



CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE BOTICAS Y FARMACIAS

Proyecto de factibilidad para la creación de una distribuidora farmacéutica en el barrio la Roldos del DMQ, zona 9, periodo 2017-2018.

**Proyecto de Inversión previo a la Obtención del Título de Tecnóloga en
Administración de Boticas y Farmacias.**

Tipo de Proyecto

Incubadora Empresarial

Autora: Sandra María Villamagua Villavicencio

Tutor: Msc. Marcelo Morocho

QUITO-ECUADOR

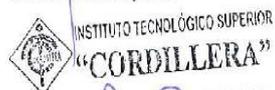
2018

ACTA DE APROBACIÓN DEL PROYECTO DE GRADO

Quito, 14 de mayo del 2018

El equipo asesor del trabajo de Titulación de la Srta. **VILLAMAGUA VILLAVICENCIO SANDRA MARIA** de la carrera de **ADMINISTRACIÓN DE BOTICAS Y FARMACIAS** cuyo tema de investigación fue: **PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA DISTRIBUIDORA FARMACÉUTICA EN EL BARRIO LA ROLDOS DEL DMQ, ZONA 9, PERIODO 2017-2018**. Una vez considerados los objetivos del estudio, coherencia entre los temas y metodologías desarrolladas; adecuación de la redacción, sintaxis, ortografía y puntuación con las normas vigentes sobre la presentación del escrito, resuelve: **APROBAR** el proyecto de grado, certificando que cumple con todos los requisitos exigidos por la Institución.


Lcdo. Marcelo Morocho
Tutor del Proyecto



DIRECCIÓN DE CARRERA

Adm. Boticas y Farmacias


Dr. Jorge López
Director de Escuela


Lcdo. Romer Pichardo
Lector del Proyecto


Ing. Galo Cisneros
Coordinador de la Unidad de Titulación



CAMPUS 1 - MATRIZ

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

CAMPUS 2 - LOGROÑO

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

CAMPUS 3 - BRACAMOROS

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

CAMPUS 4 - BRASIL

Av. Brasil N46-45 y
Zamora
Telf.: 2246036

CAMPUS 5 - YACUAMBI

Yacuambi
Oe2-36 y
Bracamoros.
Telf: 2249994

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 autores vigentes. Las ideas, métodos, resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.



Sandra María Villamagua Villavicencio

CI: 1104982861

Licencia de uso no comercial

Yo, **Sandra María Villamagua Villavicencio** portadora de la cedula de identidad con N° 1104982861 de conformidad con lo establecido en el art. 110 del cód. De Economía Social de los Conocimientos, la Creatividad y la Innovación (INGENIOS) que dice: “En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderán a los autores.

Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos. Sin perjuicio de los derechos reconocidos en el párrafo precedente, el establecimiento podrá realizar un uso comercial de la obra previa autorización del titular y notificación a los autores un porcentaje no inferior al cuarenta por ciento de los beneficios económicos resultantes de esta explotación. El mismo beneficio se aplicará a los autores que hayan transferido sus derechos a instituciones de educación superior o centros educativos.”, otorgo licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del proyecto con título de ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA DISTRIBUIDORA FARMACEUTICA EN EL SECTOR LA ROLDOS DEL

DMQ PERIODO 2017-2018 con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior
Cordillera.



Sandra María Villamagua Villavicencio

CI: 1104982861

Agradecimiento

A todas las personas que me apoyaron durante mi proceso de Estudio especialmente a mi ángel, esposo, familiares, amigos, colaboradores, docentes y a mi tutor que siempre estuvieron pendiente de mi avance en mi estudio, gracias por esa confianza puesta en mí.

Agradecimiento especial para mi exprofesor que fue una parte fundamental para no rendirme en mis estudios Eco. Lenin Paredes y a la Doc. Anita Álvarez que muchas veces fueron padre y madre en mis momentos de debilidad.

Sandra Villamagua

Dedicatoria

Este trabajo lo dedico a mi todo a ese amigo, padre, abuelo que me cuida desde el cielo, mi inspiración para ser una mejor persona para esta sociedad, para mi vives en mis recuerdos diarios.

A mi PAPÁ: Carlos Eduardo Villavicencio Montoya.

Índice

Declaratoria	ii
Licencia de uso no comercial	iii
Agradecimiento	v
Dedicatoria	vi
Resumen ejecutivo	xvi
Abstract	xvii
Capítulo I.....	1
1.1 Justificación	1
1.2 Antecedentes.....	2
Capitulo II	4
2 Análisis situacional.....	4
2.1 Ambiente externo	4
2.1.1 Factor económico.	4
2.2 Factor Social	10
2.2.1 Población Económicamente Activa del Ecuador	10
2.2.2. Tasa de Crecimiento Poblacional.....	12
2.2.3 Desempleo.....	13
2.3 Factor Legal.....	14
2.3.1 Ley Orgánica de Salud.	15
2.4 Factor Tecnológico	17
2.5 Entorno Local	19
2.5.1 Amenaza de Nuevos Competidores.	19
2.5.2 Poder de Negociación de los Clientes.....	20
2.5.3 Poder de Negociación de los Proveedores.	20
2.5.4 Amenaza de la nueva Entrada de Competidores.....	23
2.6 Análisis Interno.....	23
2.6.1 Cadena de Valor.....	23
2.6.2 Propuesta Estratégica.	28

2.6.3 Gestión Administrativa	31
2.6.4 Gestión Operacional.....	31
2.6.5 Gestión Comercial.....	33
2.6.6 Marketing Mix.	38
2.7 Análisis FODA	39
2.7.1 Matriz analítica de evaluación de factores externos (MEFE).	40
2.7.2 Matriz analítica de evaluación de factores internos (MEFI).....	40
2.7.3 Matriz analítica de formación de estrategias (MAFE).....	41
Capítulo III.....	43
3.1 Análisis del consumidor	43
3.1.1 Determinación de población y muestra.....	43
3.1.2 Técnicas de obtención de información.....	45
3.2 Oferta.....	59
3.2.1 Oferta Histórica.....	59
3.2.2 Oferta Actual.....	61
3.2.3 Oferta proyectada.....	62
3.4 Demanda.....	63
3.4.1 Demanda histórica.....	63
3.4.2 Demanda actual.....	65
3.4.3 Demanda proyectada.....	65
3.5 Balance oferta demanda.....	66
3.5.1 Balance actual.....	66
3.5.2 Balance proyectado.....	66
Capitulo IV.....	68
4.1 Tamaño del proyecto	68
4.1.1 Capacidad Instalada.....	68
4.1.2 Capacidad Óptima.....	70
4.2 Localización.....	72
4.2.1 Macro localización.....	72

4.2.2 Micro Localización.	72
4.2.3 Localización Óptima.	73
4.3 Ingeniería del Producto.....	74
4.3.1 Definición del Servicio.	75
4.3.2 Distribución de planta.	75
4.3.3 Proceso Productivo.	76
4.3.4 Maquinaria89	
4.3.5 Equipo de computación.....89	
Capítulo V.....	90
5.1 Ingresos operacionales y no operacionales.....	90
5.2 Costos y Gastos90	
5.2.1 Costos Directos.91	
5.2.2 Gastos administrativos91	
5.2.3 Gastos de ventas.....94	
5.2.3 Gastos Financieros.97	
5.3 Inversiones.....98	
5.3.1 Inversión fija98	
5.3.2 Capital de trabajo.99	
5.3.3 Fuentes de financiamiento.100	
5.3.4 Amortización.....101	
5.3.5 Depreciaciones.103	
5.3.6 Estado de situación inicial.....104	
5.3.7 Estado de resultado proyectado a 5 años.....105	
5.3.8 Flujo de Caja.107	
5.4 Evaluación financiera del proyecto108	
5.4.1 Tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR).....108	
5.4.2 Valor actual neto (VAN) o Valor presente neto (VPN).....109	
5.4.3 Tasa Interna de retorno (TIR).109	
5.4.4 Periodo de recuperación de la inversión (PRI).110	

5.4.5 Relación beneficio costo (B/C).....	111
5.3.6 Punto de equilibrio o punto de nivelación.	111
Capítulo VI.....	113
6.1 Análisis de impactos.....	113
6.1.1 Impacto ambiental.....	114
6.1.2 Impacto económico	115
6.1.3 Impacto social.	116
Capítulo VII	118
7.1 Conclusiones.....	118
7.2 Recomendaciones	118
Referencias.....	120
Anexos	122

Índice de Tablas

Tabla 1: Producto Interno Bruto (PIB).....	5
Tabla 2: PIB salud.....	6
Tabla 3: Tasa de inflación.....	7
Tabla 4: Tasa de interés activa.....	8
Tabla 5: Tasa de interés pasiva.....	9
Tabla 6: Población Económicamente Activa del Ecuador (PEA).....	11
Tabla 7: Tasa Poblacional.....	12
Tabla 8: Tasa de Desempleo.....	13
Tabla 9: Proveedores.....	22
Tabla 10: Logística Interna.....	24
Tabla 11: Operaciones.....	25
Tabla 12: Logística externa.....	26
Tabla 13: Marketing y ventas.....	27
Tabla 14: Servicios postventa.....	28
Tabla 15: Propuesta Estratégica.....	34
Tabla 16: Promociones.....	34
Tabla 17: Colorimetría.....	38
Tabla 18: Matriz FODA.....	39
Tabla 19: Matriz MEFE.....	40
Tabla 20: Matriz MEFI.....	41
Tabla 21: Matriz MAFE.....	42
Tabla 22: Segmentación.....	43
Tabla 23: Siglas para determinar la muestra.....	44
Tabla 24: Datos para el cálculo de la muestra.....	44
Tabla 25: Cálculo de la muestra.....	45
Tabla 26: Pregunta 1.....	49
Tabla 27: Pregunta 2.....	51
Tabla 28: Pregunta 3.....	52
Tabla 29: Pregunta 4.....	53
Tabla 30: Pregunta 5.....	54
Tabla 31: Pregunta 6.....	55
Tabla 32: Pregunta 7.....	56
Tabla 33: Pregunta 8.....	57
Tabla 34: Pregunta 9.....	58
Tabla 35: Formulas de cálculo de la oferta histórica.....	59
Tabla 36: Oferta Histórica.....	60

Tabla 37: Ventas anuales	61
Tabla 38: Oferta Proyectada.....	62
Tabla 39: Demanda Histórica.....	64
Tabla 40: Datos para el cálculo de la demanda.....	65
Tabla 41: Demanda proyectada.....	65
Tabla 42: Balance Actual	66
Tabla 43: Demanda insatisfecha proyectada oferta - demanda.....	67
Tabla 44: Área Administrativa.....	69
Tabla 45: Área de recepción.	69
Tabla 46: Área de Almacenamiento.....	70
Tabla 47: Área de Distribución	70
Tabla 48: Activos Fijos	71
Tabla 49: Rol de pagos.....	71
Tabla 50: Método cualitativo por puntos	74
Tabla 51: Estructura Organizacional.....	77
Tabla 52: Ficha de Proceso de Aprovisionamiento.....	77
Tabla 53: Ficha de Proceso adquisición.....	79
Tabla 54: Ficha de Proceso de almacenamiento	81
Tabla 55: Ficha de proceso de control de inventario	83
Tabla 56: Ficha de Proceso de empaque y distribución.....	85
Tabla 57: Ficha de Proceso de facturación	87
Tabla 58: Muebles y Enseres	89
Tabla 59: Equipo de computación.....	89
Tabla 60: Ingreso Operacionales.....	90
Tabla 61: Costos Directos	91
Tabla 62: Gastos administrativos	92
Tabla 63: Permisos de funcionamiento	92
Tabla 64: Servicios básicos, teléfono e internet.....	93
Tabla 65: Suministros de oficina	93
Tabla 66: Útiles de limpieza	94
Tabla 67: Gasto de ventas	94
Tabla 68: Presupuesto de Sueldo Supervisor	95
Tabla 69: Presupuesto de Sueldo de Asistente y Administrador	95
Tabla 70: Sueldos básicos 2013-2018.....	96
Tabla 71: Sueldos básicos proyectados 2019-2023	96
Tabla 72: Gastos de promoción y publicidad.....	96
Tabla 73: Gastos Financieros	97
Tabla 74: Costos fijos y variables	97

