



INSTITUTO TECNOLÓGICO
"CORDILLERA"

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE BOTICAS Y FARMACIAS

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA FARMACIA EN
LA PARROQUIA DE ZAMBIZA, DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO,

2014

Proyecto de investigación previo a la obtención del título de Tecnóloga

Administración de Boticas y Farmacias

Autora: Pillalaza Corral Tania Elizabeth

Tutora: Eco. Jessica Erazo

Quito, Abril 2014



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.

Tania Elizabeth Pillalaza Corral

C.I 171830957-6



CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Tania Elizabeth Pillalaza Corral alumna de la Escuela de Salud, libre y voluntariamente cedo los derechos de autor de mi investigación en favor Instituto Tecnológico Superior "Cordillera".

C.I. 171830957-6



AGRADECIMIENTO

Gracias a mis padres por su constante e incondicional apoyo brindado.

Gracias a la Eco. Jessica Erazo y al Eco. Lenin paredes, por el valioso aporte profesional y humano brindado en el transcurso de este semestre y por la ayuda brindada en la culminación de mi carrera.

Gracias a mis maestros.



DEDICATORIA

A mis padres por su apoyo incondicional

A mis maestros por el conocimiento impartido



INDICE GENERAL

DECLARACIÓN DE APROBACIÓN TUTOR LECTOR.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE.....	ii
DECLARACIÓN DE CESIÓN DE DERECHOS A LA INSTITUCIÓN	iiii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA	v
INDICE GENERAL.....	vi
INDICE DE TABLAS	xiii
INDICE DE FIGURAS.....	xxv
RESUMEN EJECUTIVO	xvii
ABSTRACT.....	xviii
CAPÍTULO I.....	1
1.01 Justificación.....	1
1.02 Antecedentes	3
CAPÍTULO II	6
Macro entorno	6
2.01 Ambiente externo.....	6
2.01.01 Factor económico	6
2.01.01.01 Inflación	6
2.01.01.02 Producto Interno Bruto.....	8



2.01.01.03 Producto Interno Bruto por sectores	9
2.01.02.03 Tasas de interés	10
2.01.02.03.01 Tasa de interés activa	10
2.01.02.03.02 Tasa de interés pasiva.....	12
2.01.02 Factor social	13
2.01.02.01 Desempleo.....	13
2.01.02.02 Población Económicamente Activa (PEA)	14
2.01.02.03 Delincuencia.....	15
2.01.03 Factor legal.....	16
2.01.03.01 Proceso para la asignación de cupos para farmacias y botiquines	16
2.01.03.02 Asignación del uso de cupos para farmacias y botiquines.....	17
2.01.04 Factor tecnológico.....	19
2.02 Entorno local	20
2.02.01 Análisis de las Fuerzas de Porter	20
2.02.01.01 Amenaza de nuevos competidores	20
2.02.01.02 Poder de negociación de los clientes.....	21
2.02.01.03 Poder de negociación de los proveedores	22
2.02.01.04 Rivalidad entre competidores.....	22
2.02.01.05 Amenaza de productos sustitutos	23
2.03 Análisis Interno	24
2.03.01 Propuesta estratégica.....	24



2.03.01.01 Misión	24
2.03.01.02 Visión	24
2.03.01.03 Valores	24
2.03.01.04 Políticas	25
2.03.02 Gestión administrativa	25
2.03.03 Gestión operativa	28
2.03.04 Gestión comercial.....	29
2.04 Análisis FODA.....	30
2.04.01 Matriz MEFI	31
CAPÍTULO III.....	36
3.01 Análisis del consumidor.....	36
3.01.02 Determinación de la población y muestra.....	36
3.01.02.01 Población.....	36
3.01.02.02 Muestra.....	37
3.01.02 Obtención de la información.....	38
3.01.02.01 Encuesta	38
3.01.03 Análisis de la información	39
3.02 Oferta.....	50
3.02.01 Oferta histórica.....	50
3.02.02 Oferta actual	51
3.02.03 Oferta proyectada.....	52



3.03 Demanda	52
3.03.01 Demanda Actual.....	53
3.03.02 Demanda proyectada.....	55
3.04 Balance oferta – demanda	55
3.04.01 Balance actual	55
4.03 Ingeniería del producto	65
4.03.01 Definición del ByS.....	65
4.03.02 Distribución de la planta	65
4.03.03 Maquinaria y equipos.....	69
4.03.03.01 Maquinaria	69
4.03.03.02 Equipos.....	69
Capítulo V	70
5.01 Ingresos	70
5.01.02 Ingresos operacionales	70
5.01.03 Ingresos no operacionales	71
5.02 Costos.....	71
5.02.01 Costos directos	71
5.02.02 Costos indirectos	73
5.02.03 Gastos administrativos	74
5.02.04 Gastos financieros	78
5.02.05 Gastos de ventas.....	81



5.03 0Inversiones del proyecto	83
5.03.01 Activos fijos	84
5.03.02 Activos nominales.....	84
5.03.03 Capital de trabajo	85
5.03.04 Estado de situación inicial.....	85
5.3.5 Fuentes de financiamiento y uso de fondos	86
Capítulo VI.....	88
6.01 Pronóstico financiero	89
6.01.01 Estado de pérdidas y ganancias.....	89
6.01.02 Flujo de caja	91
6.01.03 Punto de equilibrio	92
6.01.03.01 Punto de equilibrio en días.....	92
6.01.03.02 Punto de equilibrio monetario:.....	93
6.02 Evaluación financiera.....	94
6.02.01 T(MAR)	94
6.02.03 TIR	95
6.02.04 Razón beneficio costo	96
6.02.05 Periodo de recuperación de la inversión	97
6.02.06 Coeficientes financieros	98
6.02.06.01 Margen bruto	99
6.02.06.02 Margen neto	100



6.03 Análisis de impactos	101
6.03.01 Impacto ambiental	101
6.03.02 Impacto económico	102
Capítulo VII	104
7.01 Conclusiones	104
7.02 Recomendaciones.....	105
Bibliografía:	106
Anexos	107
Encuesta	107



INDICE DE TABLAS

Tabla 1 La Inflación	6
Tabla 2 Producto Interno Bruto	8
Tabla 3 Producto Interno Bruto por sectores	9
Tabla 4 Tasa de interés activa	11
Tabla 5 Tasa de interés pasiva	12
Tabla 6 Desempleo.....	13
Tabla 7 Población Económicamente Activa (PEA)	14
Tabla 8 Matriz MEFI	31
Tabla 9 Matriz MEFE	33
Tabla 10 Matriz FODA	34
Tabla 11 Población	36
Tabla 12 Población	37
Tabla 13 Pregunta No. 1.....	39
Tabla 14 Pregunta No. 2.....	41
Tabla 15 Pregunta No. 3.....	42
Tabla 16 Pregunta No.4	43
Tabla 17 Pregunta No. 5.....	44
Tabla 18 Pregunta No. 6.....	45
Tabla 19 Pregunta No. 7.....	46
Tabla 20 Pregunta No. 8.....	47
Tabla 21 Pregunta No. 9.....	48
Tabla 22 Pregunta No. 10.....	49
Tabla 23 Oferta histórica.....	50
Tabla 24 Oferta actual.....	51
Tabla 25 Oferta proyectada	52



Tabla 26 Demanda Actual	53
Tabla 27 Demanda Actual	53
Tabla 28 Demanda Actual	53
Tabla 29 Demanda proyectada	55
Tabla 30 Balance actual	55
Tabla 31 Balance proyectado.....	56
Tabla 32 Capacidad demandada	58
Tabla 33 Rol de pagos	59
Tabla 34 Localización óptima	63
Tabla 35 Equipos	69
Tabla 36 Ingresos operacionales.....	70
Tabla 37 Costos directos	72
Tabla 38 Costos indirectos	73
Tabla 39 Gastos administrativos	74
Tabla 40 Rol de pagos del Químico Farmacéutico	75
Tabla 41 Depreciación de Equipos de computación.....	76
Tabla 42 Depreciación de Equipos de oficina	77
Tabla 43 Depreciación de Muebles y enseres.....	78
Tabla 44 Gastos financieros	79
Tabla 45 Tabla de amortización	80
Tabla 46 Gastos de ventas	82
Tabla 47 Gastos de ventas	82
Tabla 48 Rol de pagos Administrador y Cajero:.....	83
Tabla 49 Activos fijos	84
Tabla 50 Activos nominales	85
Tabla 51 Capital de trabajo	85



Tabla 52 Estado de situación inicial	86
Tabla 53 Fuentes de financiamiento y uso de fondos	87
Tabla 54 Fuentes de financiamiento y uso de fondos	88
Tabla 55 Estado de pérdidas y ganancias	89
Tabla 56 Tabla de Impuesto a la Renta Año 2014.....	90
Tabla 57 Tabla de Impuesto a la Renta Año 2014.....	91
Tabla 58 Flujo de caja.....	91
Tabla 59 Punto de equilibrio	92
Tabla 60 T(MAR).....	94
Tabla 61 VAN.....	95
Tabla 62 TIR.....	96
Tabla 63 Razón beneficio costo	97
Tabla 64 Periodo de recuperación de la inversión.....	98
Tabla 65 Periodo de recuperación de la inversión.....	98
Tabla 66 Margen bruto	99
Tabla 67 Margen neto.....	100



INDICE DE FIGURAS

Figura 1 Inflación.....	7
Figura 2 Producto Interno Bruto	8
Figura 3 Producto Interno Bruto por sectores	9
Figura 4 Tasa de interés activa.....	11
Figura 5 Tasa de interés pasiva	12
Figura 6 Desempleo	13
Figura 7 Población Económicamente Activa (PEA)	14
Figura 8 Delincuencia	15
Figura 9 Factor tecnológico.....	19
Figura 10 Análisis de las Fuerzas de Porter	20
Figura 11 Gestión administrativa	25
Figura 12 Gestión operativa	28
Figura 13 Pregunta No. 1.....	39
Figura 14 Pregunta No. 2.....	41
Figura 15 Pregunta No. 3.....	42
Figura 16 Pregunta No. 4.....	43
Figura 17 Pregunta No. 5.....	44
Figura 18 Pregunta No. 6.....	45
Figura 19 Pregunta No. 7.....	46
Figura 20 Pregunta No. 8	47
Figura 21 Pregunta No. 9	48
Figura 22 Pregunta No. 10	49
Figura 23 Oferta actual	51
Figura 24 Demanda Actual.....	54



Figura 25 Macro localización.....	60
Figura 26 Micro localización.....	61
Figura 27 Localización óptima.....	62
Figura 28 Localización óptima.....	64
Figura 29 Áreas de la farmacia "Salud y Vida"	67
Figura 30 Plano de la farmacia "Salud y Vida"	68
Figura 31 Fuentes de financiamiento y uso de fondos	87



Resumen ejecutivo

El presente proyecto se basa en un estudio de factibilidad para la creación de una farmacia en la Parroquia de Zambiza, distrito metropolitano de Quito, año 2014.

Con el fin de brindar una solución a las necesidades de los habitantes de la Parroquia, se realiza un análisis aplicando técnicas como la encuesta para determinar así el proyecto tiene aceptación por parte de los habitantes. Y se logra determinar que la poca accesibilidad a los medicamentos es el principal problema que aqueja a la población.

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 la Parroquia es una oportunidad óptima.

Y finalmente 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 para la población.

Abstract

This project is based is a feasibility study for the creation of a pharmacy in the Parish Zambiza, metropolitan district of Quito, 2014.

In order to provide a solution to the needs of the citizens of the Parish, an analysis using techniques such as surveys to determine the project is well accepted by the people is done. And be able to determine that the poor accessibility to drugs is the main problem affecting the population.

Once the problem given an evaluation of suppliers, customers, competitors and substitute products so that you get to support the creation of a pharmacy in the parish is a great opportunity is realized.

And finally a forecast and financial evaluation where able to determine that the project is viable and feasible in achieving profitability and benefits to the population is performed.

CAPÍTULO I

1.01 Justificación

El acceso de la población a medicamentos y servicios de salud aumenta paulatinamente. Según la Organización Mundial de la Salud la facilidad para adquirir medicamentos es de vital importancia para que todo el mundo goce del grado máximo de salud.

Las farmacias brindan atención a las personas y se deben contar con los medicamentos esenciales para brindar una atención de calidad.

Sin embargo, aún existen carencias en ciertas áreas lo que conlleva a que el bajo alcance de las farmacias en pueblos alejados, deje a pacientes en críticos estados de salud. El presente proyecto busca cubrir las necesidades de los clientes con la obtención de medicamentos de una manera práctica, confiable y segura.

Zambiza es una Parroquia ubicada al nor-este de la ciudad de Quito con un crecimiento demográfico gradual. En la actualidad cuenta con una población de 6 mil habitantes que al no contar con una farmacia se ven obligados a dirigirse a otros lugares para solventar sus necesidades, lo que ocasiona un malestar general en la población.

Con la creación de este proyecto busca que los habitantes de la parroquia de Zambiza cuenten con una fácil accesibilidad de medicamentos brindándoles seguridad, eficiencia y eficacia en la comercialización de productos farmacéuticos que sean de calidad y con variedad de precios y en marcas de diferentes laboratorios farmacéuticos.

Un estudio de mercado permitirá conocer a fondo la situación social, económica y cultural de los habitantes de la Parroquia, además de sus necesidades y ayudará a determinar si el proyecto es factible o no, analizando a la demanda insatisfecha mediante técnicas de investigación que permitan obtener la información necesaria, con el fin de buscar una solución a la problemática antes mencionada.

El proyecto implica iniciar acciones para el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes de la parroquia de Zambiza, contribuyendo así a su crecimiento económico social, cultural y laboral. Además se identifican los impactos y riesgos más relevantes en la comercialización de productos farmacéuticos.

Finalmente se determina que la creación de una farmacia en la Parroquia de Zambiza es factible y genera rentabilidad.

1.02 Antecedentes

- Palacios José Luis (2011). Estudio de Factibilidad para la creación de una Farmacia de Autoservicio en el Cantón de Pimampiro, Tesis para la obtención del título de Ingeniería Comercial, Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Ibarra-Ecuador

En la Tesis para la obtención del título de Ingeniería Comercial de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, se realizó una investigación, para determinar la factibilidad de la creación de una farmacia de autoservicio en el Cantón Pimampiro. Como resultado del estudio de mercado y de las encuestas aplicadas a personas, así como también la observación directa relacionadas con el tema de la presente investigación, se determinó que una de las problemáticas que aqueja al Cantón Pimampiro, es la de no contar con farmacias grandes o medianas en las que se pueda encontrar variedad de productos farmacéuticos a diversos precios lo cual limita a los habitantes en la adquisición de medicamentos.

Se realizó un análisis a los comercializadores y consumidores aplicando técnicas de investigación como son: encuestas, observación directa y entrevistas, para determinar objetivamente algunos aspectos importantes del proyecto.

En la tesis mencionada se determina que la actividad farmacéutica es rentable capaz de generar recursos económicos y posicionamiento en el mercado local y nacional, aportando positivamente a la economía del País.

- Bósquez Remache, Marcela Susana (2012). Estudio de factibilidad para la creación de una farmacia municipal en la Parroquia de Tabacundo del Cantón Pedro Moncayo. Tesis para la obtención del título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría. Carrera de Contabilidad y Auditoría. Universidad Central del Ecuador, Quito-Ecuador

Mediante un análisis de la situación geográfica del Cantón Pedro Moncayo en la Tesis para la obtención del título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría. Carrera de Contabilidad y Auditoría se determina quién es la oferta, demanda, competencia y el beneficio que lleva consigo la creación de la farmacia. Se buscaron los principales requerimientos que se necesitaron para la implementación de la Farmacia en el cantón, un presupuesto para determinar el flujo de caja y la recuperación de la inversión, cómo se establece la empresa estructural y organizacionalmente. Y se llegó a comprobar que es un proyecto viable debido a que los habitantes del cantón de Pedro Moncayo se benefician con la creación de la Farmacia.

- Andrade Herrera, Miguel Ángel (2013). Estudio de factibilidad para la creación de una farmacia con franquicia de la cadena farmacéutica Cruz Azul en el sector de la Av. Amazonas del Cantón Milagro. Tesis para la obtención del título de Ingeniería Comercial. Universidad Estatal de Milagro. Milagro-Ecuador.

