-funcional; ningún trabajador podrá negarse a cumplir una actividad para la que esté debidamente capacitado.

5. Brindar trato justo y esmerado a todos los clientes, en sus solicitudes y reclamos considerando que el fin de la empresa es el servicio a la comunidad.

6. La calidad de nuestro trabajo debe ser nuestro punto más importante y está enfocada en la satisfacción del cliente.

7. Reconocimiento al personal por ideas de mejora y/o ahorro de la empresa

8. Todos los integrantes de la empresa deben mantener un comportamiento ético.

9. Impulsar el desarrollo de la capacidad y personalidad de los recursos humanos mediante acciones sistemáticas de formación.

10. Mantener una sesión mensual, a fin de realizar actualizaciones en nuestros productos (para la satisfacción del cliente).

2.03.02 Gestión Administrativa

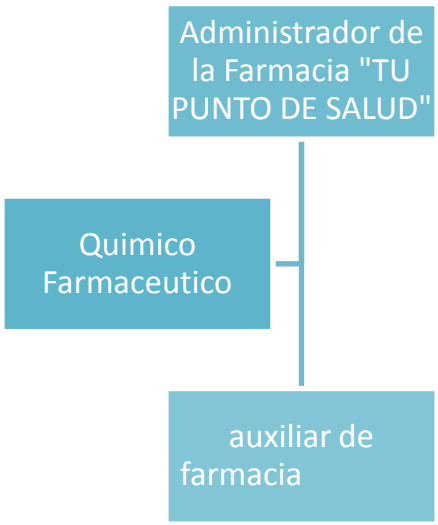


Figura # 8 Gestión Administrativa

FUNCIONES DEL ADMINISTRADOR

- Organiza, dijere y controla las actividades del personal
- Distribuye el trabajo y verifica la labor ejecutada
- Controla los inventarios
- Vigila los usos adecuados de los recursos e instalaciones de la farmacia
- Realiza la selección de personal
- Realizar periódicamente reuniones para fortalecer el vínculo laboral.

FUNCIONES DEL QUIMICO FARMACEUTICO

- Cumplir con las disposiciones reglamentarias vigente para el buen manejo del servicio farmacéutico
- Hacer cumplir las normas y procedimientos sobre adquisición, recepción, almacenamiento, dispensación, distribución y fraccionamiento de los fármacos.
- Establecer criterios e indicadores de calidad de las diferentes actividades
- Supervisión del manejo y registro de fecha de vencimientos de medicamentos.
- Supervisar el buen funcionamiento de los equipos, instrumentos e instalaciones de la farmacia.
- Realizar arqueos de caja

FUNCIONES DEL AUXILIAR DE FARMACIA

- Conocer las nociones básicas de química y física indispensables para poder trabajar
- Saber cuáles son las principales operaciones básicas utilizadas en la dispensación de medicamentos.
- Familiarizarse con la terminología relacionada con el medicamento y su elaboración: preparado, principio activo, excipiente, forma farmacéutica, medicamento, fórmula magistral, etc.

- Estudiar las principales vías de administración de los medicamentos y las formas farmacéuticas empleadas para cada una de ellas.
- Obtener nociones de farmacología según los distintos aparatos orgánicos del cuerpo humano.
- Colaboración con el farmacéutico en la dispensación y venta de medicamentos y productos.
- Control de las caducidades
- Colocar y almacenar los medicamentos y productos.
- Recepción de recetas y atención a los clientes
- Facturación e información en establecimientos de farmacia.
- Dispensar medicamentos y productos para farmacia.
- Realizar tareas varias que se le asignen.

2.03.03 Gestión Operativa

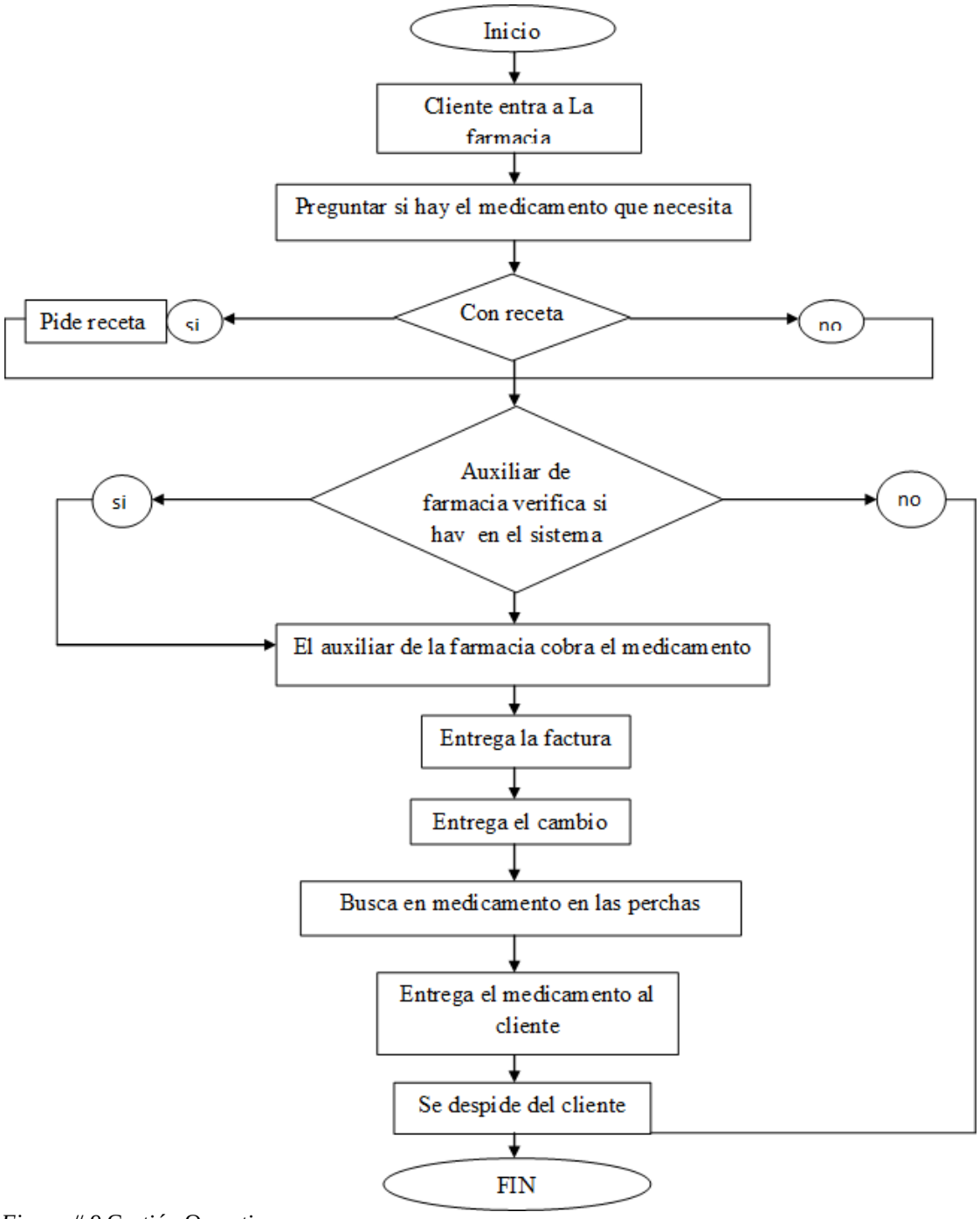


Figura # 9 Gestión Operativa

2.03.04 Gestión comercial

Nombre de la Farmacia:

"Tu Punto de Salud"

Logo:

Slogan

"Porque su salud está en nuestras manos"

La farmacia "Tu Punto de Salud" se dará a conocer mediante el siguiente medio de publicidad.

Figura # 10 flyer publicitario

2.04 Análisis FODA

Fortalezas

- Personal capacitado
- Precios accesibles
- Innovación

Oportunidades

- Deterioro de los hábitos de vida
- Poca competencia
- Desarrollo de la tecnología

Debilidades

- Ser una empresa nueva en el mercado
- Falta de experiencia en el medio
- Preferencia de los clientes por las marca

Amenazas

- Medicina natural
- Factores económicos (inflación)
- Incumplimiento terapéutico

2.04.01 Matriz MEFI

Este instrumento resume y evalúa las fuerzas y debilidades más importantes dentro de las áreas funcionales de un negocio y además ofrece una base para identificar y evaluar las relaciones entre dichas áreas.

- La calificación se determino bajo los siguientes parámetros:

1 nada importante 2 poco importante 3 importante 4 muy importante

- Para determinar el peso se estableció un rango de 0 a 1; donde:

0.0 nada importante 1.0muy importante

Tabla # 12

Matriz MEFI

Factores críticos de Éxito	Peso	Calificación	Peso ponderado
FORTALEZAS			
F1. Personal capacitado	0.20	4	0.80
F2. Precios Accesibles	0.15	3	0.45
F3. Innovación	0.20	3	0.60
TOTAL FORTALEZAS	0.55		1.85
DEBILIDADES			
D1. Ser una empresa nueva en el mercado	0.15	4	0.60
D2. Falta de experiencia en el medio	0.20	2	0.40
D3.Preferencia de los clientes por marca	0.10	2	0.20
TOTAL DEBILIDADES	0.45		1.20
TOTAL	1.00		

ANÁLISIS

Tomando en cuenta que las fortalezas son personal capacitado, precios accesibles e innovación, se considera que son un factor interno muy significativo con un peso ponderado de 1,85 que supera a las debilidades que son: falta de experiencia en el medio, ser una empresa nueva en el mercado, preferencia de los clientes por la marca, que alcanzaron un valor de 1,20.

2.04.02 Matriz MEFE

El objetivo de esta matriz es permitir a los estrategas resumir y evaluar información económica, social, cultural, demográfica, ambiental, política, gubernamental, jurídica, tecnológica y competitiva de la empresa bajo estudio.

- la calificación se determino bajo los siguientes parámetros:

1 nada importante 2 poco importante 3 importante 4 muy importante

- para determinar el peso se estableció un rango de 0 a 1; donde:

0.0 nada importante 1.00 muy importante

Tabla # 13

Matriz MEFE

Factores críticos de éxito	Peso	Calificación	Peso ponderado
OPORTUNIDADES			
O1. Deterioro de los hábitos de vida	0.10	2	0.20
O2. Poca competencia	0.15	4	0.60
O3. Desarrollo de la tecnología	0.20	4	0.80
TOTAL OPORTUNIDADES	0.45		1.60
AMENAZAS			
A1. Medicina natural	0.20	3	0.60
A2. Factores económicos (inflación)	0.15	3	0.45
A3. Incumplimiento terapéutico	0.20	4	0.80
TOTAL AMENAZAS	0.55		1.85
TOTAL	1.00		

ANÁLISIS

Las oportunidades alcanzaron un valor ponderado de 1.60 frente a las amenazas, con un valor de 1,85. Lo que significa que los factores externos representan elementos claves para el éxito de la farmacia "Tu Punto de Salud".

Tabla # 14

Factores internos

CREACIÓN DE UNA FARMACIA INDEPENDIENTE, EN EL BARRIO FRANCISCO YÁNEZ SECTOR COTOCOLLAO DMQ. 2015	FACTORES INTERNOS	
	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	F1. Personal capacitado	D1. Ser una empresa nueva en el mercado
	F2. Precios Accesibles	D2. Falta de experiencia en el medio
	F3. Innovación	D3.Preferencia de los clientes por marca
OPORTUNIDADES	FO	DO
O1. Deterioro de los hábitos de vida	Innovación continua. Capacitación gratuita al sector para el uso de medicamentos.	Realizar promociones. constantes, teniendo en cuenta a las enfermedades que afectan a la Parroquia
O2. Poca competencia	Bajos precios de los medicamentos.	Dar a conocer a la farmacia publicidad.
O3. Desarrollo de la tecnología	Tener actualizaciones de la tecnología y de punta para la agilidad y rapidez en la atención	Agilidad en cada proceso de atención y servicio.
AMENAZAS	FA	DA
A1. Medicina natural	Realizar promociones especiales en los medicamentos naturales	Contar con un stock de medicamentos naturales.
A2. Factores económicos (inflación)	Manejar los precios con mayor pulcritud y al precio justo con promociones	Actualizar los precios constantemente capacitando al personal
A3. Incumplimiento terapéutico	Personal capacitado que ayude a los pacientes para que terminen con el tratamiento.	Hacer un seguimiento de los pacientes.