Tabla 75: Activos fijos	98
Tabla 76: Gastos de Constitución	99
Tabla 77: Capital de Trabajo.....	99
Tabla 78: Caja	100
Tabla 79: Fuentes de Financiamiento	100
Tabla 80: Amortización préstamo bancario	101
Tabla 81: Amortización de gastos de constitución.	103
Tabla 82: Depreciación de Muebles y enseres.....	103
Tabla 83: Depreciación de equipos de oficina.	104
Tabla 84: Depreciación de equipo de cómputo.....	104
Tabla 85: Balance general.....	105
Tabla 86: Estado de pérdidas y ganancia	106
Tabla 87: Inflación	107
Tabla 88: Fracción Básica para el impuesto.	107
Tabla 89: Flujo de caja.....	108
Tabla 90: Indicadores TMAR	109
Tabla 91: Valor actual neto	109
Tabla 92: Tasa interna de retorno.....	110
Tabla 93: Periodo de recuperación de la inversión	110
Tabla 94: Periodo de recuperación de la inversión.	110
Tabla 95: Relación beneficio costo	111
Tabla 96: Razón beneficio/costo.....	111
Tabla 97: Costo fijos y variables.....	111
Tabla 98: Punto de equilibrio.....	112
Tabla 99: Ponderaciones para evaluación de impactos.....	113
Tabla 100: Impacto ambiental.....	114
Tabla 101: Impacto Económico	115
Tabla 102: Impacto social	116
Tabla 103: Farmacias independientes sector norte del DMQ.....	123

Índice de Figuras

<i>Figura 1:</i> Variación del PIB desde el año 2013 al 2017 (Banco Central del Ecuador. 2017)	5
<i>Figura 2:</i> Variación del PIB Salud desde el año 2012 al 2016. (Banco Central del Ecuador. 2016)	6
<i>Figura 3:</i> Tasa de inflación desde el año 2013 al 2017. (INEC. 2017)	7
<i>Figura 4:</i> Tasa de interés activa año 2013 al 2017. (Banco Central del Ecuador. 2017)	9
<i>Figura 5:</i> Tasa de interés pasiva. Banco Central del Ecuador (2018)	10
<i>Figura 6:</i> Población económicamente activa. INEC (2017).....	11
<i>Figura 7:</i> Tasa de interés activa desde el año 2013 al 2017. (INEC. 2017)	12
<i>Figura 8:</i> Tasa de desempleo. INEC (2017).....	14
<i>Figura 9:</i> Modelo pág. de pedidos en línea. Investigación propia.....	18
<i>Figura 10:</i> Modelo del sistema de facturación. SIFAC (2017)	18
<i>Figura 11:</i> Fuerzas de Porter (Las 5 fuerzas de Porter 2016).....	19
<i>Figura 12:</i> Área administrativa de la Distribuidora. Investigación propia	31
<i>Figura 13:</i> Volantes para publicidad de la distribuidora, investigación propia.....	35
<i>Figura 14:</i> Accesorios para publicidad de la Distribuidora, investigación propia	35
<i>Figura 15:</i> Esferos para publicidad de la Distribuidora, investigación propia	36
<i>Figura 16:</i> Llaveros para publicidad, investigación propia	36
<i>Figura 17:</i> Logo de la Distribuidora, investigación propia	37
<i>Figura 18:</i> Isotipo de la Distribuidora, investigación propia.....	37
<i>Figura 19:</i> Eslogan de la Distribuidora, investigación propia.....	38
<i>Figura 20:</i> Cuatro P del Marketing, Debitoor (2014).....	39
<i>Figura 21:</i> Distribuidoras que ofertan el medicamento a farmacias independientes. Investigación propia	50
<i>Figura 22:</i> Beneficios otorgados a farmacias independientes. Investigación propia	51
<i>Figura 23:</i> Servicio ofrecido a farmacias independientes. Investigación propia.....	52
<i>Figura 24:</i> Entrega de medicamento a farmacias independientes. Investigación propia.....	53
<i>Figura 25:</i> Ventajas en la cancelación que da la competencia a farmacias independientes, investigación propia	54
<i>Figura 26:</i> Laboratorios que más acogida poseen por farmacias independientes, investigación propia	55
<i>Figura 27:</i> Producto que más rotación presentan en farmacias independientes, investigación propia	56

<i>Figura 28:</i> Monto mínimo de pedido que recepta la competencia, investigación propia.....	57
<i>Figura 29:</i> Compras mensuales de farmacias independientes, investigación propia.....	58
<i>Figura 30:</i> Oferta histórica de la competencia. Investigación propia.....	60
<i>Figura 31:</i> Oferta proyectada de la competencia. Investigación propia	61
<i>Figura 32:</i> Oferta proyectada para los años 2018-2022, investigación propia.....	62
<i>Figura 33:</i> Demanda histórica de productos farmacéuticos por farmacias independientes. Investigación propia	64
<i>Figura 34:</i> Demanda proyectada de productos farmacéuticos por farmacias independientes, investigación propia	66
<i>Figura 35:</i> Macro localización de la Distribuidora. Google maps (2018).....	72
<i>Figura 36:</i> Micro localización de la Distribuidora. Google maps (2018).....	73
<i>Figura 37:</i> Localización óptima de la Distribuidora. Google maps (2018).....	74
<i>Figura 38:</i> Distribución de planta de la distribuidora: Elvia Maigua (2017)	76
<i>Figura 39:</i> Porcentajes de fuentes de financiamiento.....	101

Resumen ejecutivo

El siguiente proyecto tiene como finalidad realizar el estudio para la creación de una distribuidora farmacéutica en la parroquia la Roldos del DMQ, el mismo que estará ubicado en las calles OE12C y N85A, a medida que se realizó esta investigación se pudo verificar que el proyecto es viable, debido a que existe una demanda insatisfecha por cubrir.

Para constatar la veracidad del proyecto se realizó los estudios pertinentes dentro de los cuales se encuentra estudio situacional, análisis del consumidor, tamaño del proyecto, estudio y evaluación financiera y análisis de impactos, centrándonos en el estudio financiero, obteniendo una demanda insatisfecha del 16% de farmacias independientes, lo que nos permitirá el desarrollo y futura implementación del mismo para lo cual se deberá elaborar estrategias para estar presente en la mente del consumidor meta.

Abstract

The following project has the purpose of carrying out the study for the creation of a pharmaceutical distributor in the parish of La Roldos del DMQ, which will be located in streets OE12C and N85A, as this investigation was carried out it was possible to verify that the project is viable, because there is an unmet demand to cover.

In order to verify the veracity of the project, the pertinent studies were carried out, including situational study, consumer analysis, project size, study and financial evaluation and impact analysis, focusing on the financial study, obtaining an unmet demand of 16% of independent pharmacies, which will allow us the development and future implementation of the same for which strategies should be developed to be present in the mind of the target consumer.

Capítulo I

1.1 Justificación

El crecimiento incesante del mundo farmacéutico exige ver más allá de la satisfacción y fidelización del consumidor final, a saber, cuáles son los beneficios que las distribuidoras dan a propietarios de farmacias tanto de cadena, de franquicias e independientes, observando y palpando que los beneficios son diferentes entre estas farmacias.

Las grandes corporaciones de distribución de productos farmacéuticos como estrategia principal han creado farmacias propias constituyendo poco a poco grandes cadenas distribuidas a nivel nacional para el aprovisionamiento oportuno y rápido facilitando la rotación de medicamento viendo así un negocio eficaz, para las cuales se otorga beneficios especiales, las farmacias independientes al no contar con los mismos beneficios y al no tener la capacidad de competir con farmacias de cadena han visto como salida llegar a pertenecer a estas cadena formando parte de las llamadas franquicias las cuales han sido compensadas con beneficios menores a las farmacias de cadena y pagando una comisión por cada compra realizada, en este mercado como había mencionado también están las farmacias independientes cuyos propietarios son médicos, auxiliares de enfermería o personas que han tenido experiencia en farmacias y han querido tener un negocio propio, estas farmacias no

cuentan con beneficios especiales salvo a que tengan una posibilidad monetaria alta para poder comprar en masa.

Este proyecto tiene como objetivo la Creación de una distribuidora Farmacéutica que al poder hacer compras directas a los laboratorios y en masa pueda ofrecer un descuento por cada producto que se ponga al mercado de las farmacias independientes para que así estas puedan permanecer en el mercado y en la mente del consumidor final.

1.2 Antecedentes

El campo farmacéutico a pasar de los años se ha ido extendiendo poco a poco mencionando así que estos últimos años ha tenido un auge mayor. La Escuela Superior Politécnica del Litoral -ESPOL (2015) a través de su Estudio sobre la Industria Farmacéutica nos menciona que “este crecimiento está relacionado con el incremento del gasto Salud que se ha dado durante la última década, principalmente impulsado por el aumento del gasto público en salud, así las compras públicas de fármacos se convirtieron en un importante destino de la producción” a la par también con la comercialización de los mismos, las diferentes empresas dedicadas a esta actividad también han tenido un importante crecimiento mencionando a una de las Distribuidoras que ha sido modelo y proveedor de pequeñas distribuidoras como es Distribuidora Farmacéutica Ecuatoriana - DIFARE S.A esta distribuidora inicio en 1983 como farmacias “Marina” en la Ciudad de Guayaquil, que se caracterizó por una mayor rapidez en la entrega de los productos, amplitud de surtido e innovadoras

políticas de negocio, que los llevó a captar la atención de pequeñas y medianas farmacias. El 1ro de julio de 1984 se funda la Distribuidora Farmacéutica René. Tres años después, con el objetivo de darle una proyección nacional, la compañía cambia de nombre, convirtiéndose en Distribuidora Farmacéutica Ecuatoriana-DIFARE S.A. En 1995, se expande el negocio y se abren oficinas en Quito y Cuenca. (Carlos Cueva González, 2014).

Capítulo II

2 Análisis situacional

“Permite reunir y estudiar información relacionada a uno u varios aspectos de la organización, se lo considera como la base de todo proyecto debido a que incluye un examen detallado de los factores internos y externos que repercuten en un negocio” (Rojas, 2007)

2.1 Ambiente externo

(Alina Voiculet, 2010). Menciona que “dentro de un proceso en el cual formularemos las políticas corporativas de la organización tenemos que tener en cuenta las oportunidades del ambiente externo, las posibles amenazas, el potencial interno, las fuerzas y las debilidades y la ventaja competitiva sobre nuestros competidores.”