Se realizó una muestra de la población para comprobar la necesidad de este tipo de establecimientos, además se realizó una encuesta con el objetivo de conocer el criterio de las personas sobre la creación de una farmacia en el sector de la Amazonas, una vez obtenidos los datos de esta herramienta se procedió a realizar la

interpretación de los resultados donde se constató que la mayoría de la ciudadanía les agrada la propuesta, donde se detalla todo lo concerniente. También se realizó un detalle de gastos y la inversión total de esta propuesta, y se llegó a la conclusión de que la Farmacia aporta al desarrollo organizacional de una nueva alternativa empresarial, que son las franquicias.

CAPÍTULO II

Macro entorno

2.01 Ambiente externo

2.01.01 Factor económico

2.01.01.01 Inflación

La inflación es una medida económica que indica el crecimiento generalizado de los precios de bienes, servicios y factores productivos 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). <http://www.bce.fin.ec/>

Tabla 1 Inflación

Año	Inflación
2009	4,31%
2010	3,33%
2011	5,41%
2012	4,16%
2013	4,40%

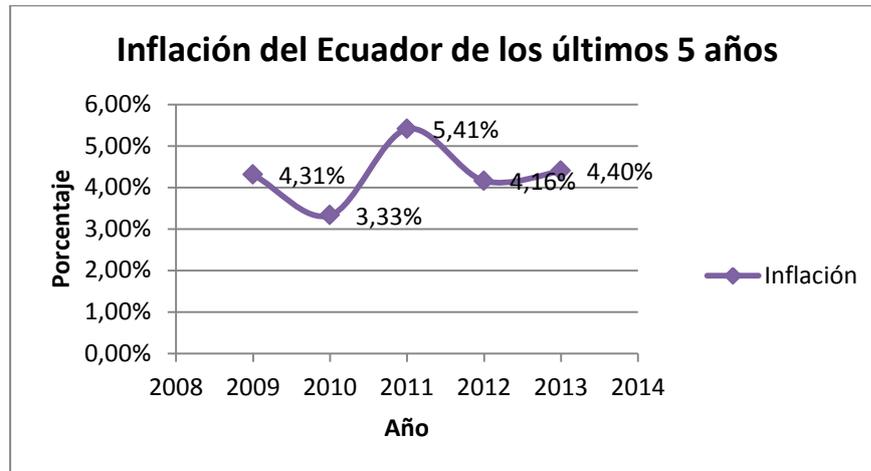


Figura 1 Inflación

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaboración: Tania Pillalaza

Análisis:

La inflación para el año 2014 se proyecta que se cerrará con un porcentaje de 3.2%, lo que indica que se mantendrá una estabilidad en los precios al consumidor.

Considerando que los indicadores económicos han sido favorables los últimos años representa una oportunidad favorable para la creación de la Farmacia.

2.01.01.02 Producto Interno Bruto

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

Banco Central de Ecuador. (2014)

Tabla 2 Producto Interno Bruto

Año	Porcentaje
2009	3,23%
2010	3,20%
2011	7,80%
2012	4,80%
2013	3,50%

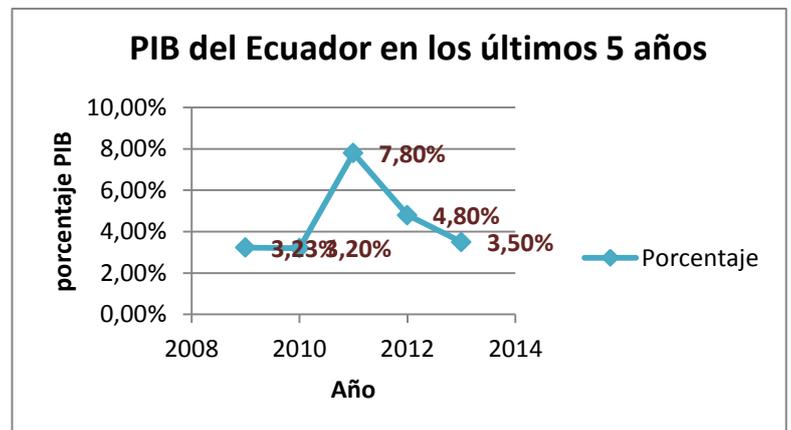


Figura 2 Producto Interno Bruto

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaboración: Tania Pillalaza

Análisis:

El PIB en el Ecuador tiene un aumento del 4.5%, lo que es propicio para la creación de la Farmacia en la Parroquia de Zambiza porque representa que la empresa puede ser competitiva y aportar al crecimiento económico del país.

2.01.01.03 Producto Interno Bruto por sectores

El crecimiento del PIB se da por las actividades económicas de varios sectores, entre los cuales se encuentra la Enseñanza, servicios sociales y Salud.

Tabla 3 Producto Interno Bruto por sectores

Año	PIB por sectores
2009	1,52%
2010	1,60%
2011	1,24%
2012	1,32%
2013	1,68%

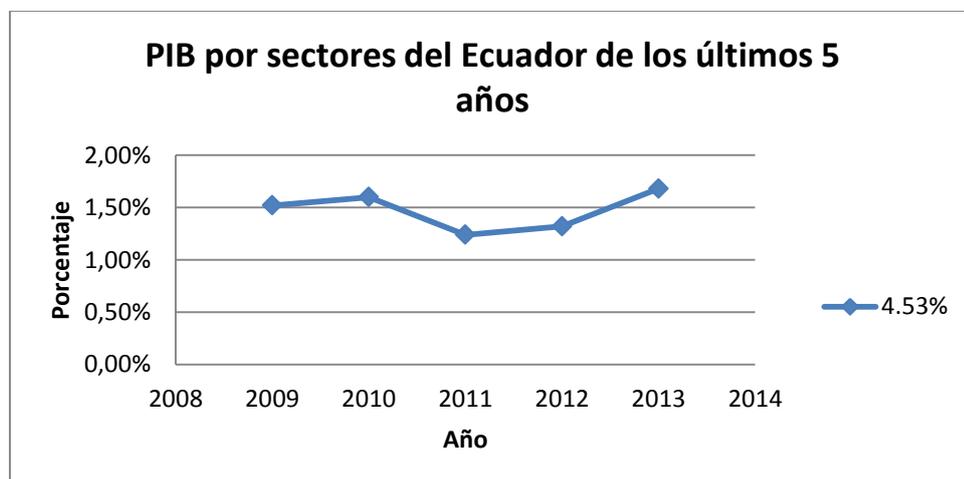


Figura 3 Producto Interno Bruto por sectores

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaboración: Tania Pillalaza

Análisis:

El sector de la enseñanza, servicios sociales y Salud, aportan al total del PIB en un promedio de 1,47%. Este indicador es una oportunidad para la Farmacia "Salud y Vida" porque existe un crecimiento paulatino en los últimos 5 años.

2.01.02.03 Tasas de interés

La tasa de interés es el precio del dinero en el mercado financiero. Al igual que el precio de cualquier producto, cuando hay más dinero la tasa baja y cuando hay escasez sube.

Las tasas de interés son el precio del dinero. Si una persona, empresa o gobierno requiere de dinero para adquirir bienes o financiar sus operaciones, y solicita un préstamo, el interés que se pague sobre el dinero solicitado será el costo que tendrá que pagar por ese servicio.

http://www.economia.com.mx/tasas_de_interes.htm

2.01.02.03.01 Tasa de interés activa

Es la tasa de interés que reciben los intermediarios financieros de los demandantes por los préstamos otorgados. Esta tasa de interés permite al intermediario financiero cubrir los costos administrativos, dejando utilidad.

Banco Central de Ecuador. (2014)

Tabla 4 Tasa de interés activa

Año	Tasa de interés activa
2009	8,17%
2010	8,17%
2011	8,17%
2012	8,17%
2013	8,17%



Figura 4 Tasa de interés activa

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaboración: Tania Pillalaza

Análisis:

En los últimos años la tasa de interés activa se ha mantenido constante. Es un punto a favor para la creación de la Farmacia en la Parroquia de Zambiza porque al ser un negocio nuevo se necesita de un crédito bancario que es óptimo de realizar con la estabilidad de las tasas de interés.

2.01.02.03.02 Tasa de interés pasiva

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

Banco Central de Ecuador. (2014)

Tabla 5 Tasa de interés pasiva

Año	Tasa de interés pasiva
2009	4,53%
2010	4,53%
2011	4,53%
2012	4,53%
2013	4,53%



Figura 5 Tasa de interés pasiva

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaboración: Tania Pillalaza

Análisis: Considerando que la tasa de interés pasiva se ha mantenido en 4.53%, representa una amenaza, a razón de que el dinero de la utilidad generada por la farmacia que se invierta en el banco será bajo

2.01.02 Factor social

2.01.02.01 Desempleo

Se alude al desempleo como la falta de actividad laboral. Esta situación se traduce en la imposibilidad de trabajar pese a la voluntad de la persona.

Desempleo. (2012). <http://www.elblogsalmon.com/conceptos>

Tabla 6 Desempleo

Año	Porcentaje
2009	7,93%
2010	6,11%
2011	5,07%
2012	5%
2013	4,55%

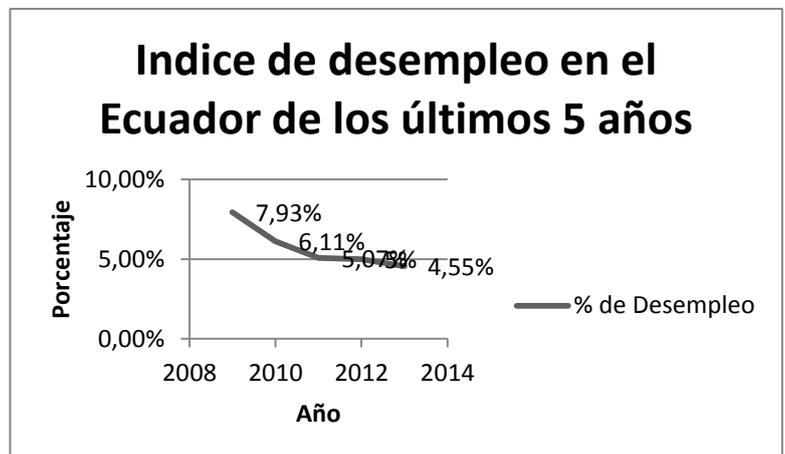


Figura 6 Desempleo

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)

Elaboración: Tania Pillalaza

Análisis: Según los datos estadísticos el desempleo en el Ecuador ha ido en decrecimiento. Cabe recalcar que se requieren tasas más elevadas de crecimiento económico y que se mantengan por largo tiempo para que ello se refleje en una real reducción de la pobreza. Sin embargo esta reducción del desempleo es conveniente para la Farmacia debido a que los jefes de hogar podrán tener las posibilidades para adquirir los medicamentos y solventar sus necesidades.

2.01.02.02 Población Económicamente Activa (PEA)

La población económicamente activa (PEA) es la cantidad de personas que se han incorporado al mercado de trabajo, es decir, que tienen un empleo y/o que lo buscan actualmente. Se pueden excluir de esta definición a las amas de casa, estudiantes, jubilados, incapacitados para el trabajo, rentistas y reclusos.

El Banco Mundial: Datos

Tabla 7 Población Económicamente Activa (PEA)

Año	PEA
2009	38,80%
2010	45,60%
2011	49,90%
2012	52,07%
2013	50,37%

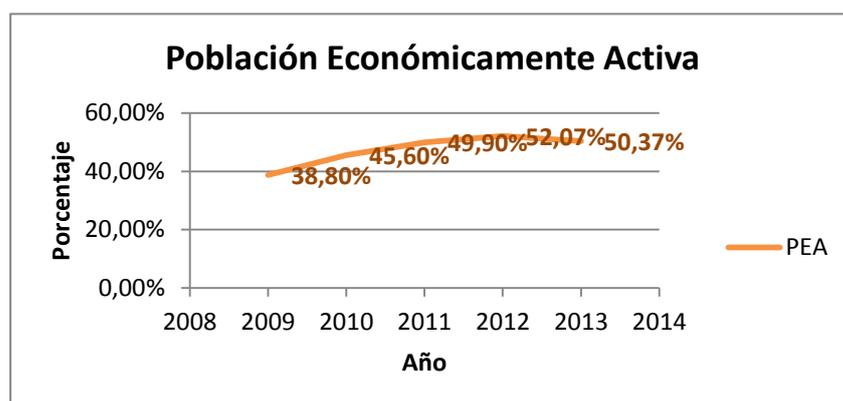


Figura 7 Población Económicamente Activa (PEA)

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)

Elaboración: Tania Pillalaza

Análisis: 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 de la Parroquia de Zambiza tendrán la capacidad económica para adquirir medicamentos.

2.01.02.03 Delincuencia

La delincuencia se refiere a un conjunto de actos en contra de la ley, tipificados por la ley y merecedores de castigo por la sociedad, en diferentes grados. Se podría definir también como una conducta por parte de una o varias personas que no coinciden con las requeridas en una sociedad determinada, que atentas contra las leyes de dicha sociedad.

Blogspot La-Delincuencia. (2011)

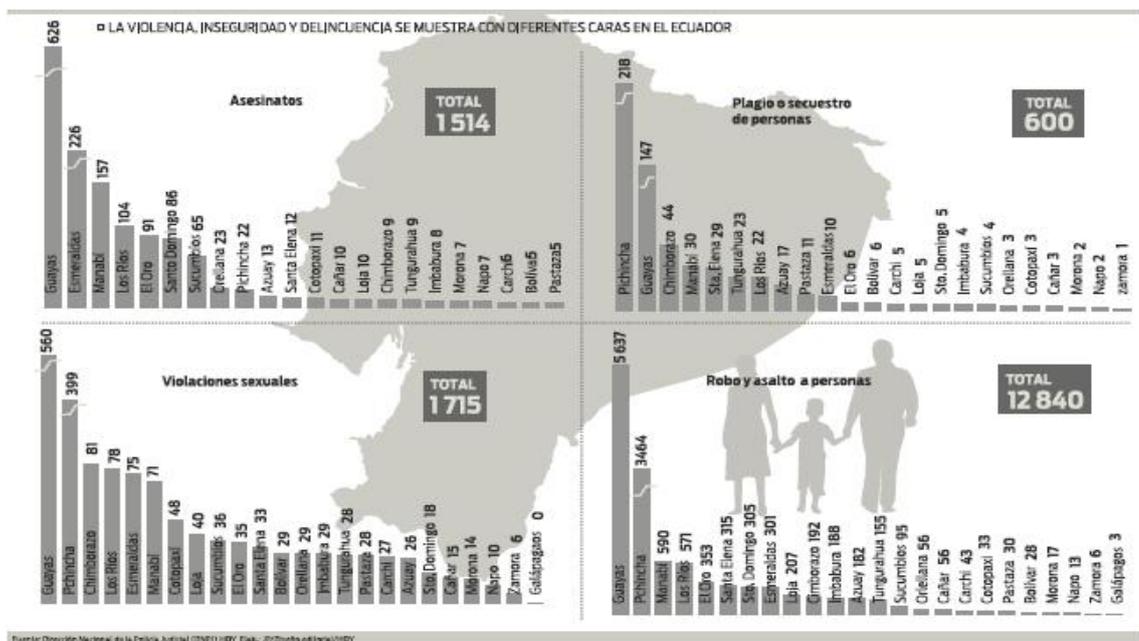


Figura 8 Delincuencia

Análisis:

El Ecuador atraviesa por un periodo de violencia muy grave debido a la pobreza y a la falta de empleo, este factor es perjudicial y representa una amenaza para la Farmacia, puesto que no se está exento ser víctima de un atraco, teniendo en cuenta que los delitos contra la propiedad, como lo robos son los más frecuentes.

2.01.03 Factor legal

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

SECCIÓN I

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. 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 cupos en las zonas de difícil acceso.

Art. 6.- En los centros comerciales por cada cincuenta mil (50.000) metros cuadrados de construcción de área comercial se asignará el uso de un cupo de farmacia, el cual estará sujeto a la aprobación en la Planificación Nacional de Farmacias y Botiquines.

En aquellos centros comerciales que tengan intervalos entre quince mil (15.000) y cincuenta mil (50.000) metros cuadrados de construcción se asignará el uso de un



cupo de farmacia, y estará sujeto a la aprobación en la Planificación Nacional de Farmacias y Botiquines.