CAPITULO III

3.01 Análisis del consumidor

3.01.02 Determinación de la población y muestra

3.01.02.01 Población

Conjunto de personas o habitantes de un determinado lugar.

Tabla #15

Población

HABITANTES EN EL SECTOR
7984 habitantes

Nota: datos adquiridos por el número de familias e

integrantes. Administración De Zona (La Delicia)

3.01.02.02 Muestra

Cantidad pequeña que se extrae del total con afinidades sean estas cuantitativas o cualitativas, que servirán para realizar un estudio o análisis.

VARIABLE	SIGNIFICADO
n	Tamaño de la muestra.
N	Población
Z	Nivel de confianza
e	error
p	proporción esperada
Q	Proporción no esperada

Fuente: Recuperado de la web http://www.monografias.com/trabajos87/calculo-del-tamano-muestra/calculo-del-tamano-muestra.shtml#ixzz3MwjIQEml

Formula:

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

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 7984}{0.05^2(7984-1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{7667.8386}{20.9179}$$

$$\mathbf{n = 369\ encuestas}$$

3.1.2 Obtención De La Información

3.1.2.1 Encuesta

Una encuesta es un procedimiento de investigación, en el que el investigador busca recopilar datos por medio de un cuestionario previamente diseñado, donde se recoge la información. Los datos se obtienen realizando un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa o al conjunto total de la población estadística en estudio, integrada a menudo por personas, empresas o entes

institucionales, con el fin de conocer estados de opinión, características o hechos específicos. El investigador debe seleccionar las preguntas más convenientes, de acuerdo con la naturaleza de la investigación.(Robert Johnson & Patricia Kuby (2005). Estadística elemental, lo esencial (3ª ed). Thomson)

3.1.3 Análisis De La Información

Pregunta N°1

- ¿En qué farmacia consume habitualmente?

Tabla # 16

¿En qué farmacia consume habitualmente?

Opciones	Respuestas	Porcentaje
Sana Sana	**144**	**39%**
Fybeca	**134**	**36%**
Farmacias Cruz Azul	**31**	**8%**
Farmacias económicas	**37**	**10%**
Otros	**23**	**6%**
TOTAL	**369**	**100%**

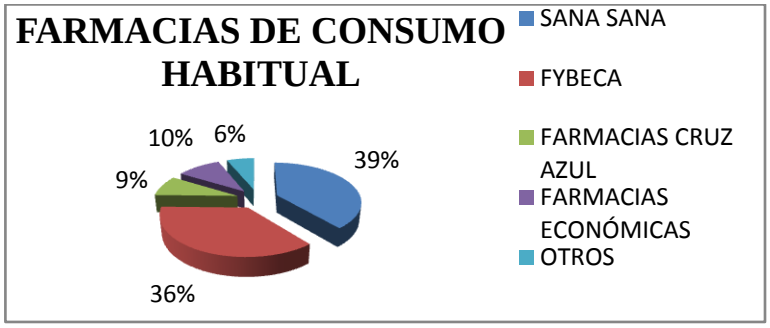


Figura # 11 ¿En qué farmacia consume habitualmente? -Encuesta

Análisis.- Tras analizar las encuestas se determino que el 39% de los habitantes del Barrio Francisco Yánez, habitualmente consume en la farmacia Sana Sana, lo que indica es la mayor competencia para la nueva farmacia que se va a implementar en el lugar. Y para poder llegar a ser competitivos se requiere conocer la empresa que lidera el mercado.

Pregunta N°.2

- ¿porque razón compra en esa farmacia?

Tabla # 17

¿Porque razón compra en esa farmacia?

Opciones	Respuestas	Porcentaje
Ubicación	119	32%
variedad de producto	148	40.1%
Precio	73	20%
Atención	29	8%
TOTAL	369	100%

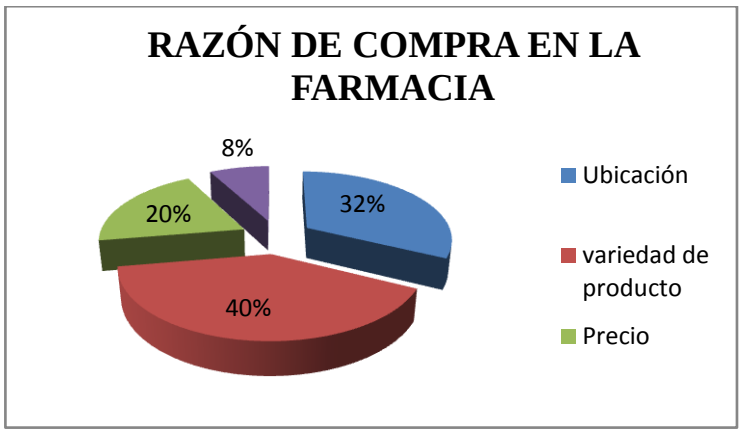


Figura # 12 ¿porque razón compra en esa farmacia?-Encuesta

Análisis.- El 32% de la población compra en la farmacia Sana Sana por la ubicación ya que prefieren algo más cómodo y cercano; seguido de un 40% de la población que compra en una farmacia por la variedad de productos.

Pregunta N° 3

- ❖ Su frecuencia de compra en una farmacia es:

Tabla # 18

Su frecuencia de compra en una farmacia es:

Opciones	Respuestas	Porcentaje
Diario	35	9%
semanal	124	34%
mensual	174	47%
anual	36	10%
TOTAL	369	100%

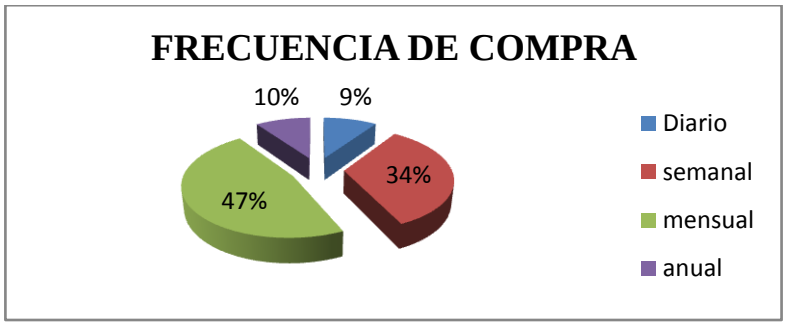


Figura # 13 Su frecuencia de compra en una farmacia es:-Encuesta

Análisis.- La frecuencia de compra de los habitantes del Barrio Francisco Yánez en su mayoría es mensual con un 47%, seguido de un 34% que son consumos semanales, sin embargo hay también consumos diarios de un 9%, lo que se puede establecer que el consumo de productos farmacéuticos es habitual y constante.

Pregunta N° 4

- ¿Aproximadamente cuanto invierte mensualmente en la compra productos en la farmacia?

Tabla # 19

¿Aproximadamente cuanto invierte mensualmente en la compra productos en la farmacia?

opciones	respuestas	porcentaje
1-5	54	15%
6-10	102	28%
11-20	131	36%
21-40	61	17%
41$ o más	21	6%
TOTAL	369	100%

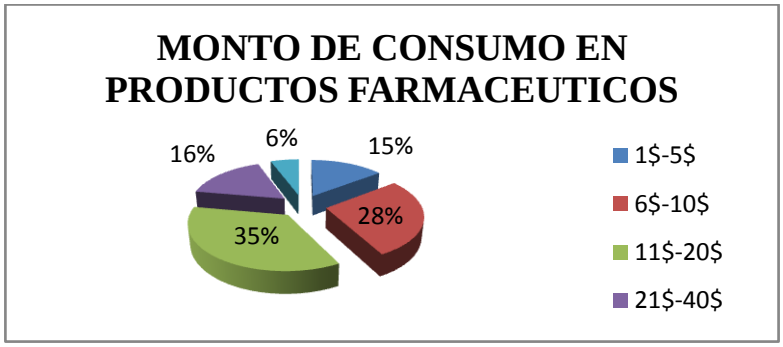


Figura # 14 ¿Aproximadamente cuanto invierte mensualmente en la compra productos en la farmacia?-Encuesta

Análisis.- El consumo habitual de los habitantes del barrio Francisco Yánez corresponde al rango de 11$ a 20$, dando un 35% del total de la población, este valor se considera importante ya que se puede establecer el stock de los productos a consumirse por parte de los habitantes.

Pregunta N° 5

- ¿En las farmacias donde usted consume habitualmente, se siente a gusto con el trato que le brindan?

Tabla # 20

¿En las farmacias donde usted consume habitualmente, se siente a gusto con el trato que le brindan?

opción	respuesta	porcentaje
si	306	83%
no	63	17%
TOTAL	369	100%

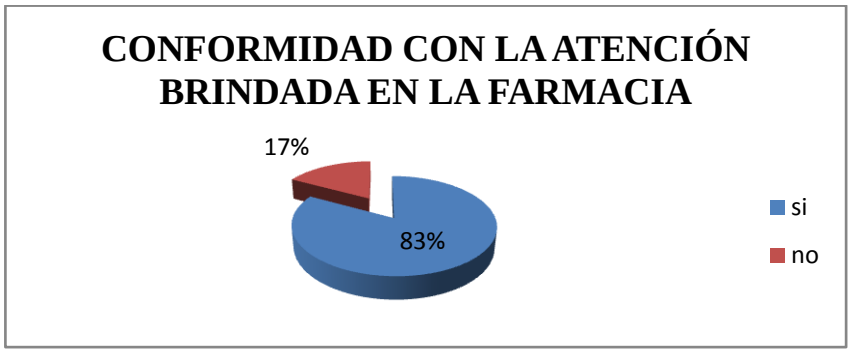


Figura # 15 ¿En las farmacias donde usted consume habitualmente, se siente a gusto con el trato que le brindan?-Encuesta

Análisis.- El 83% de los habitantes del Barrio Francisco Yánez se sienten en conformidad con el trato que le brinda la competencia, lo que nos muestra que la atención al cliente prioriza en la atracción del cliente para que se vuelvan habituales, para que sientan el servicio personalizado.

Pregunta N° 6

- ¿Qué cree que es lo más importante al momento de realizar sus compras?

Tabla # 21

¿Qué cree que es lo más importante al momento de realizar sus compras?

Opciones	Respuestas	Porcentaje
cómodos precios	204	55%
buena atención	92	25%
variedad	73	20%
TOTAL	369	100%

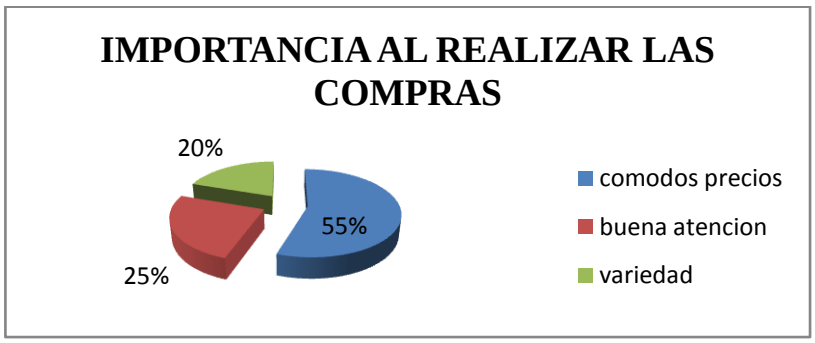


Figura # 16 ¿Qué cree que es lo más importante al momento de realizar sus compras?-Encuesta

Análisis.- La preferencia de los habitantes al momento de realizar sus compras, se fundamenta en los cómodos precios con un 55%, seguido de la buena atención con un 25% y por último la variedad con un 20%, con estos resultados se puede establecer puntos clave para la atención en la farmacia.