2.1.1 Factor económico.

Voiculet et al., (2010) asegura que este factor afecta la organización de los negocios y tiene que ver con la tasa de interés, la inflación, la política fiscal, etc.

2.1.1.1 Producto interno bruto.

(Computación Aplicada al Desarrollo, 2016) Nos menciona que el PIB es el valor monetario de los bienes y servicios finales producidos por una economía en un periodo determinado. También lo considera como un indicador representativo que ayuda a medir el crecimiento o decrecimiento de la producción de bienes y servicios de un país.

Tabla 1: Producto Interno Bruto (PIB)

PIB	
AÑOS	PORCENTAJE
2013	3.50%
2014	3.80%
2015	3.00%
2016	-1.90%
2017	1.05%

PIB Salud, (Banco Central del Ecuador 2017)

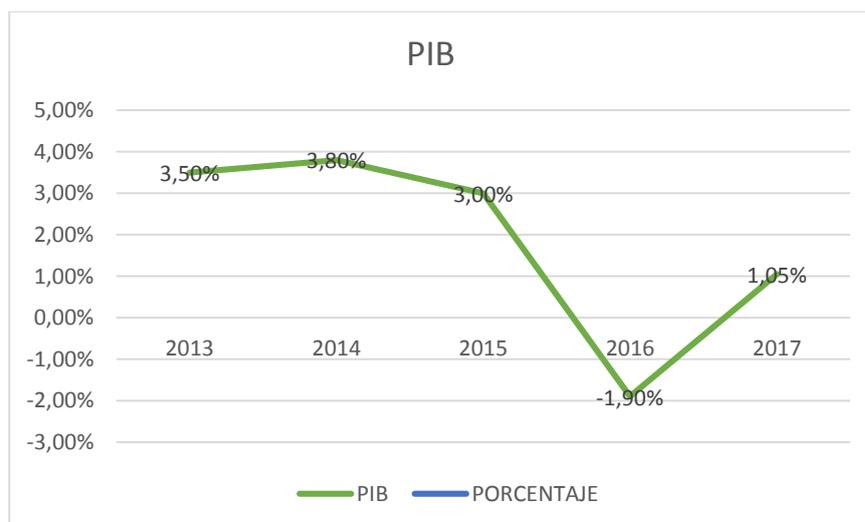


Figura 1: Variación del PIB desde el año 2013 al 2017 (Banco Central del Ecuador. 2017)

2.1.1.2 PIB sector farmacéutico.

El PIB del Sector farmacéutico es aquel indicador que nos ayuda a medir el crecimiento o decrecimiento de este sector debido a que “la Industria farmacéutica se ha ido desarrollando ampliamente desde el año 1990 en la Ciudad de Guayaquil, en el cual se creó pequeños laboratorios como H.G y Bjaner a fin de mejorar las condiciones de salubridad del Lugar” (Ortiz, 2011)

Tabla 2: PIB salud

PIB	
AÑOS	PORCENTAJE
2012	3.16%
2013	3.20%
2014	3.37%
2015	3.38%
2016	3.44%

PIB Salud, (Banco Central del Ecuador 2016)

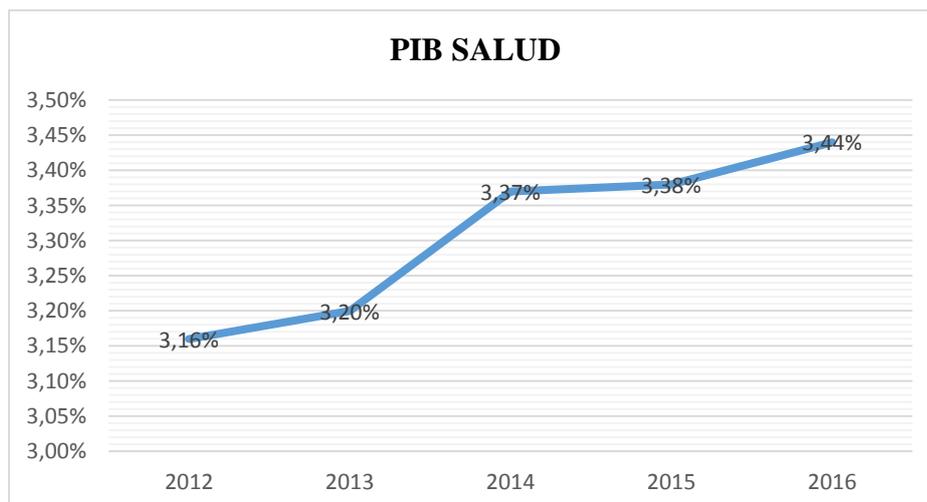


Figura 2: Variación del PIB Salud desde el año 2012 al 2016. (Banco Central del Ecuador. 2016)

Análisis:

La industria farmacéutica al pasar de los años ha experimentado un crecimiento significativo como en el 2012 aunque ha existido años en los cuales se ha podido observar bajas lo cual en nuestro ámbito no es conveniente ya que el PIB es un indicador financiero que nos permite medir la rentabilidad de nuestro negocio y el crecimiento ha sido demasiado bajo por lo cual es necesario que este sector vuelva a retomar el auge de los años anteriores.

2.1.1.3 Tasa de Inflación

Es un fenómeno que es caracterizado por el aumento y sostenibilidad de los precios de bienes y servicios, índice que evidencia la pérdida del valor adquisitivo de una unidad de moneda en un periodo determinado (anual).

Tabla 3: Tasa de inflación

Año	Porcentaje
2013	2,70%
2014	3,67%
2015	3,38%
2016	1,12%
2017	-0,20%

Variación de la tasa de Inflación. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos 2017).

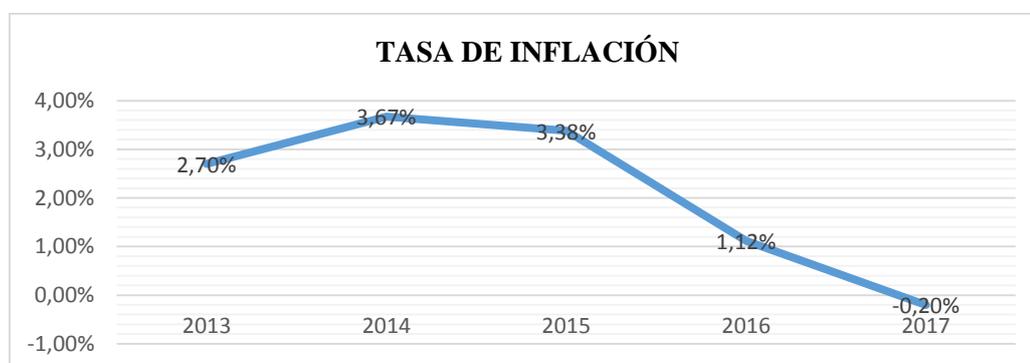


Figura 3: Tasa de inflación desde el año 2013 al 2017. (INEC. 2017)

Análisis:

La industria farmacéutica muestra una baja de precios considerablemente por lo cual el momento de realizar un pedido a nuestros proveedores debemos tener en cuenta más las bonificaciones y descuentos para poder tener una rentabilidad en el negocio.

2.1.1.4 Tasa de Interés

Es el porcentaje de capital que se paga a una entidad financiera por el uso del mismo.

2.1.1.4.1 Tasa de Interés Activa.

Porcentaje que cobran las entidades bancarias de acuerdo con las condiciones del mercado y las disposiciones del Banco Central.

Tabla 4: Tasa de interés activa

Año	Porcentaje
2013	8,17%
2014	8,12%
2015	8,33%
2016	8,10%
2017	7,83%

Variación de la tasa de interés activa 1. (BCE 2017)

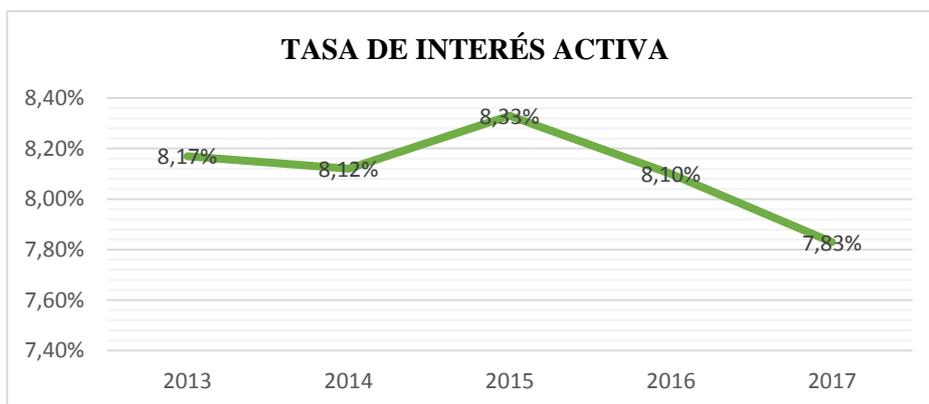


Figura 4: Tasa de interés activa año 2013 al 2017. (Banco Central del Ecuador. 2017)

Análisis:

En el 2015 la tasa de interés presenta un incremento del 0.21%, lo que no sucede en el 2016 y 2017 debido a que existe una baja de 0.23% y del 0.27% lo cual es favorable el momento de realizar un crédito bancario debido a que esta tasa está variando anualmente, pero para beneficio de los deudores.

2.1.1.4.2 Tasa de Interés Pasiva.

Es el tipo de interés que las entidades financieras pagan por el capital que colocamos como depósitos, depósitos a plazo, bonos, u otros productos similares.

Tabla 5: Tasa de interés pasiva

TASA DE INTERÉS PASIVA	
2013	4.53%
2014	5.18%
2015	5.14%
2016	5.12%
2017	4.95%

Tasa de interés pasiva. BCE (2018)

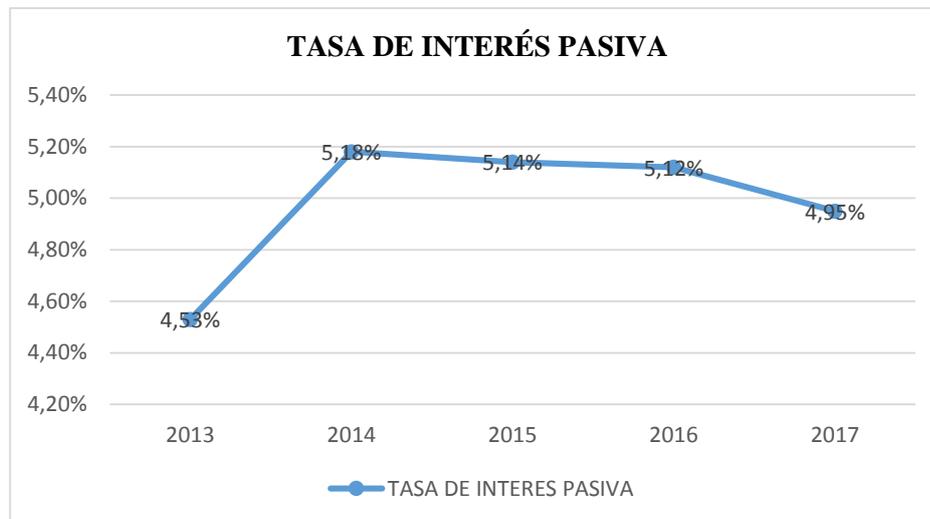


Figura 5: Tasa de interés pasiva. Banco Central del Ecuador (2018)

Análisis:

La tasa de interés pasiva es fundamental analizarla en el caso de este proyecto debido a que el momento que se realiza el estudio de factibilidad se puede lograr identificar si el proyecto es rentable o es más rentable colocar el dinero en una entidad financiera, aunque se presenta una baja del 0.17% o si se va colocar algún dinero de reserva.