Art. 7.- Las farmacias institucionales o farmacias internas que funcionan al interior de los establecimientos de la Red Pública Integral de Salud -RPIS-, y de los establecimientos de salud privados de segundo y tercer nivel, cuyo objetivo es la atención exclusiva a los pacientes de estas casas de salud, siempre que no tengan puerta de acceso al público en general, no están sujetas a la Planificación Nacional de Farmacias y Botiquines para su instalación y funcionamiento.

2.01.03.02 Asignación 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), o quien ejerza sus competencias, asignará en el plazo de 15 días el uso del cupo disponible en la Planificación Nacional de Farmacias y Botiquines a las personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras conforme al orden de ingreso de las solicitudes receptadas. La asignación para el uso del cupo se realizará mediante la emisión de un código secuencial alfa 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 jurídica, nacional o extranjera a quien se le otorgó el uso del cupo ingresará la solicitud y los requisitos para obtener el permiso de funcionamiento.

En caso de que la persona natural o jurídica, nacional o extranjera no obtenga el respectivo permiso de funcionamiento en el plazo establecido en el inciso anterior, el uso del cupo asignado será cancelado, y el mismo será reasignado al siguiente usuario que ingresó la solicitud en el Sistema SIPLAFAR, y así sucesivamente.

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, la transferencia de dominio de los mencionados establecimientos se realizará de conformidad a lo señalado en el Reglamento de Control y Funcionamiento de los Establecimientos Farmacéuticos y sus reformas.

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

2.01.04 Factor tecnológico

Kardex es una herramienta que permite realizar un seguimiento del inventario de mercadería y de sus costos respectivos. En el Kardex se registra cada producto que se compre o que se venda quedando como resultado el saldo final de la mercancía.

En la Farmacia "Salud y Vida" el uso del Kardex facilitará el almacenaje de medicamentos de tal manera que se aproveche el máximo del espacio en una superficie mínima y que, en forma ordenada, contiene todos los medicamentos disponibles para ser despachados a nuestros clientes, en el cual es posible saber en cualquier momento el stock de cada producto.

Programa de Kardex

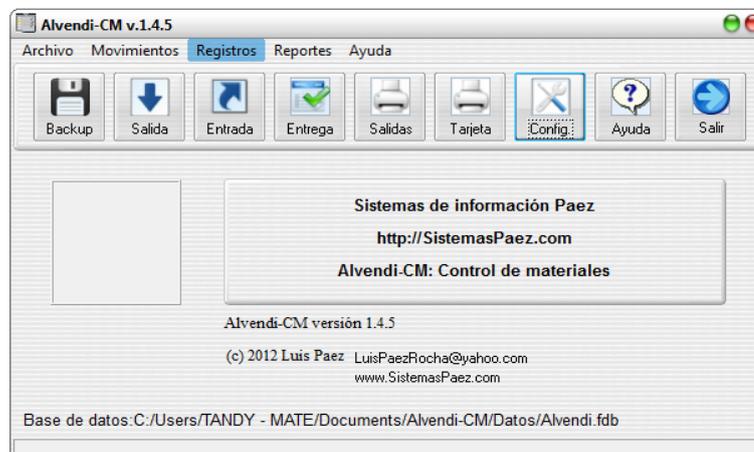


Figura 9 Factor tecnológico

2.02 Entorno local

2.02.01 Análisis de las Fuerzas de Porter

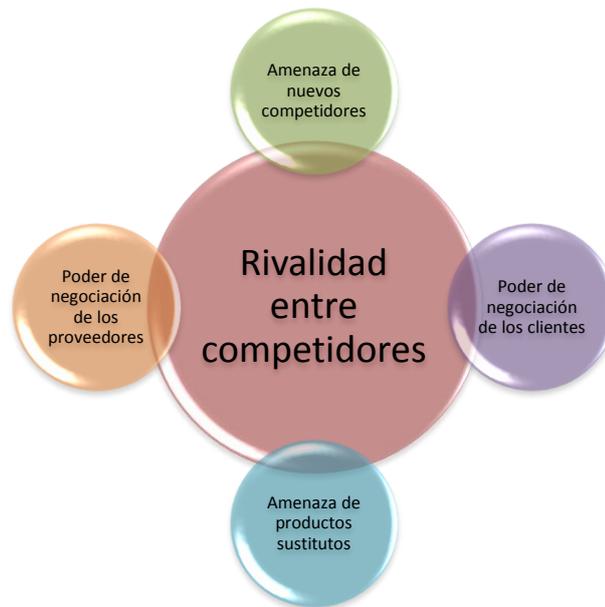


Figura 10 Análisis de las Fuerzas de Porter

2.02.01.01 Amenaza de nuevos competidores

Barreras de entrada:

Las barreras de entrada son las dificultades u obstáculos que una empresa o nuevo emprendedor se puede encontrar en el camino a la hora de introducirse en el mercado. Por tanto, las barreras de entrada también se podrían calificar como una medida de competitividad de un mercado.

El mercado o el segmento no son atractivos dependiendo de si las barreras de entrada son fáciles de atravesar por nuevos participantes los cuales puedan captar una parte del mercado.

www.gerience.com

Una de las barreras de entrada más significativas es la identificación de la marca. Los clientes tienen mayor credibilidad hacia las cadenas farmacéuticas. Cabe mencionar que la Farmacia "Salud y Vida" contará con proveedores que comercializan con laboratorios reconocidos, por lo tanto en esta farmacia, la marca también podrá ser una ventaja competitiva y por lo tanto una oportunidad para la farmacia.

2.02.01.02 Poder de negociación de los clientes

Cientes:

Es cualquier agente económico en tanto consume bienes y servicios. Todas las personas son consumidoras ya que utilizan bienes o servicios para satisfacer sus necesidades. El Consumidor es el demandante de los Bienes finales que se ofrecen en el Mercado y, por lo tanto, quien selecciona entre los mismos cuáles habrá de comprar.

www.promonegocios.net

Para los clientes un negocio resulta atractivo si el producto que van a adquirir tiene varios sustitutos, si es diferenciado y si es de bajo costo. Lo que corresponde a una oportunidad para la farmacia "Salud y Vida"

Cabe mencionar que los precios de los medicamentos están fijados por el Reglamento General para la fijación, revisión y control de los precios de los medicamentos de uso humano. Sin embargo en la Farmacia "Salud y Vida" se ofrecerán productos que cumplirán con las expectativas de los clientes en materia de mayor calidad, servicios y accesibilidad de precios.

2.02.01.03 Poder de negociación de los proveedores

Proveedores:

Un proveedor puede ser una persona o una empresa que abastece a otras empresas con existencias los cuales serán transformados para venderlos posteriormente o directamente se compran para su venta.

Estas existencias adquiridas están dirigidas directamente a la actividad o negocio principal de la empresa que compra esos elementos.

www.e-economic.es

Un punto en contra es que los proveedores impongan sus condiciones de precio y el tamaño del pedido y aún más complicado resulta si los insumos que proporcionan son vitales para la empresa o no tienen sustitutos. Lo que podría convertirse en una amenaza. No obstante, los proveedores principales son Difare, Farcomed, Sumelab, Farmaenlace. Analizando cada uno de ellos se determina quien tiene los precios más accesibles para realizar la adquisición de medicamentos. De tal manera se convierte esta posible amenaza en una oportunidad.

2.02.01.04 Rivalidad entre competidores

Competencia:

La competencia representa todo aquello con que el consumidor compara a un determinado negocio.

Existen empresas líderes en el mercado como son las grandes cadenas farmacéuticas Fybeca, Sana-Sana, Cruz Azul, Pharmacy's, estas cadenas están bien posicionadas

con grandes campañas publicitarias, promociones y entrada de nuevos productos Sin embargo en la Parroquia de Zambiza no existe ninguna farmacia por lo tanto la creación de misma resulta atractiva para los clientes porque contarán con accesibilidad a los medicamentos, lo que corresponde a una oportunidad para penetrar en el mercado..

2.02.01.05 Amenaza de productos sustitutos

Productos sustitutos:

Los bienes sustitutos son bienes que compiten en el mismo mercado. Se puede decir que dos bienes son sustitutos cuando satisfacen la misma necesidad.

Con el avance tecnológico el sustituto se va posicionando sobre el otro hasta sacar al producto original del mercado.

www.mktunlam.blogspot.es

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 "Salud y Vida"



2.03 Análisis Interno

2.03.01 Propuesta estratégica

2.03.01.01 Misión

Somos una empresa dedicada a la comercialización de productos farmacéuticos, cuya calidez y atención al cliente con personal capacitado, son nuestra principal filosofía de servicio. Nuestra misión es lograr una relación de confianza con nuestros clientes a precios competitivos y de alta calidad.

2.03.01.02 Visión

Consolidarnos como empresa de alto nivel logrando la satisfacción de nuestros clientes. Farmacia "Salud y Vida" en cinco años contará se expandirá para acercarnos a los clientes y facilitarles al acceso a nuestros servicios brindándoles cada vez mayores beneficios.

2.03.01.03 Valores

- Compromiso
- Responsabilidad
- Cordialidad
- Respeto
- Innovación
- Calidad

2.03.01.04 Políticas

- Satisfacción total del cliente
- Comercializar de manera eficiente
- Mejora continua
- Atención de calidad y personalizada.

2.03.02 Gestión administrativa



Figura 11 Gestión administrativa

Funciones del administrador:

- Gestión de compras e inventarios
- Trámites bancarios y opciones de pago
- Administración de inventarios
- Valuación de inventarios



- Llevar la contabilidad de la Farmacia y elaborar los estados financieros respectivos
- Evaluar la situación financiera de una empresa, la elaboración de presupuestos y aspectos fundamentales de administración financiera.
- Formular de estrategias para una mayor captación de clientes ayudándose de las técnicas del Marketing Tomar de decisiones sobre los cambios en la farmacia
- Administrar los recursos humanos

Funciones del Químico Farmacéutico:

- 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 medicamentos y supervisar que su manejo sea adecuado en los diferentes servicios y unidades de apoyo
- 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.
- Velar por el cumplimiento de las disposiciones de asepsia y demás normas técnicas con el objeto de prevenir infecciones

Funciones del cajero:

- Recepción de recetas y atención a los clientes
- Facturación e información en establecimientos de farmacia.
- Dispensar medicamentos y productos de para farmacia.
- Informar a los clientes sobre la utilización adecuada de los medicamentos
- Realizar arqueos de caja
- Realizar un conteo diario de los medicamentos en las perchas.
- Realizar tareas varias que se le asignen.

2.03.03 Gestión operativa

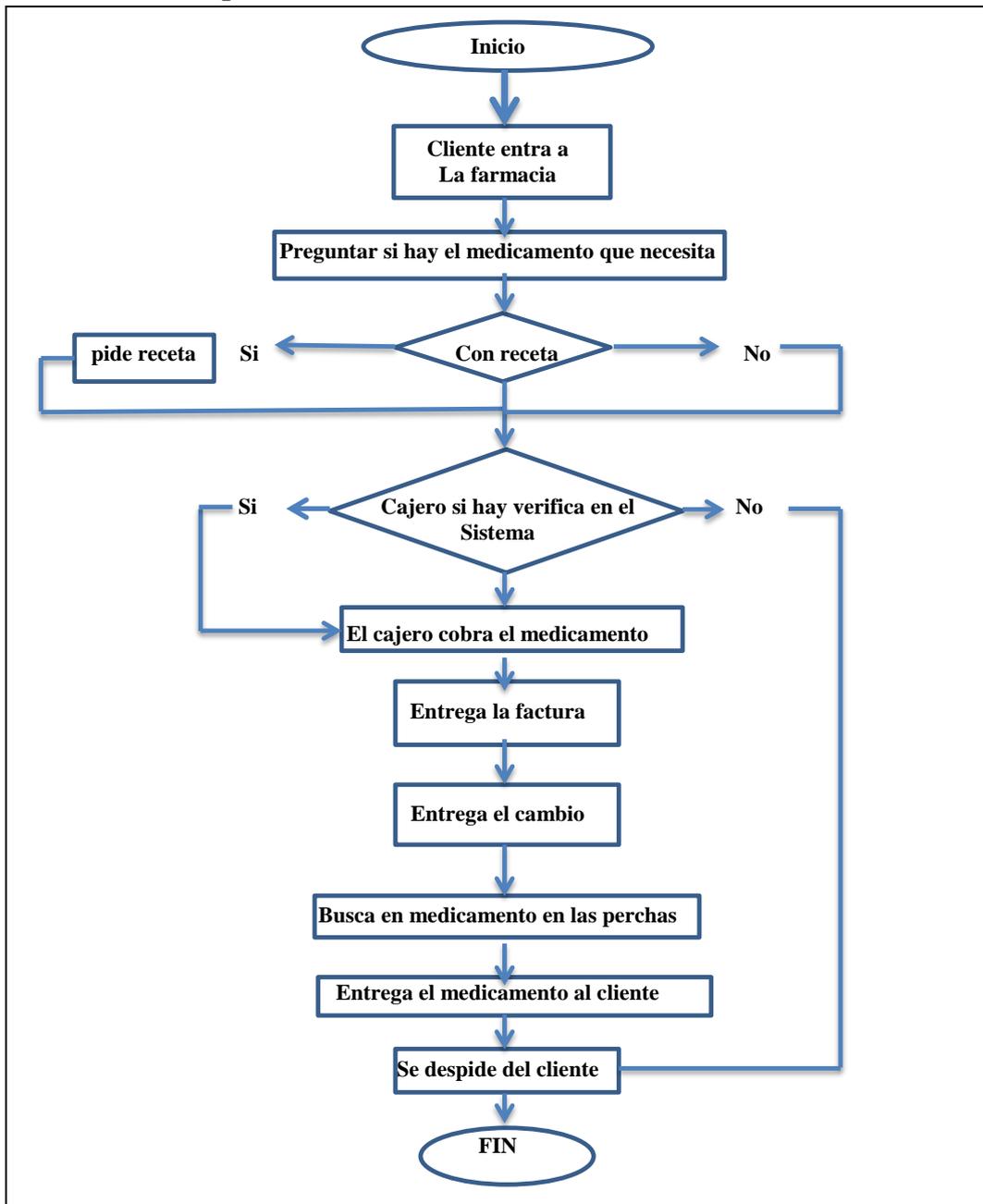


Figura 12 Gestión operativa

2.03.04 Gestión comercial

Nombre de la Farmacia:

“Salud y Vida”

Logo:



La Farmacia Salud y Vida se dará a conocer mediante la siguiente publicidad:



2.04 Análisis FODA

Fortalezas

- Personal capacitado
- Precios accesibles
- Innovación

Oportunidades

- Envejecimiento de la población
- Deterioro de los hábitos de vida
- Mayor PIB Per Cápita
- Poca competencia

Debilidades

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

Amenazas

- Incumplimiento terapéutico
- Medicina natural

2.04.01 Matriz MEFI

- La calificación se determinó 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:

0,00 nada importante

1,00 muy importante

Tabla 8 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. Empresa nueva en el mercado	0,15	4	0,60
D2. Falta de experiencia en el medio	0,20	2	0,40
D 3. Preferencia por la marca	0,10	2	0,20
TOTAL DEBILIDADES	0,45		1,20
TOTAL	1,00		

Fuente: Tania Pillalaza

Elaboración: Tania Pillalaza



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

- La calificación se determinó 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:

0,00 nada importante

1,00 muy importante

Tabla 9 Matriz MEFE

Factores críticos de éxito	Peso	Calificación	Peso ponderado
OPORTUNIDADES			
O 1. Envejecimiento población	0,10	2	0,20
O 2. Deterioro de hábitos de vida	0,15	2	0,30
O 3. Mayor PIB Per Cápita	0,20	4	0,80
O 4. Poca competencia	0,20	4	0,80
TOTAL OPORTUNIDADES	0,65		2,1
AMENAZAS			
A 1. Incumplimiento terapéutico	0,20	3	0,60
A 2. Medicina natural	0,15	3	0,45
TOTAL AMANEZAS	0,35		
TOTAL	1,00		1,05

Fuente: Tania Pillalaza

Elaboración: Tania Pillalaza

Análisis:

Las oportunidades alcanzaron un valor ponderado de 2,1 frente a las amenazas, con un valor de 1,05. Lo que significa que los factores externos representan elementos claves para el éxito de la farmacia "Salud y Vida".