Pregunta N° 7

- ¿Cree usted que es necesario que en el Barrio Francisco Yánez exista una nueva farmacia?

Tabla # 22

¿Cree usted que es necesario que en el Barrio Francisco Yánez exista una nueva farmacia?

Opciones	Respuestas	Porcentaje
si	369	100%
no	0	0%
TOTAL	369	100%

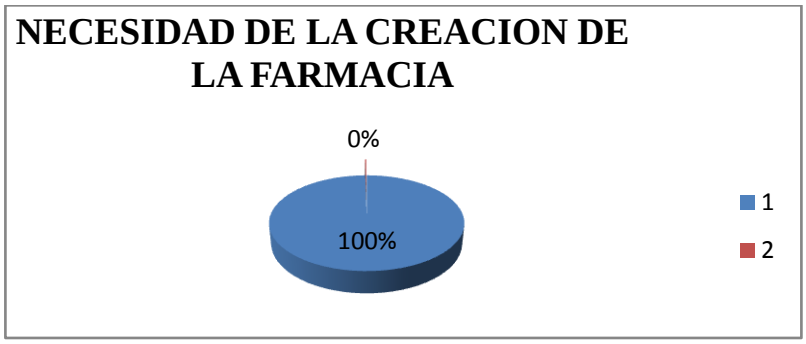


Figura # 17 ¿Cree usted que es necesario que en el Barrio Francisco Yánez exista una nueva farmacia?-Encuesta

Análisis.- La totalidad de los habitantes del Barrio Francisco Yánez, es decir el 100%, considera que es necesaria la creación de una farmacia en el sector, lo que demuestra una alta demanda.

Pregunta N° 8

- ¿De crearse una nueva farmacia en el sector usted estaría dispuesto a consumir en la misma?

Tabla # 23

¿De crearse una nueva farmacia en el sector usted estaría dispuesto a consumir en la misma?

Opciones	Respuestas	Porcentaje
si	369	100%
no	0	0%
TOTAL	369	100%

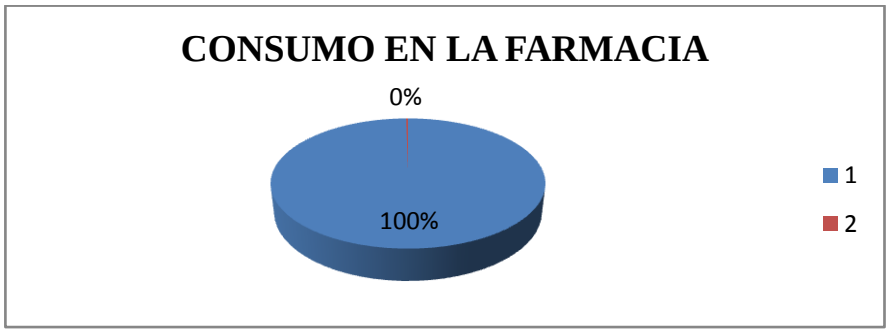


Figura # 18 ¿De crearse una nueva farmacia en el sector usted estaría dispuesto a consumir en la misma?-Encuesta

Análisis.- Con un 100% de respuesta al consumo en la farmacia a crearse se puede establecer que la creación de la farmacia será favorable y aceptable por parte de todos los habitantes del Barrio Francisco Yánez.

Pregunta N° 9

- ¿Qué características le gustaría que disponga la farmacia?

Tabla # 24

¿Qué características le gustaría que disponga la farmacia?

Opciones	Respuestas	Porcentaje
atención 24 horas	187	50.7%
personal capacitado	93	25%
precios justos	89	24%
TOTAL	369	100%

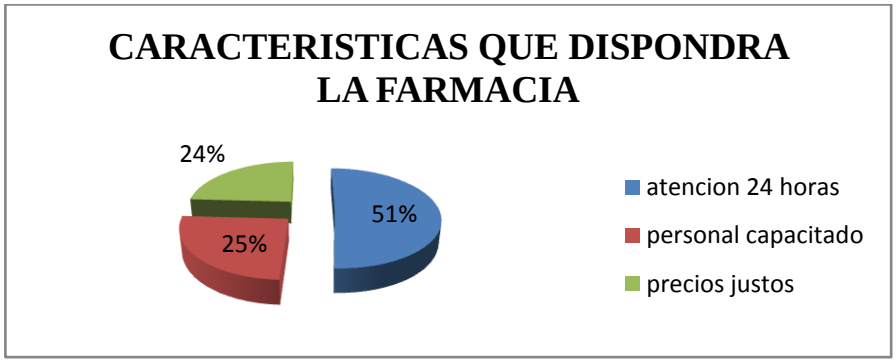


Figura # 19 ¿Qué características le gustaría que disponga la farmacia?-Encuesta.

Análisis.- Los habitantes del Barrio Francisco Yánez en un 51% requieren que la atención 24 horas sea como principal característica que disponga la farmacia, seguido de un 25% con personal capacitado y por ultimo un 24% esperan que los precios sean justos, teniendo en cuenta lo que desean los habitantes del sector será más fácil establecer una constancia de clientes en la farmacia.

Pregunta N° 10

- ¿cuáles son sus medicamentos de preferencia?

Tabla # 25

¿Cuáles son sus medicamentos de preferencia?

Opciones	Respuestas	Porcentaje
genéricos	221	60%
de marca	148	40%
TOTAL	369	100%

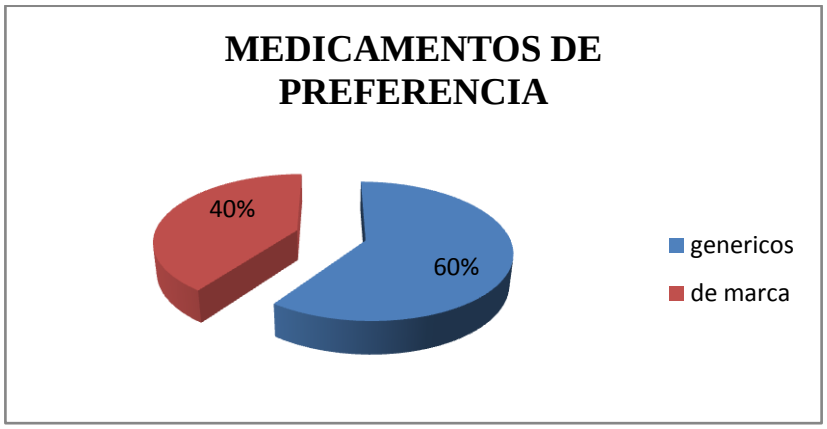


Figura # 20 ¿cuáles son sus medicamentos de preferencia?-Encuesta.

Análisis.- Los habitantes del Barrio Francisco Yánez en un 61% respondieron que prefieren medicamentos genéricos, ya que son medicamentos de menor costo, sin embargo un 39% prefiere medicamentos de marca ya que produce confiabilidad a los habitantes.

3.02 Oferta

La oferta es la cantidad de productos o servicios ofrecidos en el mercado. En la oferta, ante un aumento del precio, aumenta la cantidad ofrecida.

Fuente: Recuperado de la web http://www.economia.ws/oferta-y-demanda.php

3.02.01 Oferta Histórica

Tabla # 26

Oferta Histórica

años	**PIB farmacéutico**	**Ventas anuales**
2010	0.50%	$ 1,013,928.51
2011	1.30%	$ 1,019,023.63
2012	2.80%	$ 1,032,445.42
2013	3.30%	$ 1,062,186.65
2014	3.41%	$ 1,098,435.00

Nota: cifras referentes a la oferta histórica del año 2010 al 2014.BCE.

Para la oferta histórica se toma en cuenta el Producto Interno Bruto farmacéutico de los años 2010 al 2013, tomando como referencia actual que es de $1098435.00

3.02.02 Oferta Actual

Tabla # 27

Oferta Actual

OFERTA ACTUAL					
Farmacias del sector					
Competencia	Cliente	Vta Diaria	Vta Mensual	Vta Anual	Porcentaje
Sana Sana	500	$ 796.77	$23,903.10	$ 286,837.20	26%
Fybeca	487	$ 824.68	$24,740.40	$ 296,884.80	27%
Farmacias Cruz Azul	432	$ 652.92	$19,587.60	$ 235,051.20	21%
Farmacias Económicas	388	$ 776.84	$23,305.20	$ 279,662.40	25%
TOTAL	**1807**	**$ 3,051.21**	**$91,536.30**	**$1,098,435.60**	**100%**

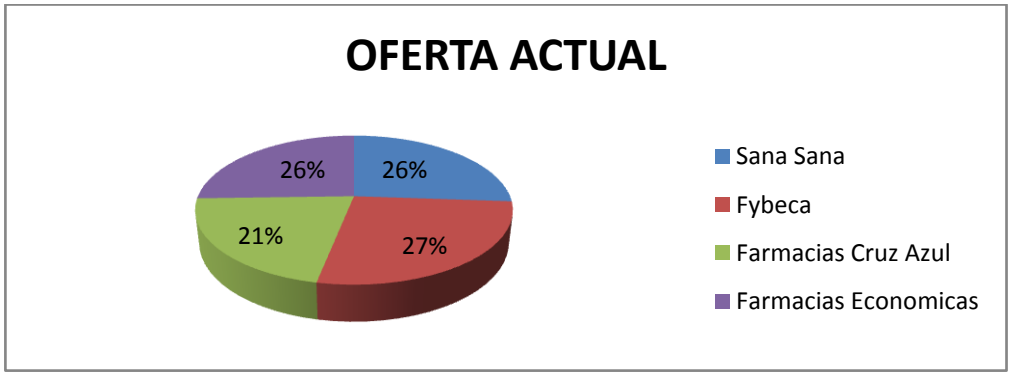


Figura #21 Oferta Actual. Ticket promedio.

3.02.03 Oferta Proyectada

Tabla #28

Oferta Proyectada

años	PIB farmacéutico	Oferta proyectada
2014	3.41%	$ 1,098,435.00
2015	3.41%	$ 1,135,891.63
2016	3.41%	$ 1,174,625.54
2017	3.41%	$ 1,214,680.27
2018	3.41%	$ 1,256,100.87

Nota: cifras referentes a la oferta proyectada del año 2014 al 2018.BCE.

3.3 Demanda

En las encuestas se determino que el 100% de los habitantes del Barrio Francisco Yánez, aceptan la creación de la farmacia, sin embargo se tomara en cuenta la quinta parte del mercado, correspondiente al 20%.

3.03.01 Demanda Actual

Tabla # 29

Demanda Actual

Posibles consumidores	**7984**
Promedio del consumo mensual	$15.5
Total mensual	$123.752
Total anual	$1.485.024

Nota: la demanda actual se obtuvo en la parte anual de $1.485.024. Encuesta.