2.2 Factor Social

El factor social es lo principal a analizar debido a que nos dará como resultado las características de nuestro mercado meta al que dirigirá el proyecto, conocer su cultura y su valor de adquisición.

2.2.1 Población Económicamente Activa del Ecuador

El Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC, 2017) menciona que la Población Económicamente Activa son aquellas personas que tienen la capacidad de

trabajar y producir sus propios recursos económicos, abarca a todas a las personas que gozan de un empleo, como a aquellas que no.

Tabla 6: Población Económicamente Activa del Ecuador (PEA)

Año	Nº de personas
2013	7554438
2014	7720071
2015	7900205
2016	8084477
2017-03	8084382

Variación de la PEA. (INEC 2017)

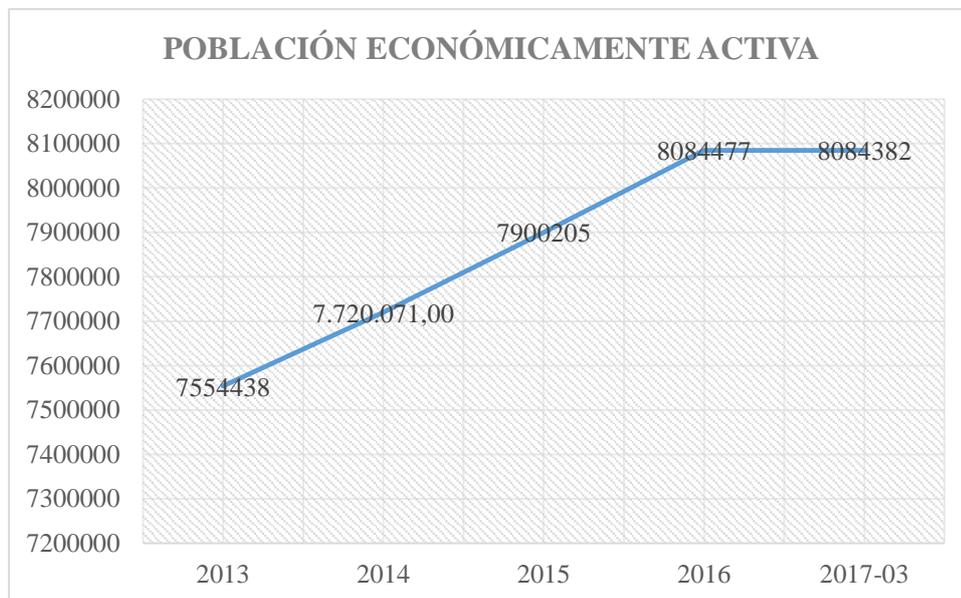


Figura 6: Población económicamente activa. INEC (2017)

Análisis:

Se observa que existe un aumento anual del PEA, lo que pronostica que hay la probabilidad de entrar a un mercado en consumo, lo cual genera más demanda de

productos farmacéuticos y esto beneficia al empresario a adquirir más producto para ofertar al mercado con promociones a las farmacias lo cual permite que estas lancen promociones al consumidor final.

2.2.2. Tasa de Crecimiento Poblacional.

Nos permite medir el aumento o disminución de la población en cierto periodo de tiempo (anual).

Tabla 7: Tasa Poblacional

AÑOS	TASA DE CRECIMIENTO POBLACIONAL
2013	1.40%
2014	1.37%
2015	1.34%
2016	1.31%
2017	1.28%

Variación de la tasa poblacional. (INEC 2017)

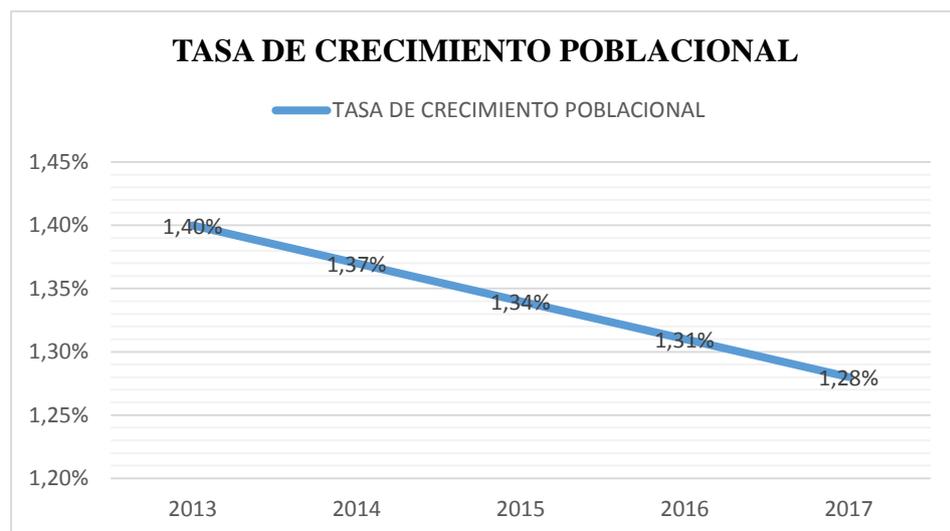


Figura 7: Tasa de interés activa desde el año 2013 al 2017. (INEC. 2017)

Análisis:

Al realizar un breve análisis los porcentajes nos muestran que en los últimos años la variación de la tasa poblacional ha ido disminuyendo en un porcentaje muy bajo de 0.03% y esto determina que si existe oportunidad para muchos empresarios nuevos en la instalación de nuevas farmacias lo cual beneficiará al proyecto porque existirá más demanda.

2.2.3 Desempleo.

Es denominado al ocio involuntario de personas que desean encontrar trabajo, es un fenómeno involuntario tanto de los individuos como las empresas

Tabla 8: Tasa de Desempleo

Año	Porcentaje
2013	4,30%
2014	4,16%
2015	4,83%
2016	7,44%
2017-03	4.04%

Variación de la tasa de desempleo, (INEC 2017)

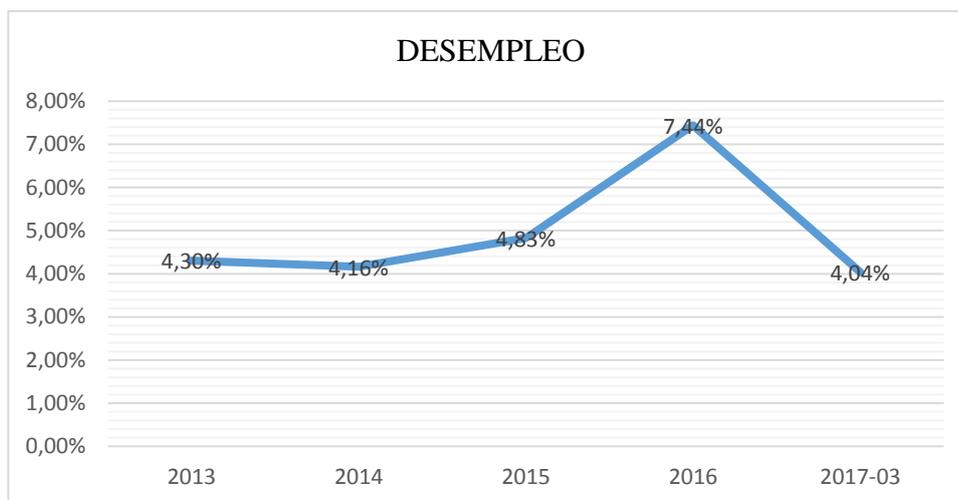


Figura 8: Tasa de desempleo. INEC (2017)

Análisis:

Según los datos que se encuentran en el INEC y detallados en la tabla anterior muestra que existe un aumento de desempleo en los últimos años, no se puede mencionar el 2017 debido a que no se encuentran datos totales pero hasta marzo del mismo año se estimó una baja de desempleo del 3.4%, tomando las cifras anteriores el aumento de desempleo es perjudicial el momento de la captación de ingresos que fuesen posibles en caso de haber pleno empleo, lo cual si no hay rotación exitosa de medicamentos las farmacias irán haciendo menos pedidos para no sobre estoquearse.

2.3 Factor Legal

Este factor describe todos los requisitos que se deben cumplir para realizar la apertura de establecimientos de cualquier índole, según el proyecto a desarrollarse nos deberemos regir a la Ley Orgánica de Salud.

2.3.1 Ley Orgánica de Salud.

Tiene como finalidad regular las acciones las cuales permitirán efectivizar el derecho a la salud instaurado en la constitución de la Republica y la Ley

2.3.1.1 Ley 67. Registro Oficial Suplemento 423 Cap. III.

2.3.1.1.1 De los Medicamentos.

Art.153.- Todo medicamento debe ser comercializado en establecimientos legalmente autorizados.

Art.154.- El estado garantizara el acceso y disponibilidad de medicamentos de calidad y su uso racional, priorizando los intereses de la salud pública sobre los económicos y comerciales.

Art.156.- La autoridad sanitaria nacional autorizara la importación de medicamentos en general, en las cantidades necesarias para la obtención del requisito necesario, de conformidad con lo previsto en el reglamento correspondiente.

Art 163.- Los laboratorios farmacéuticos, distribuidoras farmacéuticas, casas de representación de medicamento, dispositivos médicos, productos dentales, reactivos bioquímicos y de diagnóstico, en las ventas que realicen a las instituciones públicas descontaran un porcentaje no inferior al 15% del precio de venta a farmacia.

2.3.2.1.2 De los Establecimientos Farmacéuticos.

Art 165.- Para fines legales y reglamentarios, son establecimientos farmacéuticos los laboratorios farmacéuticos, casas de representación de

medicamentos, distribuidoras farmacéuticas farmacias y botiquines, que se encuentran en todo el territorio nacional.

Art. 173.- Todo establecimiento farmacéutico debe contar con la responsabilidad técnica de un profesional químico farmacéutico o bioquímico farmacéutico, quien puede tener bajo su responsabilidad técnica uno o más establecimientos farmacéuticos, de conformidad con lo que establezca el reglamento.

El reglamento de aplicación de esta ley normara lo relacionado a este servicio, en los lugares en donde no existan suficientes profesionales ni establecimientos farmacéuticos.

2.3.2.3 Instalación y permiso de funcionamiento de las distribuidoras farmacéuticas.

Requisitos:

- Número de Registro Único de Contribuyentes(RUC)
- Contrato del responsable técnico (Químico Farmacéutico o Bioquímico Farmacéutico) registrado en el Ministerio de Salud Pública y ARCSA.
- Certificado de Buenas Practicas de Almacenamiento, Distribución y Transporte.
- Documento que autorice a la distribuidora farmacéutica por el titular del registro sanitario del medicamento en el país. (ARCSA, 2017).