Tabla 10 MATRIZ FODA

		FACTORES INTERNOS		
		Fortalezas	Debilidades	
		Creación de una Farmacia en la Parroquia de Zambiza en el DMQ, 2014	Personal capacitado.	Ser una empresa nueva en el mercado.
			Precios accesibles.	Falta de experiencia en el medio.
Innovación.	Preferencia de los clientes por la marca.			
FACTORES EXTERNOS	Oportunidades	FO	DO	
	Envejecimiento de la población	Tener un stock de productos para la tercera edad. Promociones de medicamentos de uso continuo.	Plan de medicación continua en personas de la tercera edad.	

Poca competencia	Bajos precios de los medicamentos.	Dar a conocer a la farmacia publicidad.
Deterioro de los hábitos de vida	Innovación continua. Capacitación gratuita a la Parroquia para el uso de medicamentos.	Realizar promociones constantes, teniendo en cuenta a las enfermedades que afectan a la Parroquia.
Amenazas	FA	DA
Incumplimiento terapéutico	Personal capacitado que ayude a los pacientes para que terminen con el tratamiento.	Hacer un seguimiento de los pacientes.
Medicina natural	Realizar promociones especiales en los medicamentos naturales.	Contar con un stock de medicamentos naturales.

Fuente: Tania Pillalaza

Elaboración: Tania Pillalaza



CAPÍTULO III

3.01 Análisis del consumidor

3.01.02 Determinación de la población y muestra

3.01.02.01 Población

Tabla 11 Población

HABITANTES EN LA PARROQUIA	PORCENTAJE DE LA POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA	TOTAL
6 000 habitantes	54.9%	3 294 posibles consumidores

Fuente: INEC

Elaboración: Tania Pillalaza

3.01.02.02 Muestra

Tabla 12 Población

VARIABLE	SIGNIFICADO
N	Población
e	Error
p	Probabilidad de ocurrencia
q	Probabilidad de no ocurrencia
Z	Nivel de confianza

Fuente: Slideshare.net

Elaboración: Tania Pillalaza



Fórmula:

$$n = \frac{Z^2 pqN}{Ne^2 + Z^2 pq}$$

$$n = \frac{(1.96)^2(0.5)(0.5)(3294)}{(3294)(0.05)^2 + (1.96)^2(0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{3163.5}{8.23 + 0.9604}$$

$$n = \frac{3163.5}{9.1954}$$

$$n = 334 \text{ encuestas}$$

3.1.2 Obtención de la información

3.1.2.1 Encuesta

La encuesta es un método utilizado en la investigación de mercado, porque permite obtener una amplia información fundamental a través de preguntas estructuradas en un cuestionario. Las preguntas de una encuesta se dirigen a una muestra o al total de la población estadística en estudio con el fin de conocer estados de opinión, características o hechos específicos

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

3.1.3 Análisis de la información

Pregunta No. 1

1. ¿Cuáles son las farmacias donde habitualmente consume?

Tabla 13 Pregunta No. 1

Opciones	Respuestas	Porcentaje
Fybeca	78	23%
Sana-Sana	136	40%
Cruz Azul	62	18%
Pharmacy's	46	13%
El Doctorcito	22	6%
Total	344	100%

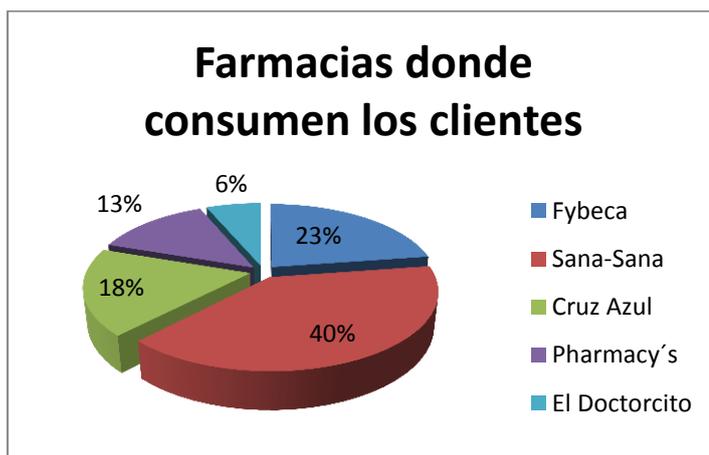


Figura 13 Pregunta No. 1

Fuente: Encuestas

Elaboración: Tania Pillalaza

Análisis:

Tras analizar las encuestas, se determinó que el 40% de los habitantes de la Parroquia de Zambiza habitualmente consumen en Farmacias Sana Sana, lo cual indica que ésta es la mayor competencia para la nueva farmacia que se va a implementar. Para poder ser competitivos en el mercado se requiere de un conocimiento de la empresa que lidera el mercado.

Pregunta No. 2

2. ¿Se siente a gusto con el trato que le brindan en la farmacia a la cual usted acude?

Tabla 14 Pregunta No. 2

Opciones	Respuestas	Porcentaje
si	338	98%
No	6	2%
Total	344	100%

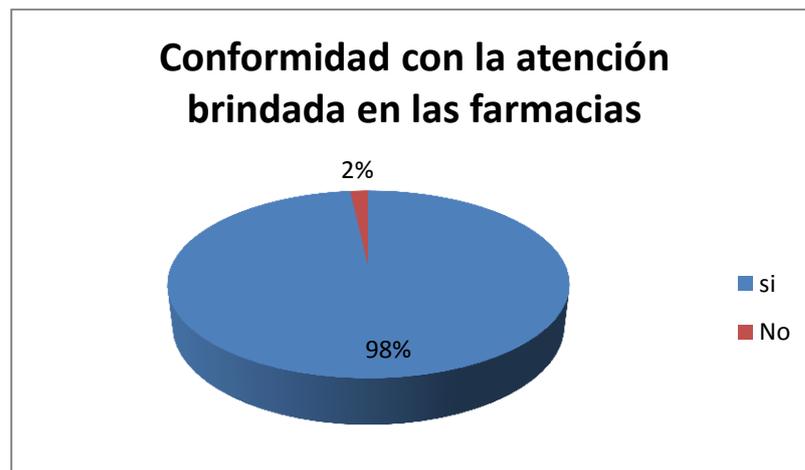


Figura 14 Pregunta No. 2

Fuente: Encuestas

Elaboración: Tania Pillalaza

Análisis: El 98% de los habitantes de la Parroquia de Zambiza se sienten a gusto con el trato que se les brinda en la competencia, esto señala que la atención de calidad es un factor determinante para atraer clientes y que se vuelvan habituales ofreciéndoles un servicio personalizado.

Pregunta No. 3

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

Tabla 15 Pregunta No. 3

Opciones	Respuestas	Porcentaje
Precios cómodos	207	60%
Buena atención	92	27%
Variedad	45	13%
Total	344	100%

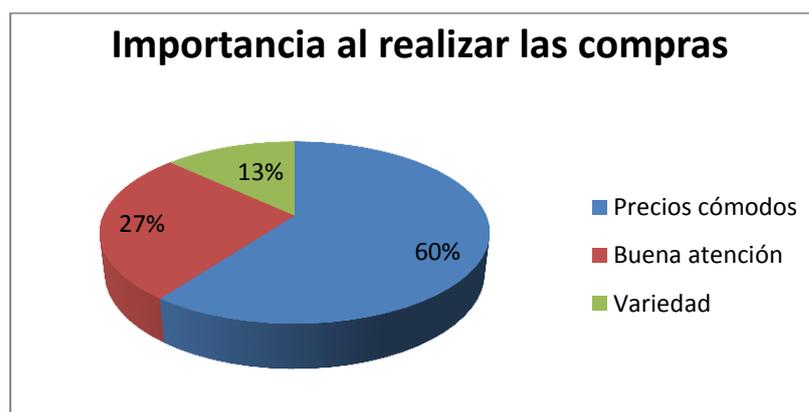


Figura 15 Pregunta No. 3

Fuente: Encuestas

Elaboración: Tania Pillalaza

Análisis: Al momento de realizar las compras las preferencias de los habitantes de la parroquia de Zambiza se centran en los precios accesibles con un 40%, siguiéndole la buena atención con un 27% y por último la variedad con un 13%. Es necesario que se tomen en cuenta los tres factores para atraer a los consumidores ofreciendo precios cómodos, con una atención de calidad y con variedad de productos.

Pregunta No. 4

4. Considera que los precios de los productos de la farmacia a la cuál usted acude son:

Tabla 16 Pregunta 4

Opciones	Respuestas	Porcentaje
Altos	15	4%
Bajos	50	15%
Moderados	279	81%
Total	344	100%

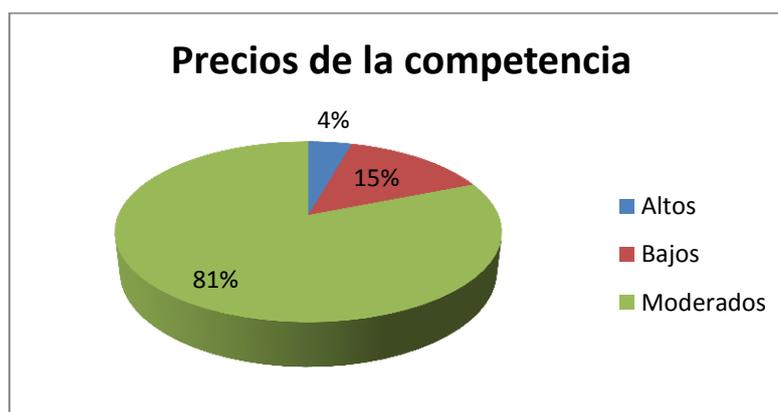


Figura 16 Pregunta No. 4

Fuente: Encuestas

Elaboración: Tania Pillalaza

Análisis: El 81% de los habitantes de la Parroquia de Zambiza considera que los precios de las farmacias a la cual acuden con moderados, por lo tanto se observa que el elemento con mayor relevancia al momento de realizar las compras es el precio.

Pregunta No. 5

5. ¿Cuál es el monto de compra que realiza?

Tabla 17 Pregunta No. 5

Opciones	Respuestas	Porcentaje
\$0 - \$5	41	12%
\$5 - \$10	35	10%
\$10 - \$15	39	11%
\$15 - \$20	90	26%
\$20 - \$40	139	41%
Total	344	100%

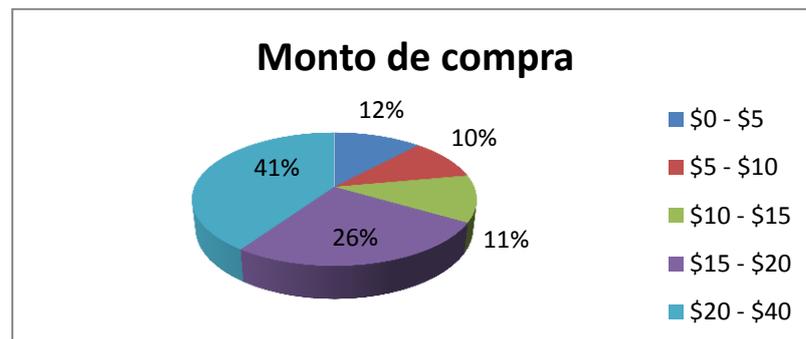


Figura17 Pregunta No. 5

Fuente: Encuestas

Elaboración: Tania Pillalaza

Análisis: El consumo habitual de los habitantes de la Parroquia de Zambiza corresponde a \$20 o más, dando un 40% del total de la población, seguido de un promedio entre \$15 - \$ 20, que es el 26%, dando como total de 66% que consumen \$15 en adelante. Este valor es importante para tomar en cuenta stock de los productos que se debe considerar.

Pregunta No. 6

6. ¿Cuáles son los productos farmacéuticos que más consume?

Tabla 18 Pregunta No. 6

Opciones	Respuestas	Porcentaje
Medicamentos	201	58%
Higiene personal	85	25%
Para bebé	43	13%
Otros	15	4%
Total	344	100%

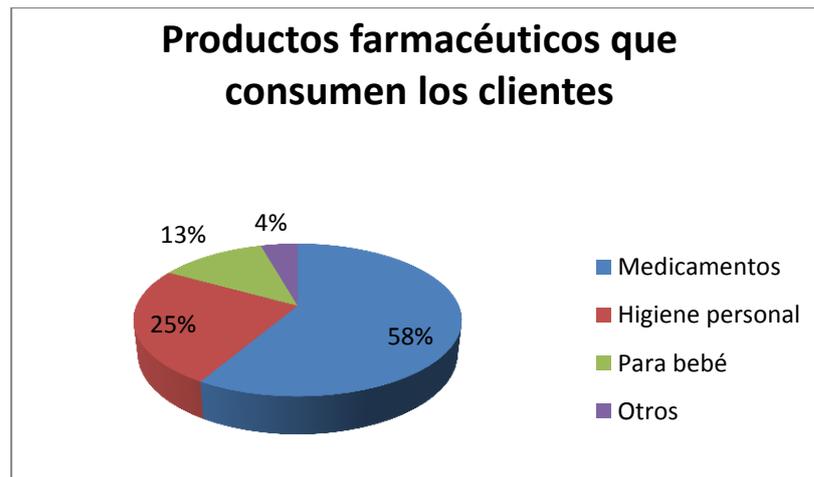


Figura 18 Pregunta No. 6

Fuente: Encuestas

Elaboración: Tania Pillalaza

Análisis: El 58% de los habitantes de la Parroquia de Zambiza consumen medicamentos en la farmacia, sin embargo, se debe contar con una gran variedad de productos que también se comercializan dentro de la farmacia, como son productos para higiene personal, productos para bebé entre otros.

Pregunta No. 7

7. ¿Con qué frecuencia compra en las farmacias?

Tabla 19 Pregunta No. 7

Opciones	Respuestas	Porcentaje
Diariamente	19	6%
Semanalmente	39	11%
Quincenalmente	99	29%
Mensualmente	187	54%
Total	344	100%

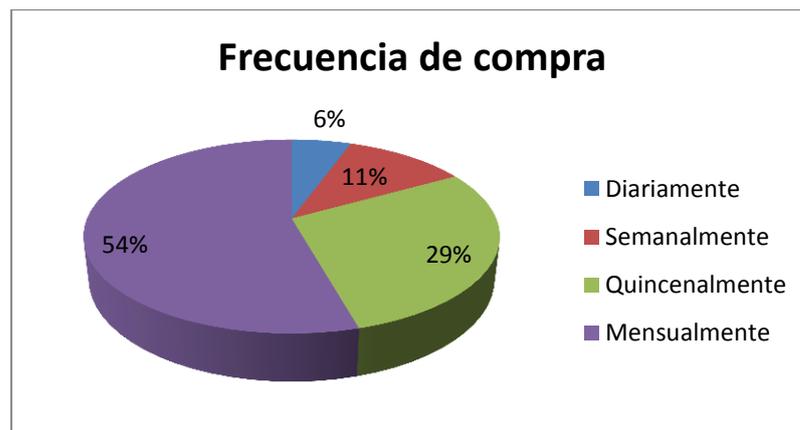


Figura 19 Pregunta No. 7

Fuente: Encuestas

Elaboración: Tania Pillalaza

Análisis: La frecuencia de compra de los habitantes de la Parroquia de Zambiza es mensual en su mayoría, con un 54%, y quincenalmente en un 29%. Sin embargo también manifestaron que las compras se realizan semanalmente y diariamente. Por lo tanto el consumo en las farmacias es de manera habitual.

Pregunta No. 8

8. Al momento de comprar medicamentos, prefiere:

Tabla 20 Pregunta No. 8

Opciones	Respuestas	Porcentaje
De marca	276	80%
Genéricos	68	20%
Total	344	



Figura 20 Pregunta No. 8

Fuente: Encuestas

Elaboración: Tania Pillalaza

Análisis: El 80% de los encuestados respondieron que prefieren medicamentos de marca por la confiabilidad que estos brindan, a diferencia de los genéricos que a pesar de sus costos más bajos, no genera confianza a los habitantes de la Parroquia de Zambiza, aludiendo que son de menor calidad.

Pregunta No. 9

9. ¿Cree usted que es necesario que la Parroquia de Zambiza se cree una Farmacia?