3.03.02 Demanda Proyectada

Tabla # 30

Demanda Proyectada

año	% crecimiento poblacional	demanda proyectada
2015	1.23%	$1,503,289.80
2016	1.23%	$1,521,780.26
2017	1.23%	$1,540,498.16
2018	1.23%	$1,559,446.28
2019	1.23%	$1,578,627.47

Nota: cifras referentes a la demanda proyectada del año 2015 al 2019. INEC

3.4 Balance Oferta – Demanda

3.4.1 Balance Actual

Tabla # 31

Balance Actual

Oferta – demanda	
$1,098,435.60	**$1.485.024**
-$386588.40 DEMANDA INSATISFECHA	
-$386588.40	**100%**
Tercera parte	**33.33%**
Demanda insatisfecha del proyecto	**$128.849,91**

Análisis.- En los datos obtenidos se obtuvo una demanda de $386588.40, sin embargo se establece la tercera parte de la demanda que corresponde al 33.33% dándonos como resultado $128849391, esta cifra es la que se estima en ventas anuales de la farmacia

3.04.02 Balance Proyectado

Tabla # 32

Balance Proyectado

Año	Oferta proyectada	Demanda proyectada	Total
2014	$1,098,435.00	$1,485,024.00	-$386,589.00
2015	$1,135,891.63	$1,503,289.80	-$367,398.17
2016	$1,174,625.54	$1,521,780.26	-$347,154.72
2017	$1,214,680.27	$1,540,498.16	-$325,817.89
2018	$1,256,100.87	$1,559,446.28	-$303,345.41

Nota: cifras referentes al balance proyectado del año 2014 al 2018.

CAPITULO IV

4.01 Tamaño del proyecto

4.01.01 Capacidad instalada

La capacidad instalada es el potencial de producción o volumen máximo de producción que una empresa en particular, teniendo en cuenta todos los recursos que tienen disponibles, sea los equipos de producción, instalaciones, recursos humanos, tecnología, experiencia/conocimientos, etc.

(Paulo Nunes - Economista y Profesor Fecha de publicación: 26/08/2012)

La farmacia "Tu Punto de Salud" contara con una planta de 40m^2, según lo establecido en el reglamento de control.

La farmacia constara con las siguientes áreas:

- Área de recepción: Es el espacio donde se colocan los pedidos que llegan a la farmacia, para luego ser sometidos al proceso de recepción.
- Área de cuarentena: cerca al área de recepción en el cual se colocan los medicamentos que por alguna razón no pueden ser distribuidos, pronto vencimiento, deteriorados, problemas en la etiqueta, etc.

- Área de almacenamiento: área destinada a los medicamentos que si pueden ser distribuidos dentro de esta área encontramos:

  Zona de refrigeración (los medicamentos que lo requieran).
- Área de entrega: Lugar donde se coloca el medicamento cuando va a ser entregado o vendido a los clientes (vitrina).
- Área administrativa: Espacio en el cual el responsable de la farmacia, debe ubicar su escritorio y archivo.
- Baño.- baterías sanitarias y lavabo de manos.

4.01.02 Capacidad demandada

Tabla # 33

Capacidad demandada

Detalle	Cantidades	Valor unitario	Valor total
percha	5	$ 170.00	$ 850.00
vitrina	2	$ 495.00	$ 990.00
computador	2	$ 520.00	$ 1,040.00
caja registradora computarizada	1	$ 1,100.00	$ 1,100.00
silla	2	$ 50.00	$ 100.00
impresora	1	$ 265.00	$ 265.00
escritorio	1	$ 80.00	$ 80.00
basurero	3	$ 83.00	$ 249.00
botellón de agua	1	$ 18.00	$ 18.00
extintor	2	$ 32.00	$ 64.00
material de oficina	1	$ 50.00	$ 50.00
refrigerador	1	$ 420.00	$ 420.00
ventilador	1	$ 280.00	$ 280.00
rotulo	1	$ 240.00	$ 240.00
alarmas	1	$ 130.00	$ 130.00
TOTAL			**$ 5,876.00**

Fuente: Mercado Libre Ecuador

4.01.02.01 Rol de pagos

La farmacia "Tu Punto de Salud" contara con el siguiente personal

- 1 Administrador
- 1 Auxiliar de Farmacia
- 1 Químico Farmacéutico

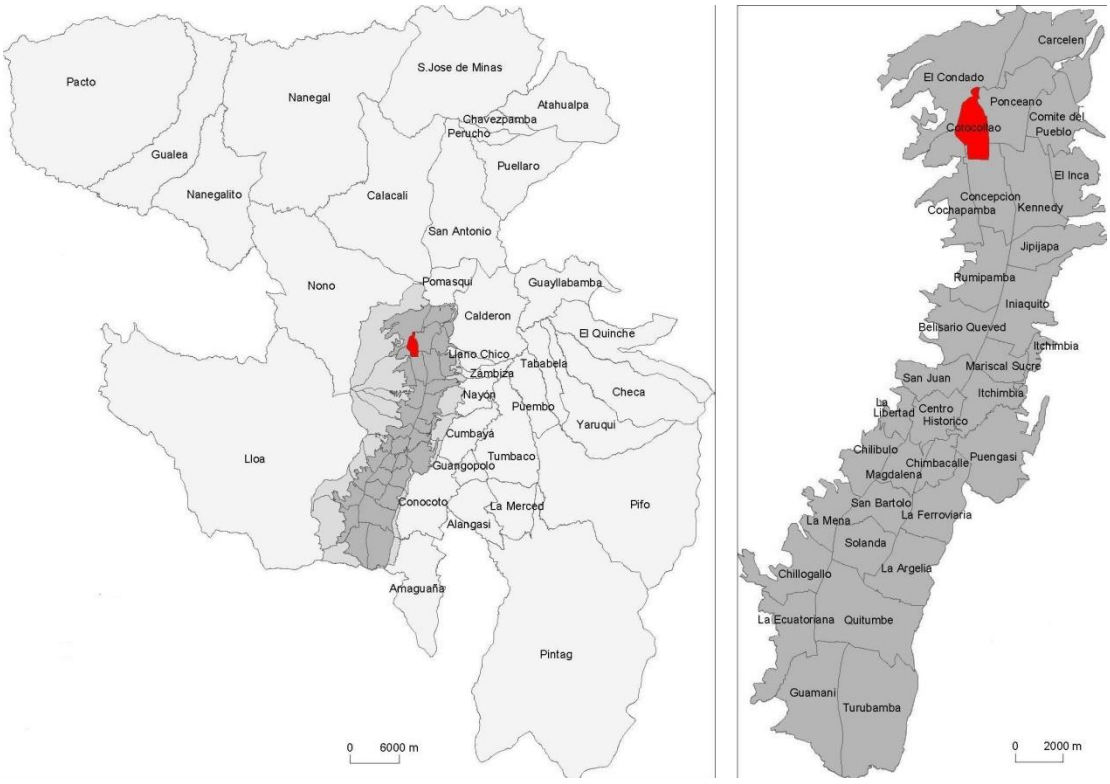
Tabla # 34

Rol de pagos

ROL DE PAGOS			
	ADM.	AUXILIAR DE FARM.	QUIMICO FARM.
Salario	$ 700.00	$ 354.00	$ 250.00
Aporte IESS 9.45%	$ 66.15	$ 33.45	
Vacaciones	$ 29.17	$ 14.75	
Decimo tercero	$ 58.33	$ 29.50	
Decimo cuarto	$ 29.50	$ 29.50	
Aporte patronal 11.15%	$ 78.05	$ 39.47	
Fondos de reserva	-	-	
TOTAL MENSUAL	$ 895.05	$ 467.22	$ 250.00
TOTAL ANUAL	$ 10,740.60	$ 5,606.65	$ 3,000.00
TOTAL PAGO LABORAL	**$ 19,347.25**		

4.02 Localización

4.02.01 macro localización



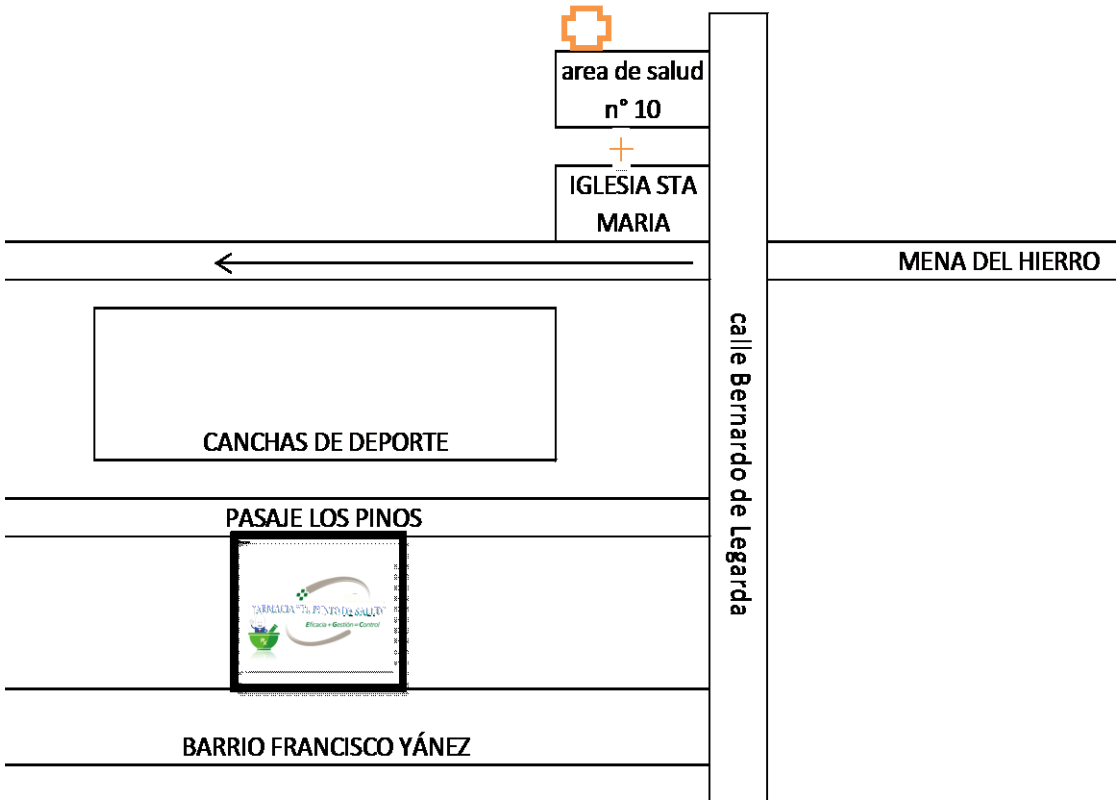
El proyecto de factibilidad se realizara en:

- Provincia Pichincha
- Ciudad Quito
- Sector Cotocollao

4.02.02 micro localización

La farmacia "Tu Punto de Salud" tendrá la ubicación en el sector Cotocollao en el Barrio Francisco Yánez, este es un sitio estratégico ya que existe una gran afluencia de personas en el lugar.

4.02.03 Localización optima



La farmacia Tu Punto de Salud funcionara en el Barrio Francisco Yánez en el pasaje los pinos ya que existe una mayor afluencia de gente, ya que se encuentra al frente de unas canchas de deporte, siendo este un punto estratégico ya que es donde se acopla la gente.

Se tomo en cuenta al Barrio Francisco Yánez mediante la siguiente tabla de ponderación:

4= muy significativo 3= significativo 2= poco significativo 1= nada significativo

Tabla # 35

Localización optima

observación	Barrio Fco. Yánez	Barrio El Paraíso	Barrio Santa María
clientes	4	3	2
accesibilidad	4	2	1
servicios básicos	4	3	1
arriendo	3	2	2
espacio físico	4	2	4
TOTAL	19	12	10

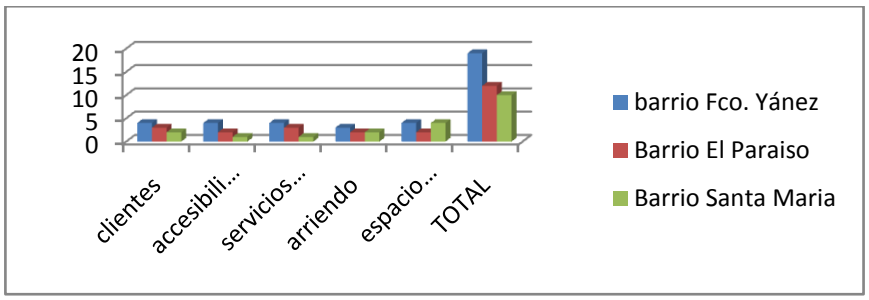


Figura # 22 Localización optima

Como se verifica el grafico el Barrio Francisco Yánez es el más óptimo para la ubicación de la farmacia, ya que hay mayor afluencia de personas, es un sector accesible para los consumidores, cuenta con servicios básicos, no se pagara arriendo y el espacio físico es ideal.