Análisis:

El momento que una persona está interesada en instalar una empresa farmacéutica es importante que se cumplan todos los requisitos legales tanto con los entes gubernamentales como de salud para que a futuro se pueda laborar sin ningún problema, el hecho de cumplir con todos los requisitos se muestra ser una persona responsable.

2.4 Factor Tecnológico

Este factor permitirá a las empresas llegar a ser más eficientes los cuales se convierten en un gran diferenciador corporativo frente a la competencia, lo cual le dará mayores posibilidades de cumplir las metas planeadas y el éxito rotundo de la misma, ya que permite agilizar el servicio de distribución, lo cual permitirá reducir costes y sobretodo lograr la satisfacción total del cliente.

La distribuidora CEDIFAR-NP contara con una pág. Web que permitirá realizar pedidos de las farmacias independientes donde contara el producto, iva, pvp, pvf , existencias y el descuento financiero que se ofrecerá por cada producto, lo que permitirá un ahorro económico por parte de los 2 involucrados.

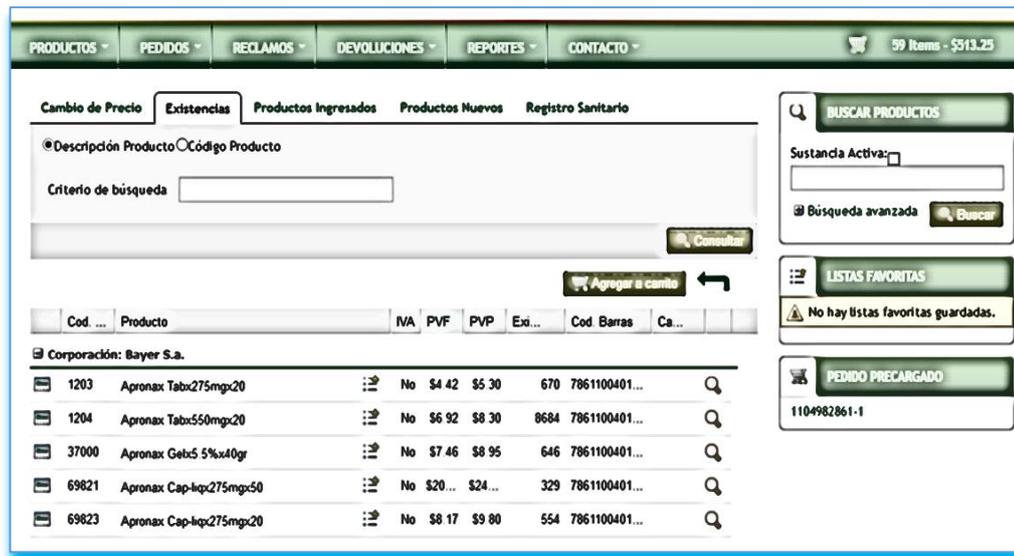


Figura 9: Modelo pág. de pedidos en línea. Investigación propia

Así mismo contara con un programa de facturación llamado SIFAC (Sistema Informático de Facturación, Anexos y Contabilidad) que estará conectado a la pág. web creada, lo que el momento que los clientes ingresen mostrara las cantidades de bodega y al encargado de facturación permitirá consultar el pedido, realizar la respectiva facturación y el descargo de dichos productos, realizar inventarios, etc

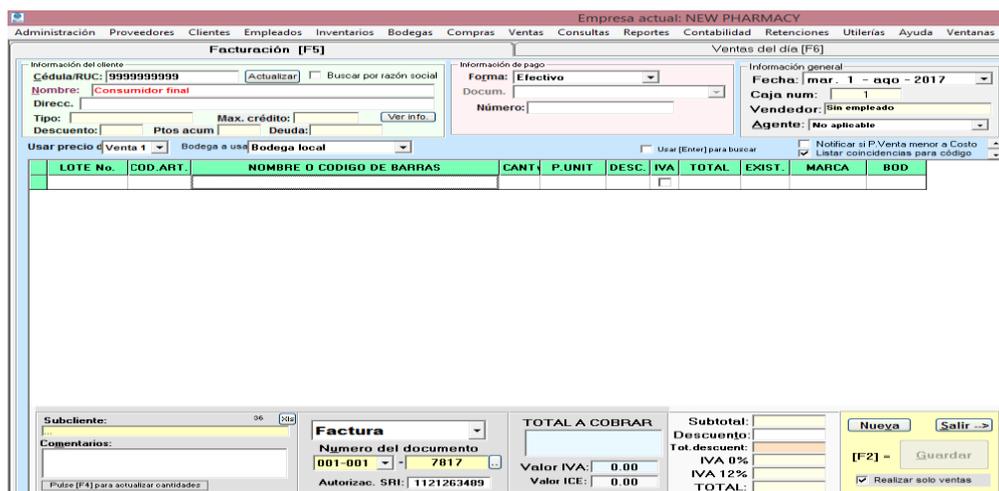


Figura 10: Modelo del sistema de facturación. SIFAC (2017)

2.5 Entorno Local

Son aquellos elementos que afectaran de forma significativa al proyecto, en este tipo se destacan importantes fuerzas competitivas entre clientes, proveedores, competidores.



Figura 11: Fuerzas de Porter (Las 5 fuerzas de Porter 2016)

2.5.1 Amenaza de Nuevos Competidores.

La entrada de nuevos competidores es un punto desfavorable para cumplir el fin del proyecto debido a que está centrado en las farmacias independientes, enfocado a mejorar las posibilidades de crecer de las mismas, y la entrada de un competidor directo bloquearía la aceptación de las mismas debido a que brindarían más descuentos o mejores bonificaciones, generando una disminución monetaria para el proyecto.

2.5.2 Poder de Negociación de los Clientes.

La competencia dentro del sector farmacéutico está determinada por el nivel de aceptación de las farmacias objetivo debido a que ellos tienen el poder de adquisición de los fármacos por lo cual debemos realizar una excelente campaña publicitaria para darnos a conocer y dar a conocer los beneficios que como distribuidora nueva les ofrecemos.

2.5.3 Poder de Negociación de los Proveedores.

Esta fuerza tiene como finalidad dar a conocer la capacidad de negociación con que cuentan los proveedores, ya que son ellos los que definen el posicionamiento de las empresas en el mercado, la manera con lo que logran la aceptación de su producto a quienes los ofertan.

Análisis:

Tenemos que tener en cuenta que la elección de buenos proveedores es un trabajo que hay que realizarlo con excelencia y con la mejor precaución posible debido a que gracias a la acertada elección podremos acceder a fármacos con buenos descuentos y bonificaciones y así poder ofrecer a nuestro cliente (farmacias independientes) buenas promociones y que ellos nos prefieran frente a la competencia.

Se realizará una investigación minuciosa de todos los laboratorios para saber cuál de ellos tienen venta libre y cuál tiene firmado un compromiso con la competencia, así se llegará a ponerle prioridad a los laboratorios de venta libre y a futuro poder

firmar un compromiso con los mismos para la mejora de precios o bonificaciones que ayudará al crecimiento y sostenibilidad de la Distribuidora.

De la misma manera se realizará un estudio minucioso de las grandes distribuidoras para que nos abastezcan con todas las líneas y laboratorios que comercialicen entre ellas QUIFATEX y DIFARE.

Se presenta una tabla de distribuidoras y laboratorios que por conocimiento propio tienen libre entrega.

Tabla 9: Proveedores

Proveedores	Logo	Dirección
Danivet		Parque Empresarial Colón Guayaquil - Guayas
Caplin Point		Av. 12 de Octubre, N 24-593 y Francisco Salazar Edificio Plaza 2000, Piso 12 y 13, Pichincha,
Difare		110,, Avenida 6 de Diciembre N31-50, Quito 170517
Quifatex		Av. Galo Plaza Lazo y Manuel Zambrano Esq. 3961900

Proveedores futuros de la distribuidora. Investigación propia.

Análisis:

Para poseer un amplio surtido de fármacos debemos obtener varios proveedores, para poder cumplir con la efectividad en la entrega de medicamentos debido a que si existe variedad se obtiene mejor aceptación de las farmacias independientes y al poder acceder a la venta directa de laboratorios podremos ofrecer más descuentos y promociones y así mismo se demandara menos de las distribuidoras grandes.

2.5.4 Amenaza de la nueva Entrada de Competidores

Nos permite medir con qué facilidad puede entrar nuevos competidores esta dificultad está determinada por barreras de entrada como el alto nivel de inversión requerido, regulaciones del mercado, patentes y propiedad intelectual, menores costos en materia prima, localización geográfica, tecnología, acceso a canales de distribución, etc.

Análisis:

El momento en que se puede entrar fácilmente a un mercado se corre con la amenaza de que un nuevo competidor lo haga corriendo el riesgo de perder estabilidad competitiva para lo cual deberemos centrarnos en fidelizar a nuestro mercado meta.

2.6 Análisis Interno

Este análisis se lo debe realizar en todas las empresas con la finalidad de identificar las fortalezas y debilidades, identificar la estrategia necesaria.

2.6.1 Cadena de Valor.

Es una herramienta muy importante que divide las tareas de la organización en dos grupos: actividades primarias y actividades de apoyo.

2.6.1.1 Actividades primarias

Son aquellas que nos permiten la venta del producto:

- Logística interna

- Operaciones
- Logística externa
- Marketing y ventas
- Servicios post venta

2.6.1.1.1 Logística interna.

La logística interna comprende todas las actividades enfocadas a la recepción y almacenamiento del producto.

Tabla 10: Logística Interna

Actividades	Perfil competitivo				Importancia
	1	2	3	4	
Realizar pedido a los proveedores.				X	20%
Recibimiento de mercadería y revisión de buen estado.				X	10%
Verificar que los productos coincidan con el detalle de la factura y revisión de fechas de caducidad.				X	10%
Ingreso de facturas al sistema.				X	10%
Buenas prácticas de almacenamiento.				X	10%
Toma de solicitud de pedido de farmacias independientes y verificación de stock.				X	25%
Buenas prácticas de distribución y transporte.				X	15%
Total					100%

Logística interna de la Distribuidora. Investigación Propia.

Análisis:

La calificación dada a las actividades de logística tiene una valorización de 4 puntos, lo que nos indica que estas actividades son fundamentales para la distribuidora cumpliendo las BPA, BPD y las BPT para que los fármacos lleguen en buen estado a las farmacias independientes.

2.6.1.1.2 Operaciones.

Son todas aquellas actividades que realizamos para que la empresa cumpla con todas sus funciones.

Tabla 11: Operaciones

Actividades	Perfil competitivo				Importancia
	1	2	3	4	
Asepsia de instalaciones y perchado de productos.				x	20%
Elaboración de inventarios y reposición inmediata del mismo.				x	30%
Preparación de pedido y elaboración de facturas para farmacias independientes.				x	20%
Entrega de productos a encargados de transporte.				x	20%
Seguimiento de entrega a transportistas.				x	10%
TOTAL					100%

Operaciones de la Distribuidora, investigación Propia.

Análisis:

Para que la empresa tenga éxito se debe tener en cuenta cuan importantes son estas actividades por lo tales están ponderadas con un alto perfil competitivo y serán

desarrolladas con la mayor responsabilidad por todos los colaboradores de la distribuidora.