Tabla 21 Pregunta No. 9

Opciones	Respuestas	Porcentaje
Si	344	100%
No	0	0%
Total	344	100%



Figura 21 Pregunta No. 9

Fuente: Encuestas

Elaboración: Tania Pillalaza

Análisis: El 100% de los habitantes de la parroquia de Zambiza considera que es necesaria la creación de una farmacia. Esta información demuestra que existe una alta demanda por parte de los habitantes.

Pregunta No. 10

10. ¿Estaría de acuerdo que en la Parroquia de Zambiza se cree una Farmacia que le brinde los beneficios que usted necesita?

Tabla 22 Pregunta No. 10

Opciones	Respuestas	Porcentaje
Si	344	100%
No	0	0%
Total	344%	100%



Figura 22 Pregunta No. 10

Fuente: Encuestas

Elaboración: Tania Pillalaza

Análisis: La aceptación de la creación de la farmacia representa una excelente oportunidad para poder establecerse en la Parroquia de Zambiza, facilitando la accesibilidad de los habitantes a los medicamentos.



3.02 Oferta

3.02.01 Oferta histórica

Tabla 23 Oferta histórica

Año	% PIB	Oferta Histórica
2008	1,29%	\$ 1.170.542,66
2009	1,52%	\$ 1.167.815,23
2010	1,60%	\$ 1.166.866,56
2011	1,24%	\$ 1.171.135,58
2012	1,32%	\$ 1.170.186,91

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaboración: Tania Pillalaza

Para la oferta histórica se tomó en cuenta el Producto interno bruto, por sector de la Salud, de los años 2008-2012, tomando como referencia a la oferta actual que es de \$ 1 838 000

3.02.02 Oferta actual

Tabla 24 Oferta actual

Farmacias competidoras	Ventas anuales	Porcentaje
Sana Sana	\$ 284.601,60	24%
Fybeca	\$ 260.884,80	22%
Cruz Azul	\$ 213.451,20	18%
Pharmacy's	\$ 225.309,60	19%
El Doctorcito	\$ 201.592,80	17%
TOTAL	\$ 1.185.840,00	100%

Fuente: Encuestas

Elaboración: Tania Pillalaza

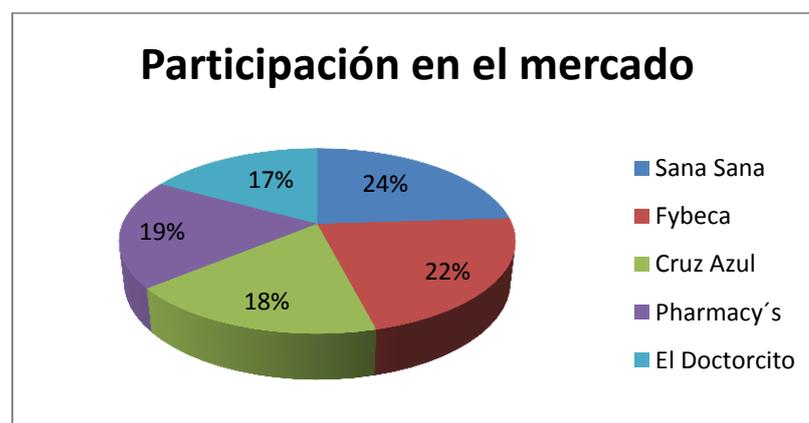


Figura 23 Oferta actual

3.02.03 Oferta proyectada

Para determinar la oferta proyectada se tomó en cuenta el total de la demanda actual multiplicada el promedio del Producto interno bruto, por sector de la Salud, del año 2008 al 2012 que es de 1,39%

Tabla 25 Oferta proyectada

Año	% PIB	Oferta proyectada
2014	1,39%	\$ 1.202.323,18
2015	1,39%	\$ 1.219.035,47
2016	1,39%	\$ 1.235.980,06
2018	1,39%	\$ 1.253.160,18
2018	1,39%	\$ 1.270.579,11

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaboración: Tania Pillalaza

3.3 Demanda

En las encuestas se determinó que el 100% de los habitantes de la Parroquia de Zambiza aceptan la creación de la farmacia, sin embargo se tomará en cuenta la 5ta parte del mercado, correspondiente al 20%.



3.03.01 Demanda Actual

Tabla 26 Demanda Actual

Posibles consumidores	3 294
Quinta parte	658,8
Promedio de consumo mensual	\$ 30
Total mensual	\$ 19 764
Total anual	\$ 237 168

Fuente: Encuestas

Elaboración: Tania Pillalaza

Tabla 27 Demanda Actual

Oferta anual	Demanda insatisfecha	Demanda anual
\$ 1 185 840	\$ 237 168	\$ 1 423 008

Fuente: Encuestas

Elaboración: Tania Pillalaza

Tabla 28 Demanda Actual

Farmacias competidoras	Ventas anuales	Porcentaje
Sana Sana	\$ 284.601,60	20%
Fybeca	\$ 260.884,80	18,3%
Cruz Azul	\$ 213.451,20	15%
Pharmacy's	\$ 225.309,60	15,8%
El Doctorcito	\$ 201.592,80	14,2%
Salud y Vida	\$ 237.168,00	16,7%
TOTAL	\$ 1.423.008,00	100%

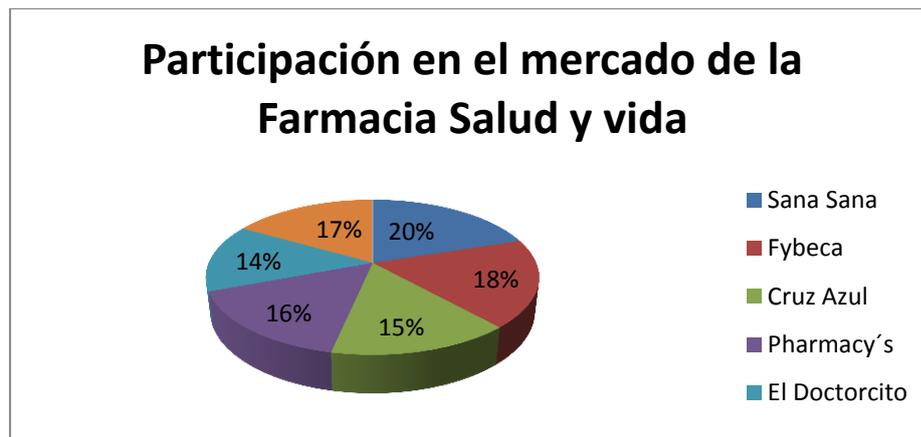


Figura 24 Demanda Actual

Fuente: Tania Pillalaza

Elaboración: Tania Pillalaza

Análisis: La farmacia "Salud y Vida" tendrá una participación en el mercado de 16,7% que corresponde a \$ 237 168, con respecto a la totalidad de la oferta que es de \$1 423 008

3.03.02 Demanda proyectada

Tabla 29 Demanda proyectada

Año	% Crecimiento poblacional	Demanda proyectada
2014	2,24%	\$ 1.454.883,38
2015	2,24%	\$ 1.487.472,77
2016	2,24%	\$ 1.520.792,16
2017	2,24%	\$ 1.554.857,90
2018	2,24%	\$ 1.589.686,72

Fuente: INEC

Elaboración: Tania Pillalaza

- Para analizar la demanda proyectada, se tomó como referencia al crecimiento poblacional que es de 2.24% anual

3.4 Balance oferta – demanda

3.4.1 Balance actual

Tabla 30 Balance actual

Oferta – Demanda
\$ 1 185 840 - \$ 1 423 008
\$ - 237 168 Demanda insatisfecha

Fuente: Tania Pillalaza

Elaboración: Tania Pillalaza



3.04.02 Balance proyectado

Tabla 31 Balance proyectado

Año	Oferta proyectada	Demanda proyectada	Total
2014	\$ 1.202.323,18	\$ 1.454.883,38	\$ -252.560,20
2015	\$ 1.219.035,47	\$ 1.487.472,77	\$ -268.437,30
2016	\$ 1.235.980,06	\$ 1.520.792,16	\$ -284.812,10
2017	\$ 1.253.160,18	\$ 1.554.857,90	\$ -301.697,72
2018	\$ 1.270.579,11	\$ 1.589.686,72	\$ -319.107,61

Fuente: Tania Pillalaza

Elaboración: Tania Pillalaza

Capítulo IV

4.01 Tamaño del proyecto

4.01.01 Capacidad instalada

Capacidad instalada es la disponibilidad de infraestructura necesaria para producir determinados bienes o servicios dependiendo de la demanda. Se requiere de: recursos humanos, tecnológicos, físicos, maquinaria, equipos, producto terminado.

Tomando en cuenta lo mencionado, la farmacia "Salud y Vida" contará con una planta con un área de 40m² según lo establecido en el reglamento de control y funcionamiento de establecimientos farmacéuticos. Y constará de las siguientes áreas:

Área de atención al público:

- Perchas y vitrinas para los medicamentos (1.12m ancho; 1.98 alto; 0.28 fondo)
- Perchas y vitrinas para la exhibición de productos higiénicos.

Área auxiliar:

- Bodega de almacenamiento con productos destinados para el aprovisionamiento de la farmacia.

Área administrativa:

- Oficina del administrador de la Farmacia

Baño

- Baterías sanitarias y lavabo de manos.

4.01.02 Capacidad demandada

Tabla 32 Capacidad demandada

Detalle	Cantidades	Valor unitario	Valor total
1. Percha	5	\$ 75,00	\$ 375,00
2. Vitrina	2	\$ 200,00	\$ 400,00
3. Computador	2	\$ 499,99	\$ 999,98
4. Silla	2	\$ 39,99	\$ 79,98
5. Caja registradora	1	\$ 700	\$ 700
5. Escritorio	1	\$ 200,56	\$ 200,56
6. Basureros	3	\$ 69,00	\$ 207,00
7. Botellón de agua	1	\$ 150,00	\$ 150,00
8. Extintor	2	\$ 45,00	\$ 90,00
9. Materiales de oficina	Varios	\$ 40,00	\$ 40,00
10. Refrigerador	1	\$ 420,00	\$ 420,00
11. Ventilador	1	\$ 325	\$ 325
12. Rótulo	1	\$ 220	\$ 220
13. Alarmas	1	\$ 79,99	\$ 79,99
TOTAL			\$4 287,51

Fuente: Mercado Libre Ecuador

Elaboración: Tania Pillalaza

4.01.02.01 Rol de pagos

La farmacia Salud y Vida contará con el siguiente personal:

- 1 Administrador
- 1 Cajero
- 1 Químico Farmacéutico

Tabla 33 Rol de pagos

ROL DE PAGOS			
	Administrador	Cajero	Químico farmacéutico
Salario	\$800,00	\$340,00	\$180,00
Aporte IESS 9,45%	\$75,60	\$ 32,13	
Vacaciones	\$33,33	\$14,17	
Décimo tercero	\$66,67	\$28,33	
Décimo cuarto	\$28,33	\$ 28,33	
Aporte patronal 11,15%	\$89,20	\$37,91	
Fondos de Reserva	\$ -	\$ -	
TOTAL MENSUAL	\$1.017,53	\$ 448,74	\$180,00
TOTAL ANUAL	\$12.210,36	\$5.384,88	\$2.160,00
TOTAL ADMINISTRADOR + CAJERO + Q.F. \$ 19 755,24			

Fuente: Tania Pillalaza

Elaboración: Tania Pillalaza

4.02 Localización

4.02.01 Macro localización



Ilustración 25 Macro localización

El proyecto de Factibilidad se realizará en:

- Provincia: Pichincha
- Ciudad: Quito
- Parroquia: Zambiza.

4.02.02 Micro localización



Ilustración 26 Micro localización

La Farmacia “Salud y Vida” tendrá su ubicación en: Parroquia de Zambiza en el Barrio central, que es un sitio estratégico, debido a que existe una numerosa afluencia de personas en el sector.

4.02.03 Localización óptima

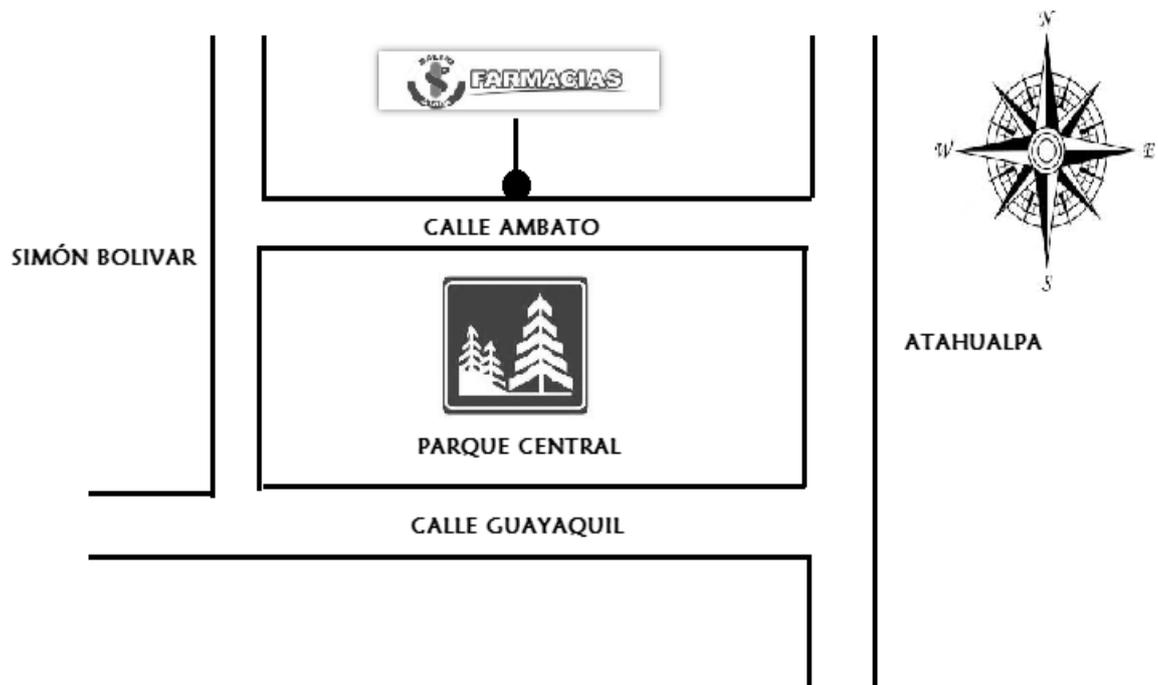


Figura 27 Localización óptima

La Farmacia Salud y Vida funcionará en las calle Ambato, entre las calles Simón Bolívar y Atahualpa , Barrio Central, porque es el de mayor concurrencia debido a que en él se encuentra el parque, uno de los lugares más representativos de la Parroquia por lo tanto es un sitio estratégico para que se ubique la empresa.

Se tomó en cuenta al Barrio Central mediante la siguiente tabla de ponderación:

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

Tabla 34 Localización óptima

Observación	Barrio Central	Barrio San Miguel	Barrio Rosales
Clientes	4	3	3
Accesibilidad	4	2	1
Servicios básicos	4	4	4
Arriendo	4	1	1
Espacio Físico	3	3	2
TOTAL	19	13	11

Fuente: Encuestas

Elaboración: Tania Pillalaza

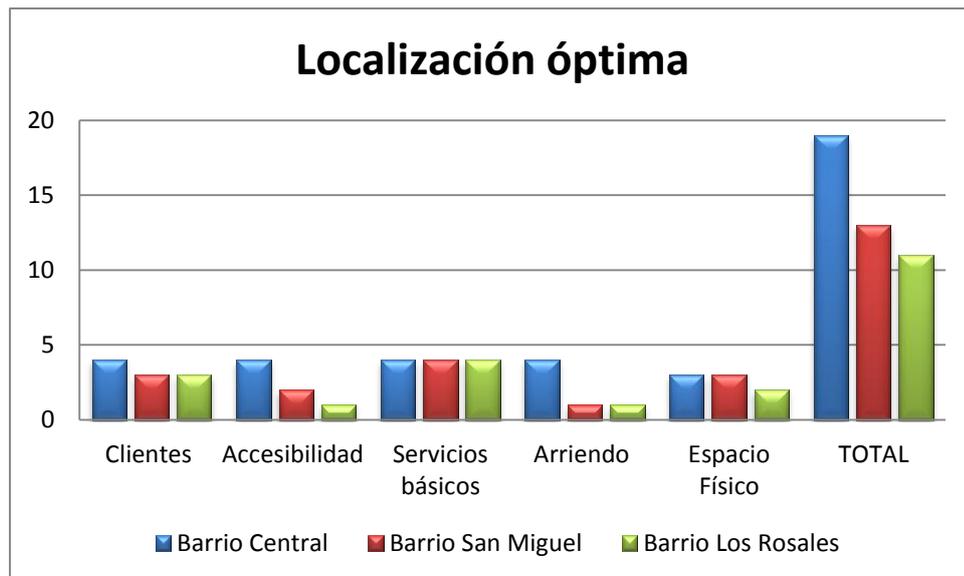


Figura 28 Localización óptima

Analizando el gráfico se puede determinar que el Barrio Central es el más propicio para la ubicación de la farmacia.