4.03 Ingeniería del producto

4.03.01 Definición de medicamentos

Entendido como uno de los elementos más importantes de la medicina moderna, el medicamento podría ser descripto como aquel compuesto artificial y químicamente creado por el ser humano con el objetivo de controlar, aplacar y hacer desaparecer los síntomas de una enfermedad. Obviamente, los medicamentos tienen una función limitada y sirven para determinadas situaciones mientras que en otra la condición de salud del paciente puede requerir una intervención quirúrgica o un tratamiento más profundo. Es claro que hoy en día los medicamentos son uno de los tipos de productos más vendidos en el mundo, por lo cual también se estima que las farmacéuticas y las industrias de este tipo son de las más dinámicas y poderosas en el mundo.

El medicamento puede ser clasificado en 5 tipos diferentes de acuerdo a la función específica que cumpla sobre el organismo. En este sentido, es importante que recordemos que cada región del cuerpo tiende a presentar situaciones o complicaciones particulares y relacionadas con la actividad que los órganos que allí se ubican tienen a cargo. Así, debemos hablar de antipiréticos, de analgésicos, de antipalúdicos, de antibióticos y de antisépticos. Mientras que los primeros se utilizan para disminuir y controlar estados febriles, los segundos sirven para calmar el dolor. Los antipalúdicos son quizás los más específicos de todos y sirven para tratar

enfermedades como la malaria. Los antibióticos se encargan de impedir el crecimiento de gérmenes en general y por último los antisépticos sirven también para impedir el crecimiento de gérmenes pero más específicamente en áreas de lastimaduras o lesiones. (Colegio de Farmacéuticos de Barcelona, 2015)

Fuente: Recuperado de la web

http://www.definicionabc.com/salud/medicamento.php#ixzz3Qi3Fq3sz

4.03.02 Distribución de la planta

Áreas del Servicio Farmacéutico

a) Área administrativa, debidamente delimitada.

b) Área de recepción de medicamentos y dispositivos médicos.

c) Área de cuarentena de medicamentos.

d) Área adecuada para almacenamiento, teniendo en cuenta los tipos de productos que se van a distribuir y/o dispensar.

e) Área independiente y segura para el almacenamiento de medicamentos de control especial.

f) Área para la dispensación de medicamentos y entrega de dispositivos médicos.

g) Área debidamente identificada para el almacenamiento de medicamentos que deben ser destruidos o desnaturalizados, por vencimiento o deterioro.

h) Área destinada para el almacenamiento de productos rechazados, devueltos y retirados del mercado.

i) Área para manejo y disposición de residuos, de acuerdo con la reglamentación vigente.

4.03.03 Maquinaria y equipos

4.03.03.01 Maquinaria

Como la farmacia "Tu Punto de Salud", es una empresa comercializadora no existe maquinaria.

4.03.03.02 Equipos

Tabla # 36

Equipos

MUEBLES Y ENSERES	CANT.	VALOR UN.	VALOR T.
Perchas	5	$ 170.00	$ 850.00
Vitrinas	2	$ 495.00	$ 990.00
Refrigerador	1	$ 420.00	$ 420.00
SUBTOTAL		$ 1,085.00	$ 2,260.00
EQUIPOS DE COMPUTACION			
Computador	2	$ 520.00	$1,040.00
Caja registradora computarizada e impresora de facturas	1	$ 1,100.00	$1,100.00
SUBTOTAL		$ 1,620.00	$2,140.00
EQUIPOS DE OFICINA			
Silla	2	$ 50.00	$100.00
Impresora	1	$ 265.00	$265.00
Escritorio	1	$ 80.00	$80.00
SUBTOTAL		$ 395.00	$445.00
TOTAL		$ 3,100.00	$ 4,845.00

Nota: datos extraídos de mercado libre

CAPITULO V

5.01 Ingreso

5.01.02 Ingresos operacionales

Al ser la farmacia "Tu Punto de Salud" una empresa comercializadora de productos farmacéuticos, se tomara en cuenta el promedio de ventas en consideración a la demanda.

Tabla # 37

Ingresos operacionales

Demanda insatisfecha del proyecto	**$128,849.91**

Nota: datos extraídos de las encuestas

5.01.03 ingresos no operacionales

La farmacia "Tu Punto de Salud", no cuenta con ingresos operacionales, ya que se dedica única y exclusivamente a la venta de fármacos.

5.02 Costos

5.02.01 Costos directos

Son cargos por concepto de material, mano de obra y gastos que van relacionados directamente en la fabricación o comercialización de productos determinados.

En la farmacia "Tu Punto de Salud" los productos a comercializarse son específicamente basados en el cuadro nacional de medicamentos del Ecuador en su novena edición ya que son tomados para el sector de salud pública y son necesarios en la disponibilidad para la satisfacción de las necesidades de la población. Entre la gama plus de medicamentos se dispondrá de los de uso general, los esenciales para enfermedades catastróficas, antídotos, y medicamentos esenciales de uso exclusivo para las indicaciones especificadas, entre otros.

"Los medicamentos no tienen derecho a existir, sino como un instrumento de servicio, sueño de un derecho de salud que sea priorizado con respecto a los intereses del mercado". (G. Tognoni)

Teniendo en cuanta la demanda actual del proyecto, el stock de productos es:

Tabla # 38

Mercadería

MERCADERIA TOTAL		
$386,588.40	100%	
Tercera parte	33.33%	
Demanda insatisfecha del proyecto	$128,849.91	
total de productos mensual	$23,622.48	
total de productos diarios	$787.42	

Nota: datos extraídos de las encuestas

PROVEEDORES

Tabla # 39

Proveedores

DIFARE	**$ 4,500.00**
LIFE	$ 3,450.00
SUMELAB	$ 3,605.00
FARCOMED	$ 3,955.00
FARMAENLACE	$ 4,250.00
GRUNENTHAL	$ 3,862.48
TOTAL MENSUAL	$ 23,622.48

5.02.02 Costos indirectos

Son los que no están relacionados directamente en la comercialización de los productos de la farmacia.

Tabla # 40

Costos indirectos

Fuente: Johanna Alomoto

Elaboración: Johanna Alomoto

COSTOS INDIRECTOS	
Útiles de aseo (papel higiénico e implementos de limpieza, etc.)	$ 65.00
servicios básicos	$ 110.00
total mensual	$ 175.00
total anual	$ 2,100.00

5.02.03 Gastos administrativos

Los gastos administrativos son los que permiten el desarrollo global de la empresa constando así sus respectivas actividades. Para la farmacia "Tu Punto de Salud" los gastos administrativos a tomarse en consideración son los siguientes:

Tabla # 41

Gastos administrativos

Fuente: Johanna Alomoto

Elaboración: Johanna Alomoto

GASTOS ADMINISTRATIVOS	
Sueldo del Bioquímico Farmacéutico	$ 3,000.00
Depreciación de equipos de oficina	$ 44.50
Depreciación de equipos de computación	$ 713.26
Depreciación de muebles y enseres	$ 226.00
Amortización permisos funcionamiento	$ 120.00
Total anual	$ 4,103.76

ROL DE PAGOS DEL BIOQUÍMICO FARMACÉUTICO

Tabla # 42

Rol de pagos del bioquímico farmacéutico

Fuente: Johanna Alomoto

Elaboración: Johanna Alomoto

rol de pagos del Bioquímico Farmacéutico	
salario	$ 250.00
aporte IESS 9.45%	-
vacaciones	-
décimo tercero	-
décimo cuarto	-
aporte patronal 11.15%	-
fondos de reserva	-
TOTAL MENSUAL	$ 250.00
TOTAL ANUAL	$ 3,000.00

DEPRECIACIONES

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN

- Computadora y caja registradora computarizada

Tabla # 43

Depreciaciones de equipo de computación

Fuente: Johanna Alomoto

Elaboración: Johanna Alomoto

Equipos de computación			
años	depreciación	dep.acumulada	valor en libros
0			$2,140.00
1	$713.26	$713.26	$1,426.74
2	$713.26	$1,426.52	$713.48
3	$713.26	$2,139.79	$0.21

- Silla, impresora y escritorio

Tabla # 44

Depreciaciones de equipo de oficina

Fuente: Johanna Alomoto

Elaboración: Johanna Alomoto

Equipos de oficina			
años	depreciación	dep.acumulada	valor en libros
0			$445.00
1	$ 44.50	$ 44.50	$400.50
2	$ 44.50	$ 89.00	$356.00
3	$ 44.50	$ 133.50	$311.50
4	$ 44.50	$ 178.00	$267.00
5	$ 44.50	$ 222.50	$222.50
6	$ 44.50	$ 267.00	$178.00
7	$ 44.50	$ 311.50	$133.50
8	$ 44.50	$ 356.00	$89.00
9	$ 44.50	$ 400.50	$44.50
10	$ 44.50	$ 445.00	$0.00

- Perchas, vitrinas y refrigerador

Tabla # 45

Depreciaciones de muebles y enseres

Fuente: Johanna Alomoto

Elaboración: Johanna Alomoto

MUEBLES Y ENSERES			
años	depreciación	dep.acumulada	valor en libros
0			$ 2,260.00
1	$ 226.00	$ 226.00	$ 2,034.00
2	$ 226.00	$ 452.00	$ 1,808.00
3	$ 226.00	$ 678.00	$ 1,582.00
4	$ 226.00	$ 904.00	$ 1,356.00
5	$ 226.00	$ 1,130.00	$ 1,130.00
6	$ 226.00	$ 1,356.00	$ 904.00
7	$ 226.00	$ 1,582.00	$ 678.00
8	$ 226.00	$ 1,808.00	$ 452.00
9	$ 226.00	$ 2,034.00	$ 226.00
10	$ 226.00	$ 2,260.00	$ -

5.02.04 Gastos financieros

La farmacia "Tu Punto de Salud" cuenta con gastos financieros que representan un endeudamiento por un préstamo realizado en BANCODESARROLLO, que cuenta con una tasa de interés del 22%.