2.6.1.1.3 Logística externa.

Trata de todas las actividades que permitirán a la empresa hacer llegar los productos a las manos del cliente.

Tabla 12: Logística externa

Actividades	Perfil competitivo				Importancia
	1	2	3	4	
Saludo al cliente.				X	15%
Recepción del pedido del cliente.				X	15%
Revisión en el sistema de los productos solicitados.				X	14%
Información de bonificaciones y descuentos al cliente.				X	12%
Elaboración de factura y encartonado de productos.				X	15%
Efectuar el cobro o emisión de crédito.				X	14%
Entregar el producto				X	15%
TOTAL					100%

Logística externa de la Distribuidora, investigación Propia.

Análisis:

Estas actividades presentan una ponderación de 4 puntos por lo cual el personal operativo debe direccionarse a una atención de calidad debida a que son actividades que se tiene contacto directo con el cliente.

2.6.1.1.4 Marketing y ventas

Se refiere a todas las actividades que son orientadas a que el cliente conozca el producto siempre enfocado al cierre de venta.

Tabla 13: Marketing y ventas

Actividades	Perfil competitivo				Importancia
	1	2	3	4	
Visita a farmacias independientes				x	19%
Fabricación de tarjetas de presentación.				x	19%
Entrega de proformas de medicamentos más rotativos.				x	32%
Elaboración de una Fan page.			x		30%
TOTAL					100%

Marketing y ventas de la Distribuidora, investigación Propia.

Análisis:

Estas actividades son fundamentales para el crecimiento de la Distribuidora por lo cual se debe aplicar para el conocimiento y aceptación por parte de las farmacias independientes y así poder cumplir la cifra global de ventas.

2.6.1.1.5 Servicios postventa

Este servicio incluye todas las actividades que se realizan después de la venta del producto o servicio que se ofrece, con la finalidad de crear lealtad a la marca.

Tabla 14: Servicios postventa

Actividades	Perfil competitivo				Importancia
	1	2	3	4	
Promociones del mes				X	60%
Buzón de sugerencias.				X	40%
Total					100%

Servicios post-ventas de la Distribuidora. Investigación Propia.

Análisis:

Las actividades mencionadas en la tabla cumplen con la finalidad de fidelizar al cliente por lo cual se pondrá el mayor énfasis en ellas para el cumplimiento del mismo.

2.6.1.2 Actividades de Apoyo.

Abarca a todas las actividades que brindan apoyo a las actividades primarias que se realizan en la organización:

- Infraestructura
- Recursos humanos
- Desarrollo de la tecnología
- Abastecimiento

2.6.2 Propuesta Estratégica.

Está dirigida a organizar y reestructurar las áreas de negocio de la organización de forma que den beneficios y crecimiento satisfactorio.

2.6.2.1 Misión.

“La Distribuidora CEDIFAR-NP (Centro de Distribución Farmacéutica – New Pharmacy) es una empresa dedicada a la distribución de productos farmacéuticos, que busca liderazgo en el mercado cuya misión es entregar un servicio de calidad total en la venta de fármacos a farmacias independientes.

2.6.2.2 Visión.

La Distribuidora CEDIFAR-NP estima que para el 2025 ser uno de los establecimientos líderes en distribución farmacéutica en el Provincia de Pichincha por brindar un servicio eficiente basado en la calidad, compromiso para la satisfacción del cliente.

2.6.2.3 Objetivos.

Son el fin al que se desea llegar o la meta que se desea conseguir en un proyecto o estudio. (Significados, 2017)

2.6.2.3.1 Objetivo General.

Es aquel que se centra en un aspecto global del estudio, es el propósito fundamental y donde se expone el resultado final que se pretende alcanzar con el trabajo. (Significados, 2017)

Ser el establecimiento mejor posicionado en el mercado farmacéutico con mayor acogida de las farmacias independientes del Noroccidente del DMQ.

2.6.2.3.2 Objetivos Específicos.

Es aquel que se plantea en función de aspectos más concretos o precisos de la investigación, derivados, por lo tanto, de los objetivos generales. (Significados, 2017)

- Realizar un estudio de factibilidad en el sector para identificar si el proyecto será sostenible.
- Determinar la conveniencia financiera de la realización de este proyecto.

2.6.2.4 Valores.

- Responsabilidad
- Compromiso
- Confianza
- Servicio de Calidad

2.6.2.5 Políticas.

- Los colaboradores que serán contratados deberán tener mínimo 2 años de experiencia y estabilidad.
- Las bonificaciones y promociones se deberán modificar mensualmente.
- Se deberá mantener en perfecto estado las instalaciones de la empresa caso contrario se tomará medidas al respecto.
- La atención al cliente será tomada como punto fundamental.
- El personal deberá cumplir las 8 horas diarias como lo establece el código de trabajo.

2.6.3 Gestión Administrativa

La gestión administrativa es la forma en que se utiliza los recursos para conseguir los objetivos deseados.

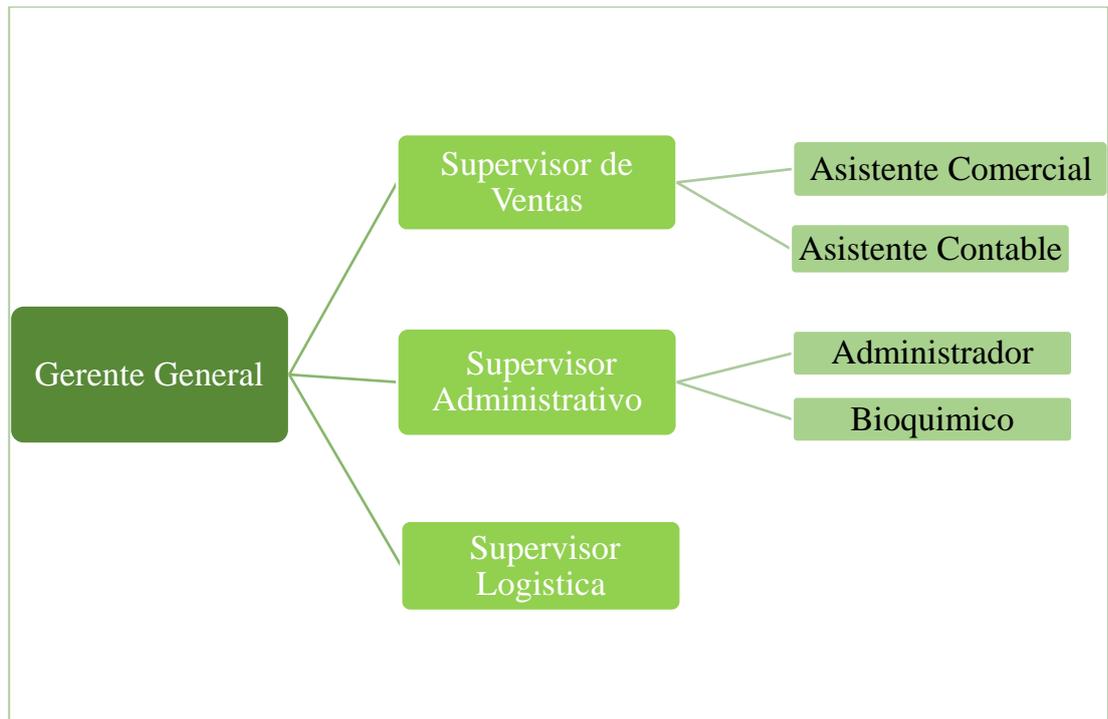


Figura 12: Área administrativa de la Distribuidora. Investigación propia

2.6.4 Gestión Operacional

Gerente

Sus Actividades a realizar serán las siguientes:

- Planificar estratégicamente las actividades de la empresa, fija las políticas y los objetivos de la organización para largo y mediano plazo.
- Ejerce liderazgo para guiar y motivar al personal de la Distribuidora para velar por el logro de los objetivos de la organización.

- Diseña estructuras organizacionales acordes a las demandas del entorno y del mercado.
- Toma decisiones y dirige el rumbo de la empresa hacia los objetivos, para lo cual efectuara análisis situacional y evaluara las acciones a adoptar para elegir lo más conveniente.

Administrador

El administrador de la Distribuidora se encargará de:

- Dar instrucciones y capacitar
- Firmar documentos oficiales de la empresa
- Presidir reuniones de la empresa
- Recibir proveedores.

Químico farmacéutico

- Organizar y aplicar sistemas de distribución de fármacos de manera eficiente.
- Mantener informado a la empresa acerca de los nuevos reglamentos de distribución, almacenamiento y transporte.
- Supervisión de las BPA, BPD, BPT

Gerente en Ventas

Sus funciones principales son las siguientes:

- Prepara planes y presupuestos de ventas

- Establecer metas y objetivos de ventas a corto y largo plazo
- Calcular la demanda y pronosticar ventas futuras
- Reclutamiento, selección y capacitación de los vendedores
- Compensación y motivación

Asistente Comercial

- Establecer relaciones de ventas con farmacias independientes
- Prospección y atención de clientes.
- Administración de información comercial de precios y productos.
- Rescate de cartera de clientes.
- Apertura de código de farmacias independientes.
- General clientes potenciales.
- Asistencia a la dirección.

Asistente Contable

- Revisará que toda actividad contable de la empresa este correcta
- Elaborará roles de pago, emitirá comprobantes contables.
- Se encargará de realizar los respectivos ajustes de inventario

2.6.5 Gestión Comercial

La Distribuidora CEDIFAR-NP como meta tiene expandirse en el mercado farmacéutico con un servicio de calidad para la fidelización al cliente con descuentos financieros, bonificaciones especiales y entrega inmediata de los fármacos.

2.6.5.1 Estrategia comercial

Es el plan para llevar los productos al mercado y sobrevivir en el tiempo. Sin este podemos perder el rumbo del negocio e ir a la quiebra, es la combinación perfecta que nos permitirá llegar al mercado meta.

Tabla 15: Propuesta Estratégica

Propuesta	Estrategia
Servicio al cliente	Ofreciendo un servicio de calidad para que el cliente se sienta especial y cumpliendo siempre con lo ofertado anteriormente.
Descuentos	Descuentos financieros de fármacos desde la unidad.
Bonificaciones	Las bonificaciones se establecerán mensualmente según los acuerdos que se lleguen con el proveedor.
Promociones	Se realizarán las promociones mensuales de ciertos fármacos para que las farmacias independientes puedan fidelizar a sus clientes.

Propuesta Estratégica de la Distribuidora, investigación propia.

Tabla 16: Promociones

Promoción	Detalle
20 % de descuento Financiero	Este descuento será para ciertos fármacos que saldrán como promocional del mes, cada mes serán productos diferentes de mínimo de 3 y máximo de 5.
40 % de descuento Financiero	Este descuento solamente será en fármacos que son nuevos en el mercado y la farmacia aceptara lograr su rotación hasta 2 meses.

Promociones, investigación propia.

2.6.5.1.1 Publicidad.

Son las estrategias que nos ayudaran para dar a conocer un producto o una marca y lograr el incremento de ingresos en las ventas de un producto.

CEDIFAR-NP

Centro de Distribución Farmacéutica "New Pharmacy"

- Más acceso a medicamentos de alta calidad.
- Las mejores bonificaciones y descuentos.
- Entrega segura e inmediata.