- Existe una mayor cantidad de personas que circulan por el Barrio.
- Es un sector de fácil accesibilidad para los consumidores, porque está ubicado en una calle principal.
- Se cuenta con todos los servicios básicos.
- No se paga arriendo, ya que es un local propio.
- El espacio físico es el ideal, que corresponde a 40m^2 , según lo establecido por el Reglamento de Control y Funcionamiento de Establecimientos Farmacéuticos.

4.03 Ingeniería del producto

4.03.01 Definición del ByS

Un medicamento es un conjunto de principios activos con propiedades para el tratamiento o la prevención de enfermedades. También se administran con el objetivo de restaurar, corregir o modificar funciones fisiológicas del organismo o aquellas para establecer un diagnóstico médico. Están formados por un principio activo, sustancia con actividad terapéutica, y excipientes, sustancias que permiten que el medicamento tenga estabilidad y se conserve adecuadamente.

CedimCat (2003) <http://www.cedimcat.info/html/es/dir2434/doc10636.html>

4.03.02 Distribución de la planta

Las áreas con las que contará la Farmacia "Salud y Vida" son:

1.- Área administrativa

Se encarga de los procesos administrativos correspondientes. Documentación legal.

Bibliografía respectiva

2.- Área de recepción

Formada por el área de cuarentena, en donde se colocan los productos en estado de decisión, es decir los productos que están por caducar, dañados o de baja rotación.

3.- Área de almacenamiento

Formada por:

- Área de productos controlados (estupefacientes y psicotrópicos)
- Área de productos refrigerados
- Área de productos Termosensibles
- Área de productos higroscópicos (humedad)
- Área de productos en general

4.- Área de dispensación y expendio

Espacio para la atención al cliente; recepción de la prescripción médica, de ser necesario y entrega de los productos.

Áreas de la farmacia "Salud y Vida"

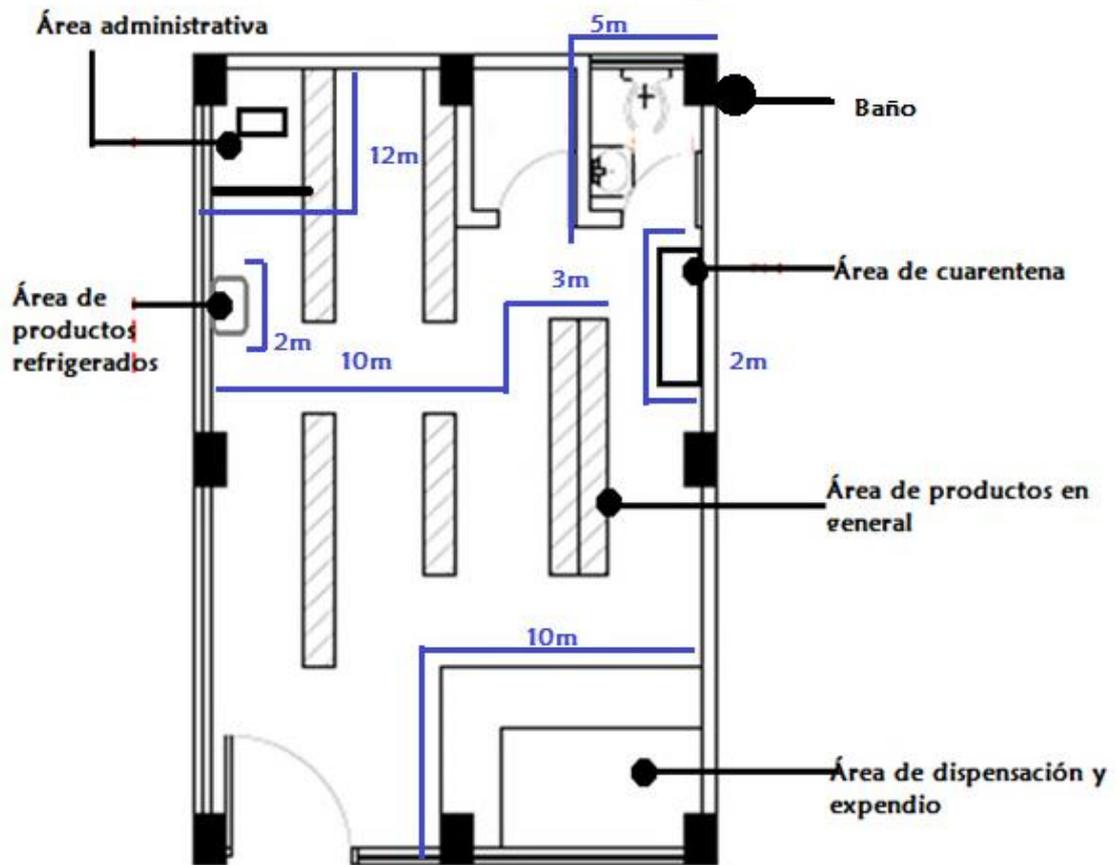


Figura 29 Áreas de la farmacia "Salud y Vida"

Plano de la farmacia "Salud y Vida"

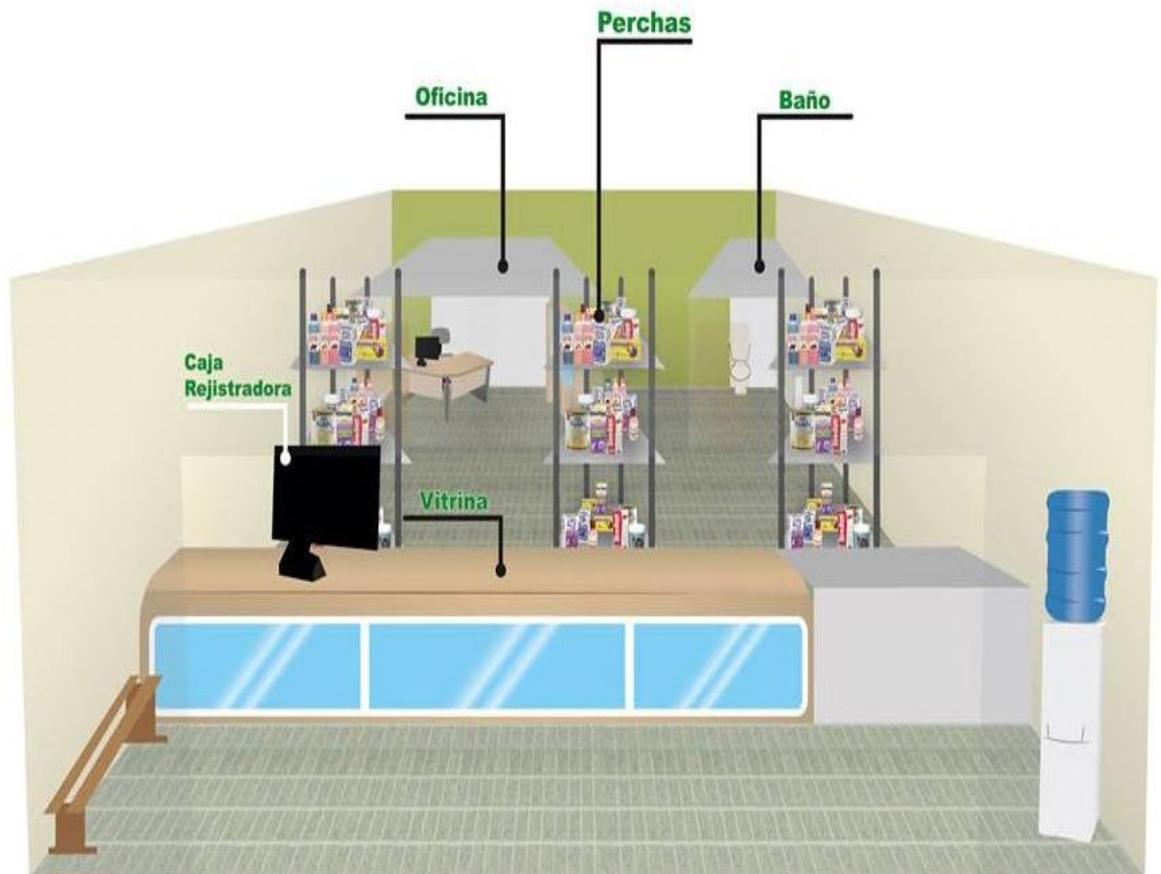


Figura 30 Plano de la farmacia "Salud y Vida"



4.03.03 Maquinaria y equipos

4.03.03.01 Maquinaria

Dado que la Farmacia "Salud y Vida" es una empresa comercializadora y no productora, no existe maquinaria

4.03.03.02 Equipos

Tabla 35 Equipos

Equipos de	Cantidad	Valor
computación		
Computador	2	\$ 999,98
Caja registradora	1	\$ 700,00
Subtotal		\$ 1.699,98
Equipos de oficina		
Escritorio	1	\$ 200,56
Silla	2	\$ 79,98
Subtotal		\$ 280,54
TOTAL		\$ 1.980,52

Fuente: Mercado libre

Elaboración: Tania Pillalaza

Capítulo V

5.01 Ingresos

5.01.02 Ingresos operacionales

Debido a que los ingresos operacionales en la farmacia "Salud y Vida" se generan por la comercialización de productos farmacéuticos, se tomará en cuenta el promedio de ventas analizado en la demanda.

Tabla 36 Ingresos operacionales

Posibles consumidores	3294
Quinta parte	658,8
Promedio de consumo mensual	\$ 30
Total mensual	\$ 19 764
Total anual	\$ 237 168

Fuente: Encuestas

Elaboración: Tania Pillalaza

5.01.03 Ingresos no operacionales

La farmacia "Salud y Vida" no cuenta con ingresos operacionales.

5.02 Costos

5.02.01 Costos directos

Están directamente relacionados a la obtención del producto o servicio en torno al cual gira el desempeño de la empresa.

(Slideshare 2011)

En la Farmacia "Salud y Vida" los productos a comercializar se basan en el cuadro nacional de medicamentos básicos que contiene un listado de las medicinas que las instituciones públicas del sector de salud deben tener disponibles para atender las necesidades de la población.

Entre los más de 500 medicamentos que incluye el listado están: multivitaminas con minerales y oligoelementos, vacunas, sales de hidratación oral, medicamentos para dolores de cabeza, estómago, así como para pacientes vulnerables con enfermedades de hipertensión y cáncer, entre otros.



Teniendo en cuenta a la demanda actual, el stock de productos es:

Tabla 37 Costos directos

DEMANDA ACTUAL	
Posibles consumidores	3294
Quinta parte	658,8
Promedio de consumo mensual	\$ 30
Total mensual	\$ 19 764
Total de productos	\$ 39 528
Total anual	\$ 474 336

Fuente: Encuestas

Elaboración: Tania Pillalaza



5.02.02 Costos indirectos

Los costos indirectos no están relacionados directamente con la comercialización de los productos en la farmacia "Salud y Vida"

Tabla 38 Costos indirectos

COSTOS INDIRECTOS	
Útiles de aseo (papel higiénico, escobas, desinfectantes, etc.)	\$ 50
Servicios básicos	\$ 100
Total mensual	\$ 150
Total anual	\$ 1800

Fuente: Tania Pillalaza

Elaboración: Tania Pillalaza

5.02.03 Gastos administrativos

Los gastos administrativos permiten el desarrollo de la actividad global de la empresa. En el caso de la farmacia "Salud y Vida", se toma en cuenta:

Tabla 39 Gastos administrativos

GASTOS ADMINISTRATIVOS	
Sueldo del Bioquímico Farmacéutico	\$ 180
Depreciación de equipos de oficina	\$ 28,05
Depreciación de equipos de computación	\$ 566,66
Depreciación de muebles y enseres	\$ 119,50
Amortización permisos funcionamiento	\$ 114
Total mensual	\$ 353,52
Total anual	\$ 4 242,24

Fuente: Tania Pillalaza

Elaboración: Tania Pillalaza



ROL DE PAGOS DEL BIOQUÍMICO FARMACÉUTICO:

Tabla 40 Rol de pagos del Bioquímico Farmacéutico

Rol de pagos del Bioquímico Farmacéutico	
Salario	\$ 180,00
Aporte IESS 9,45%	\$ -
Vacaciones	\$ -
Décimo tercero	\$ -
Décimo cuarto	\$ -
Aporte patronal 11,15%	\$ -
Fondos de Reserva	\$ -
TOTAL MENSUAL	\$ 180,00
TOTAL ANUAL	\$ 2 160

Fuente: Tania Pillalaza

Elaboración: Tania Pillalaza



DEPRECIACIONES

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN:

- Computador y caja registradora

Tabla 41 Depreciación de equipos de computación

Equipos de computación			
Años	Depreciación	Dep. acumulada	Valor en libros
0			\$ 1.699,98
1	\$ 566,66	\$ 566,66	\$ 1.133,32
2	\$ 566,66	\$ 1.133,32	\$ 566,66
3	\$ 566,66	\$ 1.699,98	\$ 0,00

Fuente: Tania Pillalaza

Elaboración: Tania Pillalaza

- Escritorio y silla

Tabla 42 Depreciación de quipos de oficina

Equipos de oficina			
Años	Depreciación	Dep. acumulada	Valor en libros
0			\$ 280,54
1	\$ 28,05	\$ 28,05	\$ 252,49
2	\$ 28,05	\$ 56,11	\$ 224,43
3	\$ 28,05	\$ 84,16	\$ 196,38
4	\$ 28,05	\$ 112,22	\$ 168,32
5	\$ 28,05	\$ 140,27	\$ 140,27
6	\$ 28,05	\$ 168,32	\$ 112,22
7	\$ 28,05	\$ 196,38	\$ 84,16
8	\$ 28,05	\$ 224,43	\$ 56,11
9	\$ 28,05	\$ 252,49	\$ 28,05
10	\$ 28,05	\$ 280,54	\$ -

Fuente: Tania Pillalaza

Elaboración: Tania Pillalaza



- Perchas, vitrinas, refrigerador

Tabla 43 Depreciación de muebles y enseres

Muebles y enseres			
Años	Depreciación	Dep. acumulada	Valor en libros
0			\$ 1.195,00
1	\$ 119,50	\$ 119,50	\$ 1.075,50
2	\$ 119,50	\$ 239,00	\$ 956,00
3	\$ 119,50	\$ 358,50	\$ 836,50
4	\$ 119,50	\$ 478,00	\$ 717,00
5	\$ 119,50	\$ 597,50	\$ 597,50
6	\$ 119,50	\$ 717,00	\$ 478,00
7	\$ 119,50	\$ 836,50	\$ 358,50
8	\$ 119,50	\$ 956,00	\$ 239,00
9	\$ 119,50	\$ 1.075,50	\$ 119,50
10	\$ 119,50	\$ 1.195,00	\$ -

Fuente: Tania Pillalaza

Elaboración: Tania Pillalaza



5.02.04 Gastos financieros

En la farmacia "Salud y Vida" los gastos financieros representan el endeudamiento por el préstamo realizado en la Mutualista Pichincha que cuenta con una tasa de interés de 11,83% para PYMES

Tabla 44 Gastos financieros

GASTOS FINANCIEROS	
Monto del préstamo	\$ 31 273,52
Tasa de interés	11,83% (0,009858333)
Tiempo	3 años
Pago mensual	\$ 1 036,191 (\$ 37 302,87 3 años)
Total interés 3 años	\$ 6 029,36