Tabla # 46

Gastos financieros

Fuente: Johanna Alomoto

Elaboración: Johanna Alomoto

GASTOS FINANCIEROS	
Monto del préstamo	$ 30,000.00
Tasa de interés	22%(0.0135)
Tiempo	3 años
Pago mensual	$ 1,057.68
Total interés 3 años	$ 8,076.32

Tabla # 47

Tabla de amortización

Fuente: Johanna Alomoto

Elaboración: Johanna Alomoto

TABLA DE AMORTIZACIÓN				
n	capital	cuotas	intereses	capital pagado
0	$ 30,000.00	$ 1,057.68	$ 405.00	$ 652.68
1	$ 29,347.32	$ 1,057.68	$ 396.19	$ 661.49
2	$ 28,685.84	$ 1,057.68	$ 387.26	$ 670.42
3	$ 28,015.42	$ 1,057.68	$ 378.21	$ 679.47
4	$ 27,335.95	$ 1,057.68	$ 369.04	$ 688.64
5	$ 26,647.31	$ 1,057.68	$ 359.74	$ 697.94
6	$ 25,949.38	$ 1,057.68	$ 350.32	$ 707.36
7	$ 25,242.02	$ 1,057.68	$ 340.77	$ 716.91
8	$ 24,525.11	$ 1,057.68	$ 331.09	$ 726.59
9	$ 23,798.52	$ 1,057.68	$ 321.28	$ 736.40
10	$ 23,062.13	$ 1,057.68	$ 311.34	$ 746.34
11	$ 22,315.79	$ 1,057.68	$ 301.26	$ 756.41
12	$ 21,559.38	$ 1,057.68	$ 291.05	$ 766.62
13	$ 20,792.75	$ 1,057.68	$ 280.70	$ 776.97
14	$ 20,015.78	$ 1,057.68	$ 270.21	$ 787.46
15	$ 19,228.32	$ 1,057.68	$ 259.58	$ 798.09
16	$ 18,430.22	$ 1,057.68	$ 248.81	$ 808.87

17	$ 17,621.36	$ 1,057.68	$ 237.89	$ 819.79
18	$ 16,801.57	$ 1,057.68	$ 226.82	$ 830.85
19	$ 15,970.71	$ 1,057.68	$ 215.60	$ 842.07
20	$ 15,128.64	$ 1,057.68	$ 204.24	$ 853.44
21	$ 14,275.21	$ 1,057.68	$ 192.72	$ 864.96
22	$ 13,410.24	$ 1,057.68	$ 181.04	$ 876.64
23	$ 12,533.61	$ 1,057.68	$ 169.20	$ 888.47
24	$ 11,645.14	$ 1,057.68	$ 157.21	$ 900.47
25	$ 10,744.67	$ 1,057.68	$ 145.05	$ 912.62
26	$ 9,832.05	$ 1,057.68	$ 132.73	$ 924.94
27	$ 8,907.10	$ 1,057.68	$ 120.25	$ 937.43
28	$ 7,969.67	$ 1,057.68	$ 107.59	$ 950.08
29	$ 7,019.59	$ 1,057.68	$ 94.76	$ 962.91
30	$ 6,056.68	$ 1,057.68	$ 81.77	$ 975.91
31	$ 5,080.77	$ 1,057.68	$ 68.59	$ 989.09
32	$ 4,091.68	$ 1,057.68	$ 55.24	$ 1,002.44
33	$ 3,089.24	$ 1,057.68	$ 41.70	$ 1,015.97
34	$ 2,073.27	$ 1,057.68	$ 27.99	$ 1,029.69
35	$ 1,043.59	$ 1,057.68	$ 14.09	$ 1,043.59
36	$ 0.00	$ 1,057.68	$ 0.00	$ 1,057.68

TABLA DE INTERESES	
AÑO 1	$ 4,542.54
AÑO 2	$ 2,644.02
AÑO 3	$ 889.76

5.02.05 Gastos de ventas

Los gastos de ventas implican publicidad y propaganda que son utilizados para dar a conocer a la farmacia "Tu Punto de Salud", además de los sueldos y salarios tanto el administrador como del auxiliar de la farmacia.

Tabla # 48

Gastos de ventas

Fuente: Johanna Alomoto

Elaboración: Johanna Alomoto

Inauguración de la farmacia	
Globos	$ 250.00
Zanqueros	$ 140.00
Disco móvil	$ 75.00
Toallitas de cocina	$ 150.00
Lápices y esferos	$ 175.00
Pelotas anti estrés	$ 145.00
Pulseras de tela	$ 165.00
Camisetas	$ 210.00
Pañuelos	$ 220.00
Monederos	$ 280.00
Botones publicitarios	$ 250.00
Fundas de tela	$ 240.00
Publicidad volante	$ 150.00
Total	$ 2,450.00

- Rol de pagos Administrador y Auxiliar de la farmacia

Tabla # 49

Rol de pagos Administrador y Auxiliar de la farmacia

Administrador					
Años	1	2	3	4	5
Salario	$ 700.00	$ 756.00	$ 816.48	$ 881.80	$ 952.34
Aporte iess 9.45%	$ 66.15	$ 71.44	$ 77.16	$ 83.33	$ 90.00
Vacaciones	$ 29.17	$ 31.50	$ 34.02	$ 36.74	$ 39.68
Decimo tercero	$ 58.33	$ 63.00	$ 68.04	$ 73.48	$ 79.36
Decimo cuarto	$ 29.50	$ 31.86	$ 34.41	$ 37.16	$ 40.13
Aporte patronal 11.15%	$ 78.05	$ 84.29	$ 91.04	$ 98.32	$ 106.19
Fondos de reserva	-	$ 62.97	$ 68.01	$ 73.45	$ 79.33
Total mensual	$ 895.05	$ 1,029.63	$ 1,112.00	$ 1,200.96	$ 1,297.04
Total anual	$ 10,740.60	$ 12,355.55	$ 13,343.99	$ 14,411.51	$ 15,564.43
Auxiliar de farm.					
Años	1	2	3	4	5
Salario	$ 354.00	$ 382.32	$ 412.91	$ 445.94	$ 481.61
Aporte Iess 9.45%	$ 33.45	$ 36.13	$ 39.02	$ 42.14	$ 45.51
Vacaciones	$ 14.75	$ 15.93	$ 17.20	$ 18.58	$ 20.07
Decimo tercero	$ 29.50	$ 31.86	$ 34.41	$ 37.16	$ 40.13
Decimo cuarto	$ 29.50	$ 31.86	$ 34.41	$ 37.16	$ 40.13
Aporte patronal 11.15%	$ 39.47	$ 42.63	$ 46.04	$ 49.72	$ 53.70
Fondos de reserva	-	$ 31.85	$ 34.40	$ 37.15	$ 40.12
Total mensual	$ 467.22	$ 572.58	$ 618.38	$ 667.85	$ 721.28
Total anual	$ 5,606.65	$ 6,870.90	$ 7,420.57	$ 8,014.22	$ 8,655.36

5.03 Inversiones del proyecto

5.03.01 Activos fijos

Tabla # 50

Activo fijo

Fuente: Mercado Libre Ecuador

Elaboración: Johanna Alomoto

Detalle	Cantidades	Valor unitario	Valor total
Percha	5	$ 170.00	$ 850.00
Vitrina	2	$ 495.00	$ 990.00
Computador	2	$ 520.00	$ 1,040.00
Caja Registradora Computarizada e Impresora de Facturas.	1	$ 1,100.00	$ 1,100.00
Silla	2	$ 50.00	$ 100.00
Impresora	1	$ 265.00	$ 265.00
Escritorio	1	$ 80.00	$ 80.00
Basurero	3	$ 83.00	$ 249.00
Botellón de agua	1	$ 18.00	$ 18.00
Extintor	2	$ 32.00	$ 64.00
Material de oficina	1	$ 50.00	$ 50.00
Refrigerador	1	$ 420.00	$ 420.00
Ventilador	1	$ 280.00	$ 280.00
Rotulo	1	$ 240.00	$ 240.00
Alarmas	1	$ 130.00	$ 130.00
TOTAL			**$ 5,876.00**

5.03.02 Activos nominales

Tabla # 51

Activo nominal

ACTIVOS NOMINALES	
GASTOS DE CONSTITUCION	$ 600.00
PATENTE MUNICIPAL	$ 20.00
TOTAL	$ 620.00

5.03.03 Capital de trabajo

Tabla # 52

Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	
caja	$ 2,550.00
banco	$ 1,500.00
mercadería	$ 23,622.48
TOTAL	$ 27,672.48

5.03.04 Estado de situación inicial

Tabla # 53

Estado de situación inicial

Fuente: Johanna Alomoto

FARMACIA "TU PUNTO DE SALUD"			
BALANCE GENERAL			
31-ene-15			
ACTIVOS		PASIVO	
Activo Corriente		pasivo corriente	
caja	$ 2,550.00		
bancos	$ 1,500.00		
mercadería	$23,622.48		
SUB. ACT. CORRIENTES	**$ 27,672.48**		
Activo fijo		pasivo a largo plazo	
muebles y enseres	$2,260.00	ob. Bancarias	$30,000.00
equipos de oficina	$445.00		
equipos de computación	$2,140.00		
SUB. ACT.FIJOS	**$4,845.00**		
Activos diferidos		Patrimonio	
gtos de constitución	$ 600.00	Patrimonio	$ 3,137.48
patentes	$ 20.00		
SUB. AC. DIFERIDOS	**$ 620.00**		
TOTAL ACTIVOS	$ 33,137.48	TOTAL PAS+PATR	$33,137.48

5.03.05 Fuentes de financiamiento y uso de fondos

Tabla # 54

Fuentes de financiamiento y uso de fondos

TOTAL ACTIVOS	**$ 33,137.48**	**100%**
PRESTAMO	$ 30,000.00	91%
PATRIMONIO	$ 3,137.48	9%

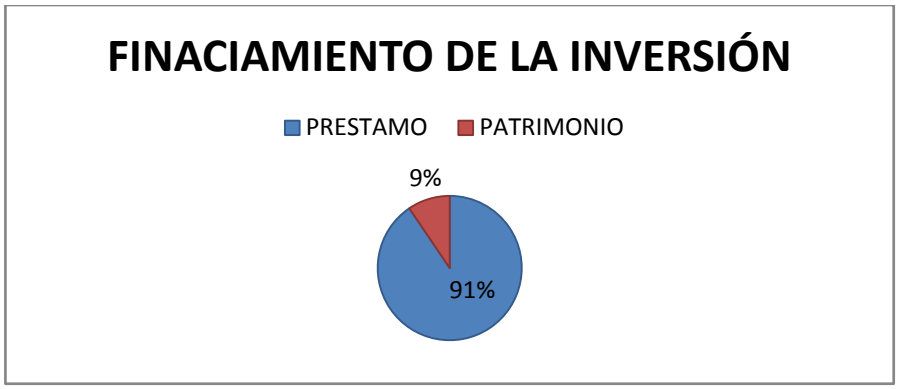


Figura # 23 Fuentes de financiamiento y uso de fondos

Análisis

El un total de la inversión se tiene $ 33,137.48, y se cuenta con un capital propio de $ 3,137.48; lo que representa un 9% del total, y el 90% restante corresponde a los $ 30,000, mismos que será financiado mediante un préstamo.