Barrio la Roldos calle OE12CY N85

023380835 - 093 99 626 6661

www.cedifar-np.com

Eficiencia en distribución farmacéutica

The flyer features a blue and white color scheme with a grid background. It includes a list of three bullet points, contact details with location, phone, and website icons, and a photograph of various pharmaceutical boxes and bottles.

Figura 13: Volantes para publicidad de la distribuidora, investigación propia



Figura 14: Accesorios para publicidad de la Distribuidora, investigación propia



Figura 15: Esferos para publicidad de la Distribuidora, investigación propia



Figura 16: Llaveros para publicidad, investigación propia

2.6.5.2 Logo.

La distribuidora tendrá un logo llamativo para la impresión a primera vista del cliente lo cual será provechoso al tener una publicidad visual fuerte.



Figura 17: Logo de la Distribuidora, investigación propia

2.6.5.3 Isotipo.

Es la parte generalmente icónica o más reconocible de una marca corporativa, institucional o personal.



Figura 18: Isotipo de la Distribuidora, investigación propia

2.6.5.4 Colorimetría

Ciencia que nos permite el estudio de los colores, herramienta fundamental para encontrar el color adecuado para nuestra marca.

Tabla 17: Colorimetría

Color	Significado
Celeste	Significa frescor y relajamiento para calmar el estrés producto de la enfermedad.
Blanco	Representa la pureza de los medicamentos y el aseo en todas las actividades.

Colores de la Distribuidora, investigación propia

2.6.5.5 Eslogan.

Es aquella frase, expresiva y fácil de recordar que utilizamos en la publicidad, debe ser corto y preciso para que el consumidor pueda identificar la marca.

Eficiencia al 100% en distribución farmacéutica

Figura 19: Eslogan de la Distribuidora, investigación propia

2.6.6 Marketing Mix.

Permite identificar la situación actual de la empresa para poder desarrollar una estrategia específica de posicionamiento.

2.6.6.1 Las 4 P del Marketing.

Las 4 P provienen del origen anglosajón que se conocen como:

Price (precio), Product (Producto), Place (Distribución) y Promotion (promoción).

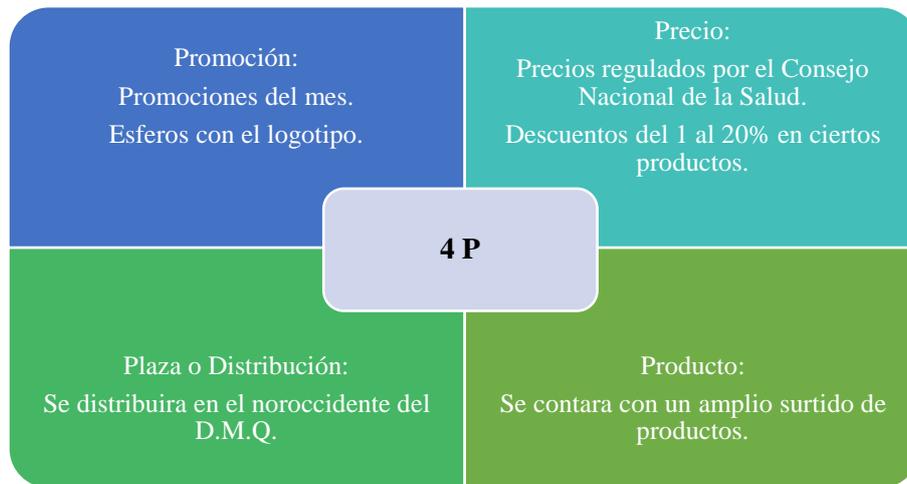


Figura 20: Cuatro P del Marketing, Debitoor (2014)

2.7 Análisis FODA

Es una herramienta fundamental para el estudio de la empresa tanto interno como externo que nos permitirá tener una rentabilidad y permanencia en el mercado.

Tabla 18: Matriz FODA

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Conocimientos administrativos y operativos. ▪ Experiencia en el medio. ▪ Sub-distribución de medicamentos reconocidos en el campo farmacéutico. ▪ Se posee historial crediticio. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Empresa nueva en el mercado Farmacéutico. ▪ No se cuenta con cartera de clientes. ▪ Capital
Oportunidad	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Farmacias independientes que requieren una distribuidora que otorgue exclusividad. ▪ Buen margen de demanda insatisfecha. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Competencia. ▪ Políticas gubernamentales.

Matriz FODA, investigación propia

2.7.1 Matriz analítica de evaluación de factores externos (MEFE).

Esta matriz resume y evalúa la información política, gubernamental y legal (P); económica y financiera (E); social, cultural y demográfica (F); tecnológica (T) y ecológica y ambiental (E) y calcula los resultados a través de las oportunidades y amenazas identificadas en el entorno. (Gehisy, 2016)

Tabla 19: Matriz MEFE

MATRIZ MEFE			
FORTALEZA	PESO	CALIFICACIÓN	CALIFICACIÓN PONDERADA
Conocimientos administrativos y operativos.	0.20	3	0.60
Experiencia en el medio farmacéutico.	0.20	2	0.40
Sub-distribución de medicamentos reconocidos en el campo farmacéutico.	0.10	2	0.20
Se posee historial crediticio.	0.10	2	0.20
SUBTOTAL	0.50		1.40
DEBILIDADES			
Empresa nueva en el mercado Farmacéutico.	0.10	2	0.20
No se cuenta con cartera de clientes.	0.10	3	0.30
Capital	0.20	3	0.60
SUBTOTAL	0.50		1.10
TOTAL	1		2.50

Matriz MEFE de la Distribuidora. Investigación propia.

2.7.2 Matriz analítica de evaluación de factores internos (MEFI).

Sirve para formular estrategias, ya que resume y evalúa las principales fortalezas y debilidades en áreas funcionales de una organización ofreciendo una base para identificar y evaluar las relaciones entre ellas. (Gehisy, 2016)

Tabla 20: Matriz MEFI

MATRIZ MEFI			
OPORTUNIDADES	PESO	CALIFICACIÓN	CALIFICACIÓN PONDERADA
Famacias independientes que requieren una distribuidora que otorge exclusividad.	0.30	3	0.90
Buen margen de demanda insatisfecha.	0.20	2	0.40
SUBTOTAL	0.50		1.30
AMENAZAS			
Competencia.	0.30	2	0.60
Políticas gubernamentales.	0.20	2	0.40
SUBTOTAL	0.50		1.00
TOTAL	1		2.30

Matriz MEFI de la Distribuidora, investigación propia.

Análisis:

Al realizar la ponderación de las 2 matrices de evaluación llegamos a concluir que es proyecto será posible realizarlo debido a que las fortalezas tienen ponderación mayor a las debilidades y las oportunidades de la misma forma poseen una calificación mayor a las amenazas.

2.7.3 Matriz analítica de formación de estrategias (MAFE).

Esta matriz nos permite establecer las mejores estrategias tomando en cuenta los factores internos y externos (FO, DO-FA,DA) tomando en cuenta cada una de ellos y tomando el más importante para darle solución.

Tabla 21: Matriz MAFE

MATRIZ MAFE		
	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	1. Conocimientos administrativos y operativos. 2. Experiencia en el medio farmacéutico. 3. Sub-distribución de medicamentos rotativos. 4. Se posee buen historial crediticio.	1. Empresa nueva en el mercado Farmacéutico. 2. No se cuenta con cartera de clientes. 3. Capital.
OPORTUNIDADES	FO	DO
1. Farmacias independientes que requieren una distribuidora que otorgue exclusividad. 2. Buen margen de demanda insatisfecha.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ La Experiencia, el conocimiento administrativo y operativo se realizará una adecuada presentación de los productos con bonificaciones especiales a las farmacias independientes. (F1, F2, F3, O1). ▪ Realizar un seguimiento adecuado del cumplimiento de los compromisos acordados para crear confianza en las farmacias independientes. (F2, O1) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Se debe de realizar visitas a todas las farmacias independientes realizando una adecuada difusión de la existencia de una distribuidora cuyo objetivo es apoyar directamente a farmacias independientes para que puedan capitalizarse y no quiebren.(D1,O1).
AMENAZAS	FA	DA
1. Competencia. 2. Políticas gubernamentales.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aplicar al máximo nuestros conocimientos administrativos y operativos para marcar diferencia entre nuestra competencia. (F1, A1). ▪ Aprovechar el portafolio de productos de alta demanda para posicionar la nueva distribuidora. (F3, A1). ▪ Cumplir todas las normativas de las entidades de control y estar pendiente de los cambios en la normativa legal.(F2,A2) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Identificar a las farmacias independientes que están insatisfechas con el servicio de las demás distribuidoras y brindar un servicio de excelencia. (D2, A1).

Aspectos de la Matriz MAFE, investigación propia.

Capítulo III

3.1 Análisis del consumidor

Este análisis se realiza para identificar las necesidades del consumidor, su posición económica, etc. Nos permite conocer nuestro mercado meta.

Tabla 22: Segmentación

Variable Demográfica	Segmento
Unidad Geográfica	País: Ecuador, Provincia: Pichincha, Cantón: Quito
Tipo de población	Sector urbano y rural
Clase social	Media-Alta

Aspectos de Segmentación. Creo Negocios 2013.

3.1.1 Determinación de población y muestra.

Tiene como objetivo definir quiénes y que características deberán tener los involucrados, es el proceso de definición de esa población de estudio, en la mayoría de los casos y dependiendo de los criterios es necesario escoger una parte de ese universo para llevar a cabo el estudio. (Amador, 2010)

3.1.1.1 Población.

La población es el conjunto de personas que viven en un lugar determinado y se utilizan estos datos para realizar el respectivo análisis.

En el Norte de Quito la población de farmacias independientes es de 214.

(ARCSA, 2017) **Ver Anexo Tabla 103.**

3.1.1.2 Muestra

Es un subconjunto característico de la población extraída seleccionada que obtiene toda la información deseada para lo cual se debe realizar una buena selección y una alta calidad en la recolección de datos. (Amador, 2010)

Tabla 23: Siglas para determinar la muestra

Variable	Significado
N	Población
E	Margen de error
P	Probabilidad de ocurrencia
Q	Probabilidad de no ocurrencia
Z	Nivel de confianza

Siglas para determinar la Muestra. Wigodski J. (2010)

Tabla 24: Datos para el cálculo de la muestra

N	214
E	0,05
Z	1.96
P	0.05
Q	0,05

Calculo de la muestra, investigación propia

Tabla 25: Cálculo de la muestra

$n=?$	
N= 214	$n = \frac{214 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2(214 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$
p= 50%	$n = 138$
q= 50%	$n = 138$ Encuestas
k(z)= 1.96	
e=5%	

Cálculo de la muestra, investigación propia

3.1.2 Técnicas de obtención de información.

Según (Vásquez, 2014) las técnicas de información son herramientas para uso investigativo que nos brindara una gran información acerca de comportamientos, posturas o pensamientos acerca de algo, estos datos pueden ser cualitativos o cuantitativos:

Puede ser:

- La entrevista.
- El cuestionario.
- La observación.
- La encuesta.
- El focus Group.

3.1.2.1 Encuesta.

La encuesta nos sirve como herramienta de recolección de información, se lo realiza anteriormente para obtener datos relevantes acerca del proyecto. (Vásquez, 2014)

Objetivo 1

Determinar la oferta y demanda de fármacos en un estudio enfocado a los propietarios o administradores de las farmacias independientes del Norte del DMQ.