Fuente: Tania Pillalaza

Elaboración: Tania Pillalaza



Tabla 45 Tabla de amortización

Tabla de amortización				
Tiempo	Capital	Interés	Pago	Capital
1	\$ 31.273,52	\$ 308,31	\$ 1.036,191	\$ 727,88
2	\$ 30.545,64	\$ 301,13	\$ 1.036,191	\$ 735,06
3	\$ 29.810,58	\$ 293,88	\$ 1.036,191	\$ 742,31
4	\$ 29.068,27	\$ 286,56	\$ 1.036,191	\$ 749,63
5	\$ 28.318,64	\$ 279,17	\$ 1.036,191	\$ 757,02
6	\$ 27.561,63	\$ 271,71	\$ 1.036,191	\$ 764,48
7	\$ 26.797,15	\$ 264,18	\$ 1.036,191	\$ 772,02
8	\$ 26.025,13	\$ 256,56	\$ 1.036,191	\$ 779,63
9	\$ 25.245,51	\$ 248,88	\$ 1.036,191	\$ 787,31
10	\$ 24.458,19	\$ 241,12	\$ 1.036,191	\$ 795,07
11	\$ 23.663,12	\$ 233,28	\$ 1.036,191	\$ 802,91
12	\$ 22.860,21	\$ 225,36	\$ 1.036,191	\$ 810,83
13	\$ 22.049,38	\$ 217,37	\$ 1.036,191	\$ 818,82
14	\$ 21.230,56	\$ 209,30	\$ 1.036,191	\$ 826,89
15	\$ 20.403,67	\$ 201,15	\$ 1.036,191	\$ 835,04
16	\$ 19.568,62	\$ 192,91	\$ 1.036,191	\$ 843,28
17	\$ 18.725,34	\$ 184,60	\$ 1.036,191	\$ 851,59
18	\$ 17.873,75	\$ 176,21	\$ 1.036,191	\$ 859,99
19	\$ 17.013,77	\$ 167,73	\$ 1.036,191	\$ 868,46
20	\$ 16.145,30	\$ 159,17	\$ 1.036,191	\$ 877,03
21	\$ 15.268,28	\$ 150,52	\$ 1.036,191	\$ 885,67



22	\$ 14.382,61	\$ 141,79	\$ 1.036,191	\$ 894,40
23	\$ 13.488,21	\$ 132,97	\$ 1.036,191	\$ 903,22
24	\$ 12.584,99	\$ 124,07	\$ 1.036,191	\$ 912,12
25	\$ 11.672,86	\$ 115,07	\$ 1.036,191	\$ 921,12
26	\$ 10.751,75	\$ 105,99	\$ 1.036,191	\$ 930,20
27	\$ 9.821,55	\$ 96,82	\$ 1.036,191	\$ 939,37
28	\$ 8.882,18	\$ 87,56	\$ 1.036,191	\$ 948,63
29	\$ 7.933,56	\$ 78,21	\$ 1.036,191	\$ 957,98
30	\$ 6.975,58	\$ 68,77	\$ 1.036,191	\$ 967,42
31	\$ 6.008,15	\$ 59,23	\$ 1.036,191	\$ 976,96
32	\$ 5.031,19	\$ 49,60	\$ 1.036,191	\$ 986,59
33	\$ 4.044,60	\$ 39,87	\$ 1.036,191	\$ 996,32
34	\$ 3.048,28	\$ 30,05	\$ 1.036,191	\$ 1.006,14
35	\$ 2.042,14	\$ 20,13	\$ 1.036,191	\$ 1.016,06
36	\$ 1.026,08	\$ 10,12	\$ 1.036,191	\$ 1.026,08
		\$ 6.029,36		\$ 31.273,52

AÑO 1	\$ 3.210,15
AÑO 2	\$ 2.057,77
AÑO 3	\$ 761,44

Fuente: Tania Pillalaza

Elaboración: Tania Pillalaza

5.02.05 Gastos de ventas

Los gastos de ventas implican la publicidad y propaganda utilizada para dar a conocer a la farmacia "Salud y Vida", además de los sueldos y salarios tanto del administrador como del auxiliar de farmacia.

Tabla 46 Gastos de ventas

GASTOS DE VENTAS	
Propaganda radial	\$ 300
Total mensual	\$ 300
Total anual	\$ 3 600

Tabla 47 Gastos de ventas del primer año

Inauguración del primer año	
Globos	\$250
Zanqueros	\$55
Disco móvil	\$ 30
Publicidad volante	\$ 87
Total	\$ 422

Fuente: Tania Pillalaza

Elaboración: Tania Pillalaza

- Rol de pagos Administrador y Cajero:

Tabla 48 Rol de pagos Administrador y Cajero

ADMINISTRADOR					
Años	1	2	3	4	5
Salario	\$ 800,00	\$ 866,64	\$ 938,83	\$1.017,04	\$1.101,75
Aporte IESS 9,45%	\$ 75,60	\$ 81,90	\$ 88,72	\$ 96,11	\$ 104,12
Vacaciones	\$ 33,33	\$ 36,11	\$ 39,12	\$ 42,38	\$ 45,91
Décimo tercero	\$ 66,67	\$ 72,22	\$ 78,24	\$ 84,75	\$ 91,81
Décimo cuarto	\$ 28,33	\$ 30,69	\$ 33,25	\$ 36,02	\$ 39,02
Aporte patr. 11,15%	\$ 89,20	\$ 96,63	\$ 104,68	\$ 113,40	\$ 122,85
Fondos de Reserva	\$ -	\$ 72,19	\$ 78,20	\$ 84,72	\$ 91,78
TOTAL MENSUAL	\$1.017,53	\$1.174,48	\$1.272,32	\$1.378,30	\$1.493,12
TOTAL ANUAL	\$12.210,36	\$14.093,82	\$15.267,83	\$16.539,65	\$17.917,40
CAJERO					
Años	1	2	3	4	5
Salario	\$340,00	\$368,32	\$399,00	\$432,24	\$468,25
Aporte IESS 9,45%	\$32,13	\$34,81	\$ 37,71	\$40,85	\$44,25
Vacaciones	\$14,17	\$15,35	\$16,63	\$18,01	\$19,51
Décimo tercero	\$28,33	\$30,69	\$33,25	\$36,02	\$39,02
Décimo cuarto	\$28,33	\$30,69	\$33,25	\$36,02	\$39,02
Aporte Pat. 11,15%	\$37,91	\$41,07	\$44,49	\$48,19	\$52,21
Fondos de Reserva	\$ -	\$30,68	\$33,24	\$36,01	\$39,00
TOTAL MENSUAL	\$448,74	\$516,80	\$559,85	\$606,49	\$657,01
TOTAL ANUAL	\$5.384,92	\$6.201,66	\$6.718,26	\$7.277,89	\$7.884,14
TOTAL	\$17.595,28	\$20.295,48	\$21.986,09	\$23.817,53	\$25.801,53

Fuente: Tania Pillalaza

Elaboración: Tania Pillalaza

5.03 Inversiones del proyecto

5.03.01 Activos fijos

Tabla 49 Activos fijos

Detalle	Cantidades	Valor total
1. Percha	5	\$ 375,00
2. Vitrina	2	\$ 400,00
3. Computador	2	\$ 999,98
4. Silla	2	\$ 79,98
5. Caja registradora	1	\$ 700
5. Escritorio	1	\$ 200,56
6. Basureros	3	\$ 207,00
7. Botellón de agua	1	\$ 150,00
8. Extintor	2	\$ 90,00
9. Materiales de oficina	Varios	\$ 40,00
10. Refrigerador	1	\$ 420,00
11. Ventilador	1	\$ 325
12. Rótulo	2	\$ 220
13. Alarmas	1	\$ 79,99
TOTAL		\$ 4.287,51

Fuente: Mercado Libre Ecuador

Elaboración: Tania Pillalaza

5.03.02 Activos nominales

Tabla 50 Activos nominales

ACTIVOS NOMINALES	
Gastos de constitución	\$ 550
Patente municipal	\$ 20
Total	\$ 570

Fuente: Tania Pillalaza

Elaboración: Tania Pillalaza

5.03.03 Capital de trabajo

Tabla 51 Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	
Caja	\$ 2000
Banco	\$ 1000
Mercadería	\$ 39 528
Total	\$ 42 528

Fuente: Tania Pillalaza

Elaboración: Tania Pillalaza

5.03.04 Estado de situación inicial

Tabla 52 Estado de situación inicial

Farmacia Salud y Vida			
Balance general			
31-ene-14			
ACTIVOS		PASIVOS	
Activo corriente		Pasivos corrientes	
Caja	\$2.000,00		
Bancos	\$1.000,00		
Mercadería	\$39.528,00		
SUB. ACT. CORRIENTE	\$42.528,00		
Activo fijo		Pasivos a largo plazo	
Muebles y Enseres	\$1.195,00	Ob. bancarias	\$31.273,52
Equipos de oficina	\$280,54		
Equipos de computación	\$1.699,98		
SUB. ACTIVOS FIJOS	\$3.175,52		
Activos diferidos		Patrimonio	
Gastos de constitución	\$550,00	Patrimonio	\$16.531,99
Patentes	\$ 20,00		
SUB. AC. DIFERIDOS	\$ 570,00		
Otros activos	\$ 1.531,99		
SUB. OTROS ACTIVOS	\$ 1.531,99		
TOTAL ACTIVOS	\$47.805,51	TOTAL PAS.+PATR.	\$47.805,51

Fuente: Tania Pillalaza

Elaboración: Tania Pillalaza

5.03.05 Fuentes de financiamiento y uso de fondos

Tabla 53 Fuentes de financiamiento y uso de fondos

Total activos	\$ 47.805,51
Préstamo	\$ 31.273,52
Patrimonio	\$ 16.531,99

Fuente: Tania Pillalaza

Elaboración: Tania Pillalaza

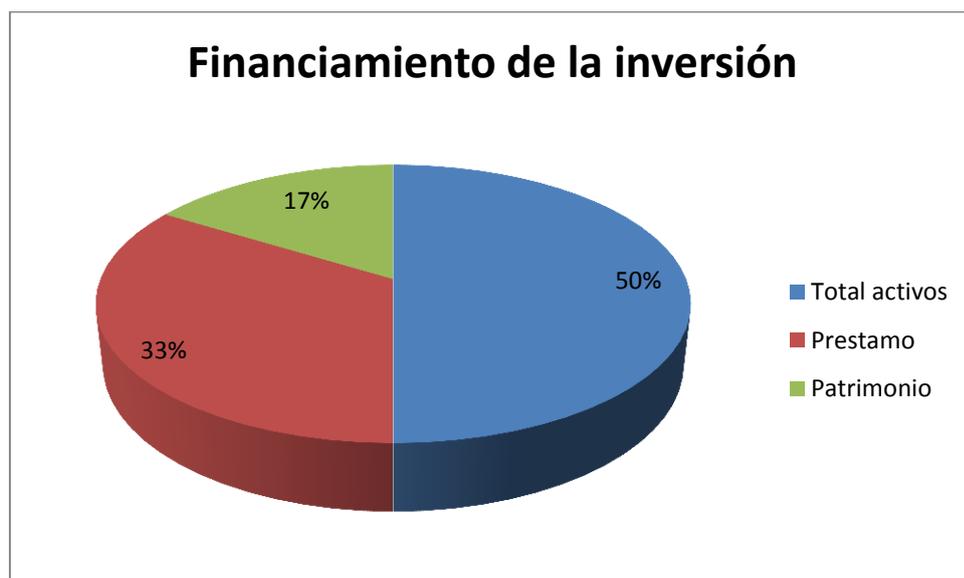


Figura 31 Fuentes de financiamiento y uso de fondos

Análisis:

El total de la inversión es de \$ 47 805,51, y se cuenta con un capital propio de \$ 16 531,99; es decir que un 17% del total está invertido por cuenta propia y el 33% restante que es \$ 31 273,52 se financiará con un préstamo.



Tabla 54 Fuentes de financiamiento y uso de fondos

Monto del préstamo	\$ 31 273,52
Tasa de interés	11,83% (0,009858333)
Tiempo	3 años
Pago mensual	\$ 1 036,191
Pago por los 3 años	\$ 37 302,87
Total interés 3 años	\$ 6 029,36

Fuente: Tania Pillalaza

Elaboración: Tania Pillalaza

Capítulo VI

6.01 Pronóstico financiero

6.01.01 Estado de pérdidas y ganancias

Tabla 55 Estado de pérdidas y ganancias

Estado de pérdidas y ganancias					
Años	1	2	3	4	5
Ventas	\$237.168,00	\$ 252.560,20	\$268.437,30	\$284.812,10	\$301.697,72
Costo de ventas	\$177.876,00	\$189.420,15	\$201.327,98	\$213.609,08	\$226.273,29
UT. B. VTAS	\$59.292,00	\$63.140,05	\$ 67.109,33	\$71.203,03	\$75.424,43
Gastos. Ventas	\$21.617,28	\$24.134,52	\$26.351,88	\$29.112,01	\$32.648,59
S/S adm. y caj.	\$17.595,28	\$20.295,48	\$21.986,09	\$23.817,53	\$25.801,53
Publicidad	\$3.600,00	\$3.839,04	\$4.365,79	\$5.294,48	\$6.847,06
Inauguración	\$422,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Ut. Net. Ventas	\$37.674,72	\$39.005,53	\$40.757,44	\$42.091,01	\$42.775,84
Gtos de admin.	\$4.788,21	\$5.083,34	\$5.400,83	\$5.175,74	\$5.543,24
Dep. m y E	\$119,50	\$119,50	\$119,50	\$119,50	\$119,50
Dep. Eq. Oficina	\$28,05	\$28,05	\$28,05	\$28,05	\$28,05
Dep. Com	\$566,66	\$566,66	\$566,66		
Am. Per. Fun.	\$114,00	\$114,00	\$114,00	\$114,00	\$114,00
Varios	\$1.800,00	\$1.915,20	\$2.037,77	\$2.168,19	\$2.306,95
S/S Q.F.	\$2.160,00	\$2.339,93	\$2.534,84	\$2.746,00	\$2.974,74
Util. Operacional	\$32.886,51	\$33.922,19	\$35.356,62	\$36.915,28	\$37.232,60
Gtos. Finan.					
Préstamo	\$3.210,15	\$2.057,77	\$761,44	\$ -	\$ -
Ut. Antes Imp.	\$29.676,36	\$31.864,42	\$34.595,18	\$36.915,28	\$37.232,60
15% Trab.	\$4.451,45	\$4.779,66	\$5.189,28	\$5.537,29	\$5.584,89
Util. Imp.	\$25.224,91	\$27.084,76	\$29.405,90	\$31.377,99	\$31.647,71
Imp. 15%	\$3.783,74	\$4.062,71	\$4.410,89	\$4.706,70	\$4.747,16
Util. Total.	\$21.441,17	\$23.022,04	\$24.995,02	\$26.671,29	\$26.900,55
10% Res.	\$2.144,12	\$2.302,20	\$2.499,50	\$2.667,13	\$2.690,06
Util. Div	\$19.297,05	\$20.719,84	\$22.495,51	\$24.004,16	\$24.210,50

Tabla 56 Tabla de Impuesto a la Renta Año 2014

Tabla de Impuesto a la Renta Año 2014			
Fracción	Exceso	Impuesto Fracción	Impuesto Fracción
Básica	Hasta	Básica	Excedente
-	10.410	0	0%
10.410	13.270	0	5%
13.270	16.590	143	10%
16.590	19.920	475	12%
19.920	39.830	875	15%
39.830	59.730	3.861	20%
59.730	79.660	7.841	25%
79.660	106.200	12.824	30%
106.200	En adelante	20.786	35%

Fuente: SRI

Elaboración: Tania Pillalaza

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

Tabla 57 Tabla de proyecciones

	Inflación	Crecimiento poblacional
Propaganda y publicidad	4,4%	2,24%
	Incremento salarial	
Sueldos y salarios	8,33%	

Fuente: Tania Pillalaza

Elaboración: Tania Pillalaza

6.01.02 Flujo de caja

Tabla 58 Flujo de caja

Flujo de caja						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Utilidad		\$21.441,17	\$23.022,04	\$24.995,02	\$26.671,29	\$26.900,55
Depreciación		\$714,21	\$714,21	\$714,21	\$147,55	\$147,55
Amort. P. F		\$ 114,00	\$114,00	\$114,00	\$114,00	\$114,00
Gtos Fin		\$3.210,15	\$2.057,77	\$761,44		
Flujo. Op		\$25.479,53	\$25.908,03	\$26.584,66	\$26.932,84	\$27.162,10
CTN	\$-43.098,00					
Act Fijos	\$ -4.707,51					
Flujo Neto	\$-47.805,51	\$25.479,53	\$25.908,03	\$26.584,66	\$26.932,84	\$27.162,10