Tabla # 55

Descripción del monto del préstamo

Fuente: Johanna Alomoto

Elaboración: Johanna Alomoto

monto del préstamo	**$ 30,000.00**
tasa de interés	16.20%
pago mensual	$1,057.68
pago por los 3 años	$31,057.68
total interés 3 años	$ 8,076.32

5.04 Pronostico Financiero

5.04.01 Estado de Pérdidas y Ganancias

Tabla # 56

Estado de Pérdidas y Ganancias

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS					
Años	1	2	3	4	5
Vtas	$128,849.91	$ 136,941.68	$ 145,541.62	$ 154,681.64	$ 164,395.64
Costos de vtas	$ 90,194.94	$ 95,859.18	$ 101,879.14	$ 108,277.15	$ 115,076.95
Util . Bruta vtas	$ 38,654.97	$ 41,082.51	$ 43,662.49	$ 46,404.49	$ 49,318.69
Gtos vtas	$ 18,797.25	$ 20,220.40	$ 21,754.92	$ 23,409.69	$ 25,194.30
Sueldos / sal	$ 16,347.25	$ 17,672.89	$ 19,106.02	$ 20,655.36	$ 22,330.35
Adm.	$ 10,740.60	$ 11,611.58	$ 12,553.19	$ 13,571.15	$ 14,671.66
Auxiliar de farm.	$ 5,606.65	$ 6,061.31	$ 6,552.83	$ 7,084.21	$ 7,658.69
Publicidad e ina.	$ 2,450.00	$ 2,547.51	$ 2,648.90	$ 2,754.33	$ 2,863.95
Uti. Neta. Vta	$ 19,857.72	$ 20,862.11	$ 21,907.57	$ 22,994.80	$ 24,124.39
Gtos adm	$ 6,203.76	$ 6,578.92	$ 6,982.08	$ 6,702.12	$ 7,167.83
Dep. M y e	$ 226.00	$ 226.00	$ 226.00	$ 226.00	$ 226.00
Dep. Eq. Ofc	$ 44.50	$ 44.50	$ 44.50	$ 44.50	$ 44.50
Dep. Eq. Com	$ 713.26	$ 713.26	$ 713.26	$ -	$ -
Utiles de aseo y s/b	$ 2,100.00	$ 2,231.88	$ 2,372.04	$ 2,521.01	$ 2,679.33
Amor. Permisos fun	$ 120.00	$ 120.00	$ 120.00	$ 120.00	$ 120.00
S/s qui.farmaceutico	$ 3,000.00	$ 3,243.28	$ 3,506.28	$ 3,790.61	$ 4,098.00
Util. Oper	$ 13,653.96	$ 14,283.19	$ 14,925.48	$ 16,292.68	$ 16,956.57
Gtos finan	$ 4,542.54	$ 2,644.02	$ 889.76		
Util antes imp	$ 9,111.42	$ 11,639.17	$ 14,035.72	$ 16,292.68	$ 16,956.57
15% trab	$ 1,366.71	$ 1,745.88	$ 2,105.36	$ 2,443.90	$ 2,543.48
Util imp	$ 7,744.71	$ 9,893.29	$ 11,930.36	$ 13,848.78	$ 14,413.08
% Imp	$ -	$ -	$ 596.52	$ 692.44	$ 720.65
Util. Final	$ 7,744.71	$ 9,893.29	$ 11,333.85	$ 13,156.34	$ 13,692.43
10% res leg	$ 774.47	$ 989.33	$ 1,133.38	$ 1,315.63	$ 1,369.24
Util. Div	$ 6,970.24	$ 8,903.96	$ 10,200.46	$ 11,840.71	$ 12,323.18

Tabla # 57

Tabla de impuesto a la renta 2015 SRI

Fuente: SRI

Elaboración: Johanna Alomoto

TABLA DE IMPUESTO A LA RENTA AÑO 2015			
FRACCIÓN BASICA	EXCESO/HASTA	IMPUESTO FRACCIÓN BÁSICA	IMPUESTO FRACCIÓN EXCEDENTE
0	10800	0	
10800	13770	0	5%
13770	17210	149	10%
17210	20670	493	12%
20670	41330	908	15%
41330	61980	4007	20%
61980	82660	8137	25%
82660	110190	13307	30%
110190	en adelante	21566	35%

5.05.01 Flujo de caja

Tabla # 58

Flujo de caja

Fuente: Johanna Alomoto

Elaboración: Johanna Alomoto

FLUJO DE CAJA						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Utilidad		$ 7,744.71	$ 9,893.29	$ 11,333.85	$ 13,156.34	$ 13,692.43
Depreciación		$ 983.76	$ 983.76	$ 983.76	$ 270.50	$ 270.50
Amortización P.F		$ 120.00	$ 120.00	$ 120.00	$ 120.00	$ 120.00
Gtos. Financieros		$ 4,542.54	$ 2,644.02	$ 889.76		
Flujo operacional		$ 13,391.01	$ 13,641.08	$ 13,327.37	$ 13,546.84	$ 14,082.93
Ctn	-$ 28,292.48					$ 4,243.87
Act. Fijos	-$ 4,845.00					$ 726.75
Flujo neto	-$ 33,137.48	$ 13,391.01	$ 13,641.08	$ 13,327.37	$ 13,546.84	$ 19,053.55

5.05.02 Punto de equilibrio

Tabla # 59

Punto de equilibrio

Fuente: Johanna Alomoto

Elaboración: Johanna Alomoto

VENTAS	**$128,849.91**	
COSTO DE VENTAS	$ 90,194.94	C. VARIABLE
GASTOS DE VENTAS	$ 18,797.25	
sueldos y salarios	$ 16,347.25	C.FIJO
Propaganda e ina.	$ 2,450.00	C.VARIABLE
GASTOS ADMINISTRATIVOS	$ 6,203.76	
Sueldo químico farmacéutico	$ 3,000.00	C.FIJO
amort. Permisos funcionamiento	$ 120.00	FIJO
depreciaciones e. oficina	$ 44.50	C.FIJO
servicios básicos	$ 2,100.00	C.VARIABLE
depreciaciones muebles y e	$ 226.00	C.FIJO
depreciaciones E. computación	$ 713.26	C.FIJO
GASTOS FINANCIEROS	$ 4,542.54	C. FIJO
COSTOS FIJOS	$ 24,993.55	
COSTOS VARIABLES	$ 94,744.94	
TOTAL	$ 119,738.49	

5.06.01 Punto de equilibrio en días

$$PE = \frac{\$\ \ 24{,}993.55}{P.v.u - C.v.u}$$

$$PE = \frac{\$\ \ 24{,}993.55}{357.92 - 263.18}$$

$$PE = \frac{\$\ \ 24{,}993.55}{94.74}$$

$$PE = 263.82$$

5.06.02 Punto de equilibrio monetario:

$$P.E.monetario = \frac{costos\ fijos}{1 - \frac{C.v.u}{P.v.u}}$$

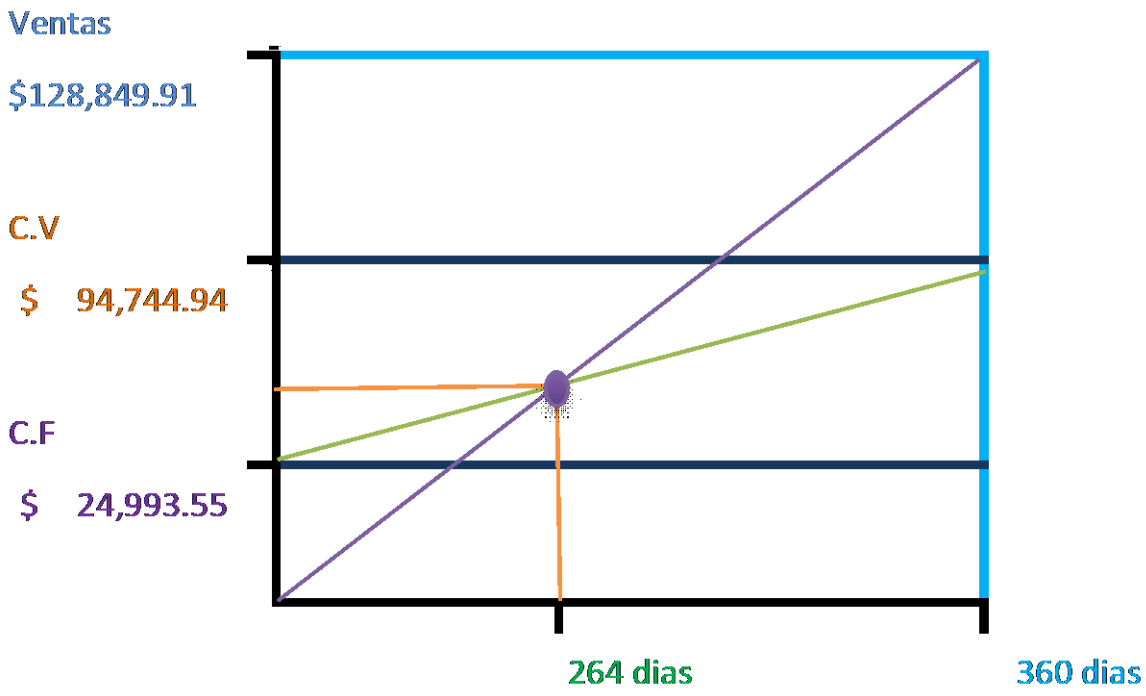
$$P.E.monetario = \frac{\$\ \ 24{,}993.55}{1 - \frac{263.18}{357.92}}$$

$$P.E.monetario = \$94{,}426.60$$

Análisis

El equilibrio monetario de los costos y gastos totales es de $94,426.60

Grafico:



5.07.01 T (MAR)

Tabla # 60

T (MAR)

Fuente: Johanna Alomoto

Elaboración: Johanna Alomoto

RIESGO PAIS	**5.69%**
El riesgo país es un índice que intenta medir el grado de riesgo que entraña un país para las inversiones extranjeras.	
Tasa de interés activa	5.18%
inflación	3.98%
TOTAL	14.85%

Análisis.- la tasa mínima de retorno de una inversión es de 14.85%, tomando e cuenta la inflación, tasa de interés activa y el porcentaje de riesgo país.

5.07.02 VAN

Tabla # 61

VAN

Fuente: Johanna Alomoto

Elaboración: Johanna Alomoto

AÑOS	FLUJO NETO	VAN
0	-$ 33,137.48	-$ 33,137.48
1	$ 13,391.01	$ 11,659.56
2	$ 13,641.08	$ 10,341.58
3	$ 13,327.37	$ 8,797.34
4	$ 13,546.84	$ 7,785.99
5	$ 19,053.55	$ 9,535.00
		$ 14,981.99

Análisis

Al realizar el análisis financiero se determina que la vida útil de la empresa, dentro de 5 años se genera un total de $ 14,981.99, en cuanto a recursos líquidos.

5.07.03 TIR

TABLA # 62

TIR

Fuente: Johanna Alomoto

Elaboración: Johanna Alomoto

AÑOS	FLUJO NETO	VAN
0	-$ 33,137.48	-$ 33,137.48
1	$ 13,391.01	$ 10,162.92
2	$ 13,641.08	$ 7,857.05
3	$ 13,327.37	$ 5,825.87
4	$ 13,546.84	$ 4,494.28
5	$ 19,053.55	$ 4,797.37
		$ 0.00

TIR=0.31763335

TIR=31.763335%

Análisis

La tasa interna de retorno es de 31.763335%, superior al T (MAR) que es de 14.85%, por lo tanto la inversión que se realice en la farmacia consta con una alta rentabilidad.

5.07.04 Razón beneficio costo

Tabla # 63

Razón beneficio costo

Fuente: Johanna Alomoto

Elaboración: Johanna Alomoto

R B/C	**$ 48,119.48**
	$ 33,137.48
	$ 1.45

Análisis

La razón beneficio costo da como resultado $1.45, lo que quiere decir que por cada dólar que se invierta, se obtiene 0.45 centavos de utilidad.

5.07.05 periodo de recuperación de la inversión

Tabla # 64

Periodo de recuperación de la inversión

AÑO 0	**-$ 33,137.48**
AÑO 1	$ 11,659.56
	-$ 21,477.92
AÑO 2	$ 10,341.58
	-$ 11,136.35
AÑO 3	$ 8,797.34
	-$ 2,339.00
AÑO 4	$ 7,785.99
	$ 5,446.99

Tabla # 65

PRI

PRI=	**$ 11,136.35**
	$ 8,797.34
	1.265876217
MESES	15.1905146
	0.1905146
DIAS	5.715438
	0.715438

Fuente: Johanna Alomoto

Elaboración: Johanna Alomoto

Análisis.-El tiempo a recuperar la inversión es de 15 meses, 5 días, teniendo una buena liquidez lo que representa el poder cancelar las deudas a corto plazo.

5.08 Coeficientes financieros

5.08.01 Margen bruto

$$Margen\ bruto = \frac{Utilidad\ bruta}{Ventas\ netas}$$

Tabla # 66

Margen bruto

Fuente: Johanna Alomoto

Elaboración: Johanna Alomoto

margen bruto	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
ut. Bruta	$ 38,654.97	$ 41,082.51	$ 43,662.49	$ 46,404.49	$ 49,318.69
vtas netas	$128,849.91	$ 136,941.68	$ 145,541.62	$ 154,681.64	$ 164,395.64
porcentaje	30%	30%	30%	30%	30%

Análisis

Con este indicador notamos que las ventas de la farmacia generaran un 30% de utilidad bruta en ventas

5.08.02 Margen neto

Es un coeficiente de rentabilidad que establece un porcentaje neto sobre las ventas al descontar los costos de ventas y otros egresos como gastos operacionales, no operacionales, participaciones e impuestos a la renta.

Margen neto = Utilidad neta / Ventas netas

Tabla # 67

Margen neto

Fuente: Johanna Alomoto

Elaboración: Johanna Alomoto

Margen neto	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
ut. Neta	$ 6,970.24	$ 8,903.96	$ 10,200.46	$ 11,840.71	$ 12,323.18
vtas netas	$128,849.91	$ 136,941.68	$ 145,541.62	$ 154,681.64	$ 164,395.64
porcentaje	5%	7%	7%	8%	7%

Análisis.-La utilidad neta es del 7% como promedio de los 5 años lo que indica que por cada dólar que se venda, se tendrá el 7% de utilidad neta.

CAPITULO VI

6.01 Análisis de impactos

En el presente proyecto se realiza un análisis prospectivo de los impactos que se generar en diferentes ámbitos e inclusive áreas, en lo cual se determinara los aspectos negativos y positivos que el proyecto generara, aplicándose tanto en lo cultural, social y económico.

Para realizar un análisis de impacto se ha escogido lo que a continuación se detalla:

- Determinación de las áreas o ámbitos a desarrollarse
- Relación numérica de los niveles de impacto de acuerdo a la siguiente tabla.

Tabla # 68

Ponderación de análisis de impactos

Fuente: Johanna Alomoto

Elaboración: Johanna Alomoto

PONDERACIÓN	NIVEL DE IMPACTO
0	no hay impacto
1	bajo
2	medio
3	alto

En cada área o ámbito determinado, una serie de indicadores, que representen el área o ámbito investigado.

- Establecemos la numeración o ponderación numérica sea este en positivo o negativo, dependiendo el nivel de impacto o incidencia.
- Se realiza la sumatoria de los niveles de impacto y de este valor, lo dividimos para el número de indicadores, obteniendo de manera final el nivel de impacto en cada área o ámbito. Al final se realiza un análisis o argumentación breve.

6.01.01 IMPACTO SOCIAL

La creación de la farmacia "TU PUNTO DE SALUD", va dirigida especialmente a la población del Barrio Francisco Yánez y los barrios a su alrededor, siendo estos los principales consumidores, ya que se plantea la necesidad principal de adquirir productos farmacéuticos que satisfagan sus necesidades.

Tabla # 69

Impacto social

Fuente: Johanna Alomoto

Elaboración: Johanna Alomoto

INDICADOR	
generar puestos de trabajo	3
apoyo para las familias de la comunidad	2
mejorar la calidad de vida	3
TOTAL	8
NIVEL DE IMPACTO	2.7
NIVEL DE IMPACTO SOCIAL	ALTO

Análisis

El proyecto pretende incidir puestos de trabajo, lo que ayudara a mejorar las condiciones laborales del sector lo que se manifiesta en acciones para dar mayor beneficio en la participación, formación, bienestar y salud, de igual manera se bajara los índices de desempleo existentes en el país, apoyando a las familias con una amplia gama de productos y precios a su alcance de sus necesidades y economía.

6.01.02 IMPACTO ECONÓMICO

Tabla # 70

Impacto económico

Fuente: Johanna Alomoto

Elaboración: Johanna Alomoto

INDICADOR	
generar empleo	3
rendimiento de la inversión	2
apoyar la parte laboral del país	2
generación de impuesto	2
TOTAL	9
NIVEL DE IMPACTO	2.3
NIVEL DE IMPACTO ECONÓMICO	MEDIO

Análisis

Con el presente proyecto se espera generar plazas de trabajo para los habitantes del Barrio Francisco Yánez, y con el tiempo ayudara al crecimiento económico tanto en el sector como en la provincia. Con respecto a la inversión se espera el crecimiento y la mejora de la misma por que se espera una ponderación positiva, la generación de impuesto ayudara al sector y al país con los diferentes ingresos y egresos económicos ya sea con los proveedores, con los consumidores y los productos farmacéuticos.

6.01.03 IMPACTO AMBIENTAL

Tabla # 71

Impacto ambiental

Fuente: Johanna Alomoto

Elaboración: Johanna Alomoto

INDICADOR	
contaminación acústica y visual	2
desechos	1
reciclaje y reutilización	3
uso excesivo de papel en varias actividades	2
TOTAL	8
NIVEL DE IMPACTO	2.0
NIVEL DE IMPACTO AMBIENTAL	MEDIO

Análisis

La destrucción de medio ambiente por parte de cada ciudadano aumenta en gran manera, y para su solución no es tan fácil ya que algunos son irreparables, sin embargo la farmacia "TU PUNTO DE SALUD", ubicada en el Barrio Francisco Yánez no afecta en gran manera la parte ambiental, pero de parte de los consumidores el impacto ambiental es bajo los desechos de los medicamentos por su mal uso, etc.

Cabe destacar que la farmacia manejara los medicamentos próximos a caducarse con los estándares adecuados, precaución y responsabilidad. Para ayudar a la sociedad y al ambiente se tomara en cuenta el reciclaje y reutilización de diversos tipos de materiales como son el cartón, vidrio, plástico, etc.

Tabla # 72

Nivel general de impacto

Fuente: Johanna Alomoto

Elaboración: Johanna Alomoto

NIVEL GENERAL DE IMPACTO	
NIVEL DE IMPACTO SOCIAL	2.7
NIVEL DE IMPACTO ECONÓMICO	2.3
NIVEL DE IMPACTO AMBIENTAL	2.0
TOTAL	6.9
IMPACTO GENERAL	2.31
NIVEL GENERAL DE IMPACTO	**MEDIO**

E proyecto en la parte de impactos generales se tiene como resultado un impacto medio, lo que deja observar que no es un impacto fuerte que afecte a la sociedad del sector.

CAPITULO VII

7.01 Conclusiones

Una vez concluido el presente tema del ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA FARMACIA INDEPENDIENTE, EN EL BARRIO FRANCISCO YÁNEZ SECTOR COTOCOLLAO, se pudo concluir lo siguiente.

- No existe una farmacia en el Barrio Francisco Yánez, donde la gente pueda recurrir a adquirir productos farmacéuticos a bajos costos.
- Al momento de realizar el estudio de mercado se determino que hay una demanda insatisfecha.
- La falta de calidad y diversidad de productos farmacéuticos que el sector requiere para sus necesidades, ocasiona que las personas en general se trasladen a grandes distancias, afectando su economía ya que al salir pierden tiempo y dinero.
- En la evaluación financiera se obtuvo los siguientes resultados: VAN de $ 18,688.47, con una tasa ajustada al riesgo país del 5.69%; TIR de 36.05222%; PRI de 11 meses, 1 día y 20 horas; R B/C de $ 1.56 , indicador que sustenta la realización del proyecto ya que por cada dólar invertido se recibirá 56 centavos de utilidad.
- Con estos resultados indica que el proyecto es factible para su ejecución.

7.02 Recomendaciones

Para la aplicación de este proyecto se recomienda lo siguiente:

- Poner en marcha el proyecto con el fin de que los pobladores del Barrio Francisco Yánez cuente con una farmacia que cumpla más allá de sus expectativas.
- Cubrir la demanda insatisfecha ofreciendo a los consumidores productos farmacéuticos de gran variedad y a cómodos precios.
- Evitar que los pobladores transcurran largas distancias para acceder a una farmacia y así adquirir medicamentos originales y genéricos de alta calidad, con el objetivo de mejorar la economía y el desarrollo del sector.
- Es recomendable que en la farmacia se tenga personal altamente capacitado con conocimientos plus ya sean operativos, legales y operativos, con actividades generales de cada trabajador.
- La farmacia debe elaborar estrategias de publicidad y aplicarlos en diferentes medios de comunicación para dar a conocer y promocionar la farmacia en el mercado y de esta manera incrementar la demanda
- Mantener un programa de capacitación tanto para el personal administrativo y operativo.
- Aumentar gradualmente las ventas anuales de tal manera que el margen bruto y el margen neto aumente en su porcentaje
- Mantener estándares de calidad tanto en productos, personal y servicio.

BIBLIOGRAFIA

- Martha Ofelia Ramírez Ramírez (2006)
- http://www.bvs.sld.cu/revistas/spu/vol32_4_06/spu16406.htm, párrafo 1-4)
- Tesis de FarinangoVinueza, Gabriela Alexandra, estudiante de la Universidad Tecnica del Norte (2014) "Estudio de factibilidad para la creación de una farmacia en el barrio El Olivo, de la ciudad de Ibarra"
- Tesis de Palacios Pérez, José Luis, estudiante de la Universidad Católica del Ecuador (2012) "Estudio de factibilidad para la creación de una farmacia de autoservicio en el cantón Pimampiro"
- Tesis de Pulgarin Lasso Paulina Mercedes, estudiante del Instituto Superior Cordillera (2014) "Proyecto de factibilidad para la creación de una farmacia en el Barrio La Roldos Norte de Quito D.M.Q."
- Banco Central de Ecuador. (2014).
- Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC)
- REGLAMENTO PARA PLANIFICACION NACIONAL DE FARMACIAS Y BOTIQUINES- www.lexis.com.ec
- www.elmayorportaldegerencia.com
- www.elmayorportaldegerencia.com
- (Lovelock, C. 2009).
- Administración De Zona (La Delicia)

- http://www.monografias.com/trabajos87/calculo-del-tamano-muestra/calculo-del-tamano-muestra.shtml#ixzz3MwjIQEml
- (Robert Johnson & Patricia Kuby (2005). Estadística elemental, lo esencial (3ª ed). Thomson)
- (http://www.economia.ws/oferta-y-demanda.php)
- (Paulo Nunes - Economista y Profesor Fecha de publicación: 26/08/2012)
- Mercado Libre Ecuador
- (Colegio de Farmacéuticos de Barcelona, 2015)
- http://www.definicionabc.com/salud/medicamento.php#ixzz3Qi3Fq3sz

Anexos

Anexo no. 1

ENCUESTA

El objetivo de esta encuesta es recopilar información sobre la factibilidad de la creación de una farmacia independiente, previa a la obtención a la tecnología profesional.

Nombre: _____ Edad: _____ Fecha: _____

Marque con una X en las casillas correspondientes a sus respuestas

- En que farmacia consume habitualmente

Sana Sana ( ) Fybeca ( ) Farmacias Cruz Azul ( ) Farma-enlace ( ) Otros ( )

Especifique _____

- ¿porque razón compra en esa farmacia?

Ubicación ( ) variedad de productos ( ) Precio ( ) atención ( )

- Su frecuencia de compra en una farmacia es:

Diario ( ) semanal ( ) mensual ( ) anual ( )

- ¿Aproximadamente cuanto invierte mensualmente en la compra productos en la farmacia?

1-5 ( ) 6-10 ( ) 11-20 ( ) 21-40 ( ) 41$ o más ( )

- ¿En las farmacias donde usted consume habitualmente, se siente a gusto con el trato que le brindan?

Si ( ) no ( )

- ¿Qué cree que es lo más importante al momento de realizar sus compras?

  Cómodos precios ( ) Buena atención ( ) Variedad ( )

- Cree usted que es necesario que en el Barrio Francisco Yánez exista una nueva farmacia?

  Si ( ) No ( )

- ¿De crearse una nueva farmacia en el sector usted estaría dispuesto a consumir en la misma?

  Si ( ) no ( )

- ¿Qué características le gustaría que disponga la farmacia?

  Atención 24 horas ( ) Personal capacitado ( ) Precios justos ( )

- ¿cuáles son sus medicamentos de preferencia?

  Genéricos ( ) De marca ( )