Fuente: Tania Pillalaza

Elaboración: Tania Pillalaza

6.01.03 Punto de equilibrio

Tabla 59 Punto de equilibrio

Gastos totales	Gastos fijos	Gastos variables
Costos de ventas		
\$177.876,00	\$ -	\$177.876,00
Gastos de ventas		
\$21.617,28	\$17.595,28	\$4.022,00
Gastos Administrativos		
\$4.788,21	\$4.788,21	\$ -
Gastos Financieros		
\$3.210,15	\$3.210,15	\$ -
Subtotal	\$25.593,64	\$181.898,00
TOTAL	\$207.491,64	

Fuente: Tania Pillalaza

Elaboración: Tania Pillalaza

6.01.03.01 Punto de equilibrio en días

$$PE = \frac{\text{costos fijos}}{P.v.u - C.v.u}$$

$$PE = \frac{\$25.593,64}{649,78 - 498,35}$$

$$PE = 169$$

Análisis: Se logra un equilibrio de los gastos y costos totales en 169 días

6.01.03.02 Punto de equilibrio monetario:

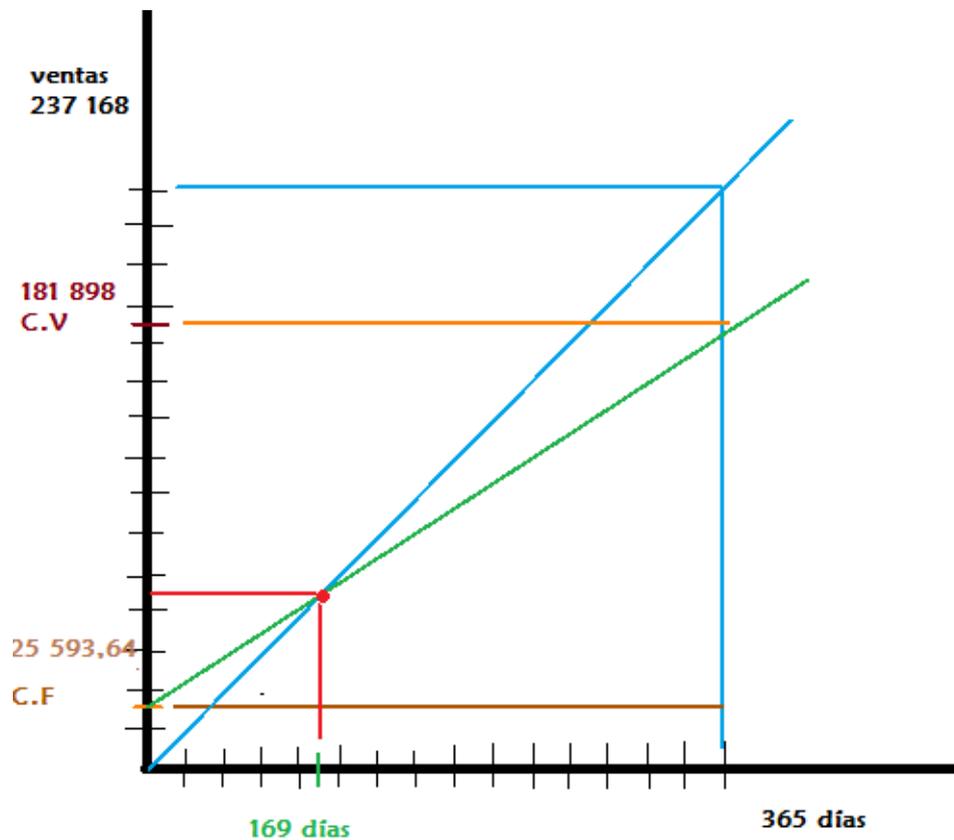
$$P.E. \text{ monetario} = \frac{\text{costos fijos}}{1 - \frac{C.v.u}{P.v.u}}$$

$$P.E. \text{ monetario} = \frac{25\,593,64}{1 - 0,77}$$

$$P.E. \text{ monetario} = \$111\,276,69$$

Análisis: El equilibrio monetario de los costos y gastos totales es de \$111 276,69

Gráfico:





6.02 Evaluación financiera

6.02.01 T (MAR)

Tabla 60 T (MAR)

Riesgo país	6,17%
Tasa de interés activa	8,17%
Inflación	4,4%
Total	18,74%

Fuente: Tania Pillalaza

Elaboración: Tania Pillalaza

Análisis: La tasa mínima de retorno de una inversión es de 18,74% tomando en cuenta a la inflación, tasa de interés activa y al riesgo país.

6.02.02 VAN

Tabla 61 Van

AÑOS	Flujo Neto	VAN
0	\$ -47.805,51	\$ -47.805,51
1	\$ 25.479,53	\$ 21.458,25
2	\$ 25.908,03	\$ 18.375,55
3	\$ 26.584,66	\$ 15.879,62
4	\$ 26.932,84	\$ 13.548,59
5	\$ 27.162,10	\$ 11.507,43
		\$ 32.963,92

Fuente: Tania Pillalaza

Elaboración: Tania Pillalaza

Análisis:

Tras realizar el análisis financiero se determina que al final de la vida útil de la empresa, es decir en 5 años, se genera un total de \$32 963,92 de recursos líquidos.

6.02.03 TIR

Tabla 62 TIR

AÑOS	Flujo Neto	VAN
0	\$ -47.805,51	\$ - 47.805,51
1	\$ 25.479,53	\$ 17.394,49
2	\$ 25.908,03	\$ 12.074,66
3	\$ 26.584,66	\$ 8.458,48
4	\$ 26.932,84	\$ 5.850,10
5	\$ 27.162,10	\$ 4.027,77
		\$ 0,00

Fuente: Tania Pillalaza

Elaboración: Tania Pillalaza

TIR = 0,4648045

TIR = 46,48045%

Análisis:

La tasa interna de retorno es de 46,48045%, superior al T (MAR) que es de 18,74%, por lo tanto la inversión que se realice en la empresa, tiene una alta rentabilidad.



6.02.04 Razón beneficio costo

Tabla 63 Razón beneficio costo

Razón C/B	\$ 80 769,43
	\$ 47 805,51
	\$ 1,69

Fuente: Tania Pillalaza

Elaboración: Tania Pillalaza

Análisis:

La razón costo beneficio tiene un valor de 1,68, es decir que por cada dólar que se invierta, se obtienen 0,69 centavos de utilidad.

6.02.05 Periodo de recuperación de la inversión

Tabla 64 Periodo de recuperación de la inversión

Año 0	\$ - 47.805,51
Año 1	\$ 21.458,25
	\$ - 26.347,26
Año 2	\$ 18.375,55
	\$ - 7.971,71
Año 3	\$ 15.879,62
	\$ 7.907,91

Tabla 65 Periodo de recuperación de la inversión

6 880,79 / 15 860,72	0,497991135 * 12
5,97589363 – 5	0,205909946 * 30
29,27680889	
PRI= 2 años, 5 meses, 29 días	

Fuente: Tania Pillalaza

Elaboración: Tania Pillalaza

Análisis:

El tiempo en el que se recupera la inversión es de 2 años, 5 meses, 29 días. Por lo que se considera que la empresa tiene liquidez, es decir, que puede cancelar las deudas en corto plazo.



6.02.06 Coeficientes financieros

6.02.06.01 Margen bruto

Este indicador establece el rendimiento bruto sobre las ventas al descontar el costo de ventas.

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

Tabla 66 Margen bruto

Margen bruto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ut. bruta	\$59.292,00	\$63.140,05	\$67.109,33	\$71.203,03	\$75.424,43
Ventas netas	\$237.168,00	\$252.560,20	\$268.437,30	\$284.812,10	\$301.697,72
Porcentaje	25,00%	25,00%	25,00%	25,00%	25,00%

Fuente: Tania Pillalaza

Elaboración: Tania Pillalaza

Análisis:

Este indicador significa que las ventas de la farmacia generaron un 25% de utilidad bruta en ventas.

6.2.6.2 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.

$$\text{Margen neto} = \text{Utilidad neta} / \text{Ventas netas}$$

Tabla 67 Margen neto

Margen neto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ut. neta	\$ 19.297,05	\$ 20.719,84	\$22.495,51	\$24.004,16	\$24.210,50
Ventas netas	\$ 237.168,00	\$252.560,20	\$268.437,30	\$284.812,10	\$301.697,72
Porcentaje	8,14%	8,20%	8,38%	8,43%	8,02%

Fuente: Tania Pillalaza

Elaboración: Tania Pillalaza

Análisis:

La utilidad neta corresponde a 8,26% promedio de los 5 años, esto indica que por cada dólar que se venda, se tendrá \$ 8,26 de utilidad neta.

6.03 Análisis de impactos

6.03.01 Impacto ambiental

Las acciones de las personas sobre el medio ambiente provocan efectos colaterales sobre éste, debido a la contaminación acústica y visual, desechos de energía radioactiva, entre otros.

Es importante tomar en cuenta la intensidad, según la destrucción del medio ambiente; la extensión, según afecte a un lugar concreto, a una parte o a la totalidad; la persistencia, si la duración es temporal o permanente; la recuperación, si los daños causados son fáciles de reparar, reversibles o irreparables.

Antes de empezar determinadas obras públicas, proyectos o actividades se consideran los impactos que se puedan producir en el medio ambiente.

La creación de la farmacia "Salud y Vida" en la Parroquia de Zambiza, no afecta a la salud ambiental ni a la integridad de los ecosistemas. Sin embargo tiene un impacto ambiental bajo debido a que los desechos de los medicamentos por parte de los consumidores es el indebido.

Cabe recalcar que desechos de medicamentos dañados o caducados en la farmacia se manejarán con la debida precaución, la eliminación de estos es mediante la devolución al fabricante para que se desechen los medicamentos con la mayor seguridad.

También se tomará en cuenta el reciclaje y la reutilización de materiales que puedan servir como insumo como papel, vidrio, cartón, plásticos, madera.

6.03.02 Impacto económico

El impacto económico de una pequeña empresa es de gran importancia para el desarrollo del país. Las pequeñas y medianas empresas en el Ecuador se determinan de acuerdo a su volumen de ventas, capital social, cantidad de trabajadores, y su nivel de producción o activos.

Se encuentran en particular en la producción de bienes y servicios, siendo la base del desarrollo social del país tanto produciendo, demandando y comprando productos o añadiendo valor agregado, por lo que se constituyen en un actor fundamental en la generación de riqueza y empleo.

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

Por lo tanto la farmacia "Salud y Vida" aporta al crecimiento económico del país además de ser una fuente de empleo para los habitantes de la Parroquia de Zambiza, además de mejorar su calidad de vida.

6.03.03 Impacto productivo

La actividad de la farmacia "Salud y Vida" aporta al sector de la salud, ayudando a la población de la Parroquia de Zambiza a tener accesibilidad a los medicamentos, brindándoles atención de calidad y satisfaciendo sus necesidades. Con la creación de este proyecto se espera contribuir a la mejora de la calidad de vida de las personas, que es uno de los propósitos del Plan Nacional del Buen Vivir.

Se espera también impulsar el crecimiento y progreso de la farmacia, con un mayor abastecimiento de productos, utilizando tecnología óptima y a la vez promoviendo la generación de mayores fuentes de empleo y desarrollo económico.



Capítulo VII

7.01 Conclusiones

Una vez concluido el proyecto de estudio de factibilidad para la creación de una farmacia en la Parroquia de Zambiza, se concluyó que:

- Al no existir una farmacia en la parroquia, se tiene la aceptación de los habitantes, por lo tanto que se convierte en una oportunidad ideal para su creación.
- Al realizar el estudio de mercado, se determinó que existe una demanda insatisfecha, es decir que la comercialización de productos farmacéuticos no cubre la demanda total.
- Tras realizar el pronóstico financiero del proyecto se determinó que la farmacia "Salud y Vida" tiene un margen neto de 8,26%, lo que indica que por cada dólar que se venda, se ganará 8,26 dólares de utilidad neta.
- El VAN dio como resultado un valor de \$ 32.963,92 que es la totalidad de los recursos de la empresa al final de su vida útil que es de 5 años. La tasa interna de retorno, 46,48045% por lo tanto este representa lo que se pueda ganar anualmente con la inversión. El periodo de recuperación de la inversión, 2 años, 2 meses, 29 días y la relación costo beneficio, 1,69; es decir que por cada dólar invertido, se obtendrán \$0,69 centavos de utilidad. El proyecto es factible y viable de realizar.

7.02 Recomendaciones

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

- Ofrecer a los consumidores variedad de productos y un servicio de calidad, para cubrir la demanda insatisfecha determinada en las encuestas.
- Evitar que los consumidores acudan a lugares ajenos a la Parroquia para adquirir los medicamentos, mediante promociones, atención personalizada, aplicando estrategias de publicidad, de tal manera que incremente la demanda y se logre fidelización de los clientes.
- Aumentar las ventas anuales de tal manera que el margen bruto y margen neto aumenten su porcentaje gradualmente.
- Mantener los estándares de calidad tanto en productos como en servicio.
- Realizar actividades específicas y capacitarse constantemente.



Bibliografía:

- <http://www.bce.fin.ec/index.php/indicadores-economicos>
- <http://www.inec.gob.ec/estadisticas/>
- http://www.economia.com.mx/tasas_de_interes.htm
- <http://datos.bancomundial.org/indicador/SL.TLF.TOTL.IN>
- <http://delincuencia46.blogspot.com/>
- <http://www.promonegocios.net/investigacion-mercados/>
- <http://www.gerencie.com/barreras-de-entrada.html>
- <http://www.e-conomic.es/programa/glosario/definicion-proveedor>
- <http://mktunlam.blogspot.es/1211159940/>
- <http://www.ubicaquito.com/osm/lugar/p346120712>
- http://www.quito.com.ec/parroquias/index.php?option=com_content&view=section&id=33&Itemid=39
- http://www.mutualistapichincha.com/mupi/der_tasasInteres.jhtml
- <http://www.cit.org.ec/files/RO-No.-69-del-29-08-2013.pdf>
- <http://www.orasconhu.org/sites/default/files/MEDICAMENTOSBASICOECUADOR.pdf>
- https://instituciones.msp.gob.ec/dps/pichincha/images/stories/reglamento_control_y_funcionamiento_establecimientos_farmacuticos.pdf
- <http://serviciosciudadanos.quito.gob.ec/index.php/es/>
- <http://www.sri.gob.ec/de/167>



Anexos

Anexo no. 1

ENCUESTA

Objetivo: Realizar un estudio de mercado para determinar la factibilidad de la creación de una Farmacia en la Parroquia de Zambiza

Nombre: _____ Edad: _____

Fecha: _____

Marque con una X en las casillas correspondientes a sus respuestas

1. Cuáles son las farmacias donde habitualmente consume

Fybeca	()	Pharmacy's	()
Sana –Sana	()	El Doctorcito	()
Cruz Azul	()		

2. Se siente a gusto con el trato que le brindan

Si	()	No	()
----	-----	----	-----

3. Que cree que es lo más importante al momento de realizar sus compras

Precios cómodos ()

Buena atención ()

Variedad ()



4. Considera que los precios de los productos que consume son

Altos ()

Bajos ()

Moderados ()

5. Cuál es el monto de compra que realiza

6. Cuáles son los productos farmacéuticos que más consume

Medicamentos () Productos para bebé ()

Productos de higiene personal () Otros ()

7. Con que frecuencia compra en las farmacias

Diariamente () Quincenalmente ()

Semanalmente () Mensualmente ()

8. Al momento de comprar medicamentos, prefiere:

De Marca () Genéricos ()

9. Que tan necesario cree usted que la Parroquia de Zambiza se cree una

Farmacia

Muy necesario () Poco necesario ()

Necesario () No Necesario ()

10. Estaría de acuerdo que en la Parroquia de Zambiza se cree una Farmacia que

le brinde los beneficios que usted necesita

Si () No ()