Objetivo 2

Identificar cuáles son las estrategias que la competencia utiliza para tener la preferencia de las farmacias independientes y su fidelización.

Objetivo 3

Identificar la eficiencia en entrega de medicamentos y la calidad de servicio que ofrece la competencia a farmacias independientes.

Pregunta 1

¿Cuál es la distribuidora de su preferencia?

- *Difare*
- *Leterago*
- *Quifatex*
- *Sumelab*
- *Otra*

Pregunta 2

¿Qué beneficios le otorga la distribuidora con la que Usted trabaja?

- *Precios bajos*
- *Variedad*
- *Promociones*

Pregunta 3

El servicio que Ud. recibe de la distribuidora es:

- *Muy satisfactorio*
- *Satisfactorio*
- *Insatisfactorio*
- *Deficiente*

Pregunta 4

La distribuidora de su elección le entrega el producto:

- *En el mismo día*
- *Segundo día*
- *A partir del tercer día*

Pregunta 5

¿Qué tipo de ventaja recibe de la Distribuidora al realizar el pago de la siguiente manera?

- *Efectivo*
- *30 días*
- *45 días*
- *60 días*

Pregunta 6

¿Con que laboratorios Ud. más trabaja?

- *La Sante*
- *Nifa*
- *Caplin*
- *Bayer*
- *Otro*

Pregunta 7

¿Cuáles son los productos que más rotan en su farmacia?

- *AINES*
- *Antibióticos*
- *Antitusígenos*
- *Anticonceptivos*
- *Antihistamínicos*

Pregunta 8

¿A partir de que monto la Distribuidora recepta su pedido?

- 25 dólares
- 50 dólares
- 100 dólares
- 200 dólares

Pregunta 9

¿Cuál es su promedio de compras mensuales?

- 0 – 1500 dólares
- 1501 – 3000 dólares
- 3001 – 4500 dólares
- 4501 – 6000 dólares

3.1.2.2 Análisis de la información.

Nos permite examinar y transformar datos con objetivo de resaltar información útil para el proyecto en desarrollo.

3.1.2.3 Tabulación de datos de la encuesta realizada.

Encuesta

Pregunta 1

¿Cuál es la distribuidora de su preferencia?

Tabla 26: Pregunta 1

Opciones	Respuesta	%
Difare	60	43%
Leterago	19	14%
Quifatex	37	27%
Sumelab	15	11%
Otra	7	5%
Total	138	100%

Resultados de la Encuesta a la pregunta 1, investigación propia



Figura 21: Distribuidoras que ofertan el medicamento a farmacias independientes. Investigación propia

Análisis:

Según los datos arrojados de las encuestas nuestra competencia está entre las distribuidoras Difare que tiene una preferencia del 43%, Quifatex del 27% y Leterago del 14%, para lo cual se debe establecer buenas estrategias comerciales para que parte de farmacias independientes nos acepten como su distribuidora de preferencia.

Pregunta 2

¿Qué beneficios le otorga la distribuidora con la que Usted trabaja?

Tabla 27: Pregunta 2

Opciones	Respuesta	%
Precio	66	48%
Variedad	37	27%
Promociones	35	25%
Total	138	100%

Resultados de la Encuesta a la pregunta 2. Investigación propia

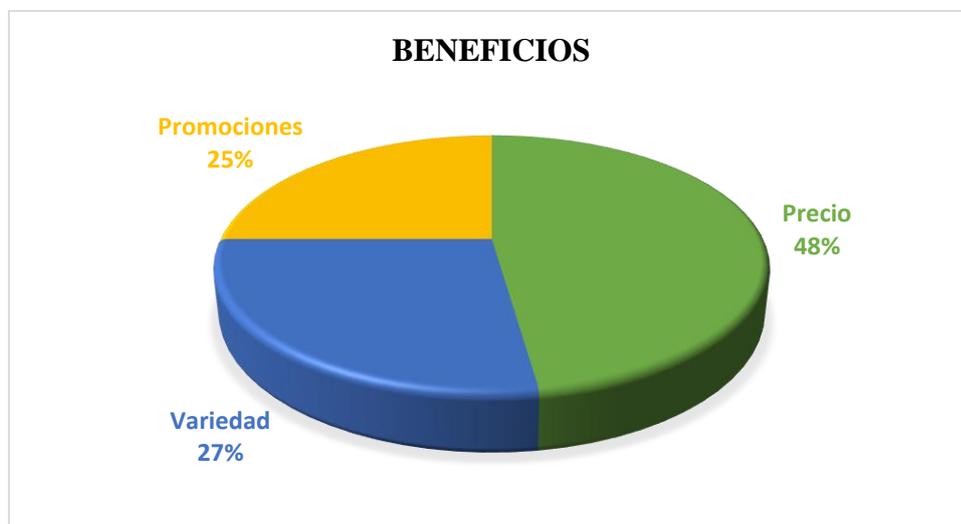


Figura 22: Beneficios otorgados a farmacias independientes. Investigación propia

Análisis:

Según los datos de las encuestas la competencia se centra en ofrecer precios más bajos ya que este ítem tiene el 48% de ponderación, la variedad es del 27% y las promociones de 25% por lo cual para que la distribuidora pueda ser aceptada en el mercado debe ofrecer precios bajos mayor variedad y excelentes promociones.

Pregunta 3

El servicio que Ud. recibe de la distribuidora es:

Tabla 28: Pregunta 3

Opciones	Respuesta	%
Muy Satisfactorio	28	20%
Satisfactorio	88	64%
Insatisfactorio	22	16%
Deficiente	0	0%
Total	138	100%

Resultados de la Encuesta a la pregunta 3. Investigación propia



Figura 23: Servicio ofrecido a farmacias independientes. Investigación propia

Análisis:

Los datos de las encuestas nos demuestran que solamente el 20% se muestra contento con el servicio que ofrecen las distribuidoras con las que trabajan por lo cual debemos ofrecer un servicio al 100% eficiente y de calidad.

Pregunta 4

La distribuidora de su elección le entrega el producto:

Tabla 29: Pregunta 4

Opciones	Respuesta	%
En el mismo día	25	18%
Segundo día	72	52%
A partir del tercer día	41	30%
Total	138	100%

Resultados de la Encuesta a la pregunta 4, investigación propia

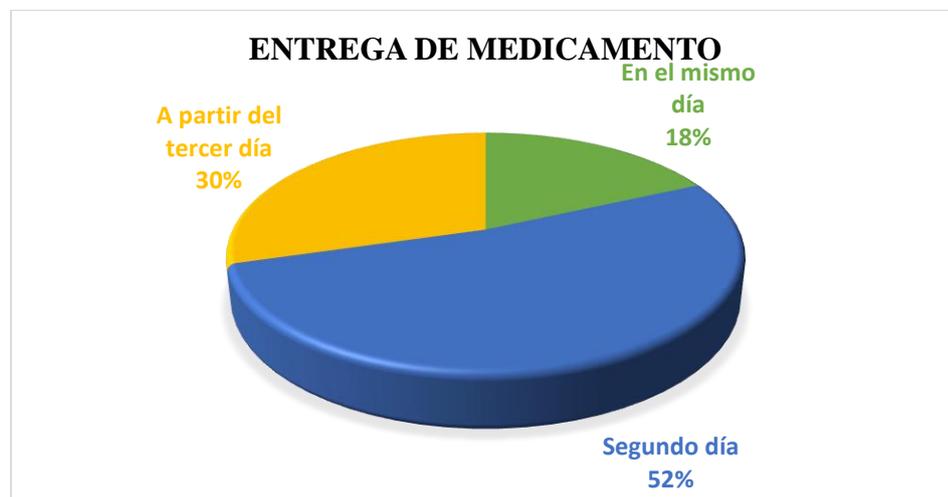


Figura 24: Entrega de medicamento a farmacias independientes. Investigación propia

Análisis:

La entrega de medicamento de las distribuidoras con las que trabajan las farmacias independientes no son tan eficientes ya que solo el 18% responden que es al primer día, el 52 al segundo día y el 30% a partir del tercer día para lo cual nosotros como distribuidora nos plantearemos realizar la entrega de medicamento el mismo día, estableciendo horarios adecuados.

Pregunta 5

¿Qué tipo de ventaja recibe de la Distribuidora al realizar el pago de la siguiente manera?

Tabla 30: Pregunta 5

Opciones	Respuesta	%
Efectivo	44	32%
30 días	19	14%
45 días	15	11%
60 días	60	43%
Total	138	100%

Resultados de la Encuesta a la pregunta 5, investigación propia

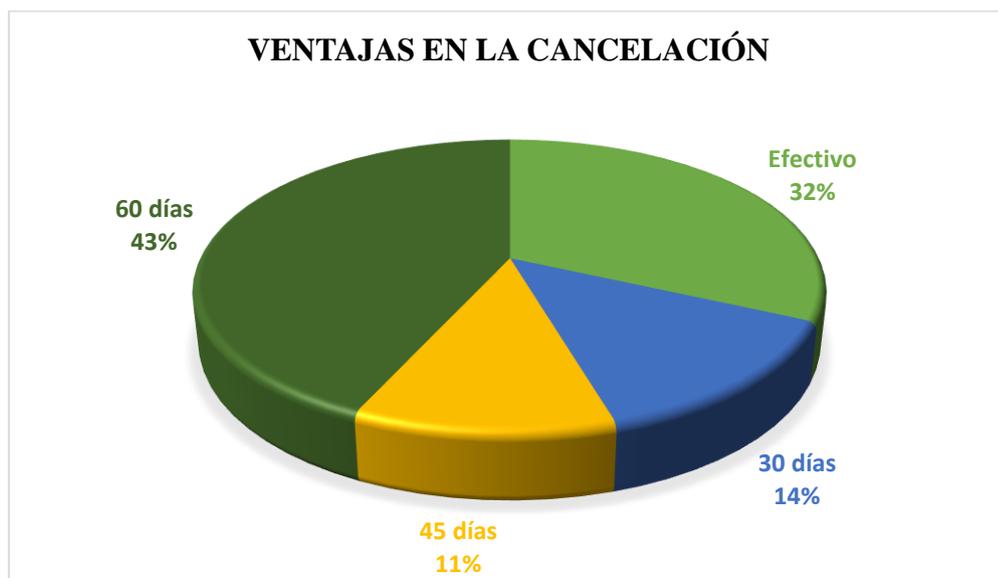


Figura 25: Ventajas en la cancelación que da la competencia a farmacias independientes, investigación propia

Análisis:

Los datos tabulados nos muestran que el 32% trabaja cancelación efectivo contra entrega, el 14% crédito 30 días, el 11% crédito a 45 días, y el 43 crédito a 60 días por lo que como empresa deberá analizar los días a créditos que se puede ofrecer debido a que nuestros proveedores nos otorgaran crédito para 90 días

Pregunta 6

¿Con que laboratorios Ud. más trabaja?

Tabla 31: Pregunta 6

Opciones	Respuesta	%
La Sante	89	64%
Nifa	12	9%
Life	22	16%
Bayer	8	6%
Otro	7	5%
Total	138	100%

Resultados de la Encuesta a la pregunta 6, investigación propia

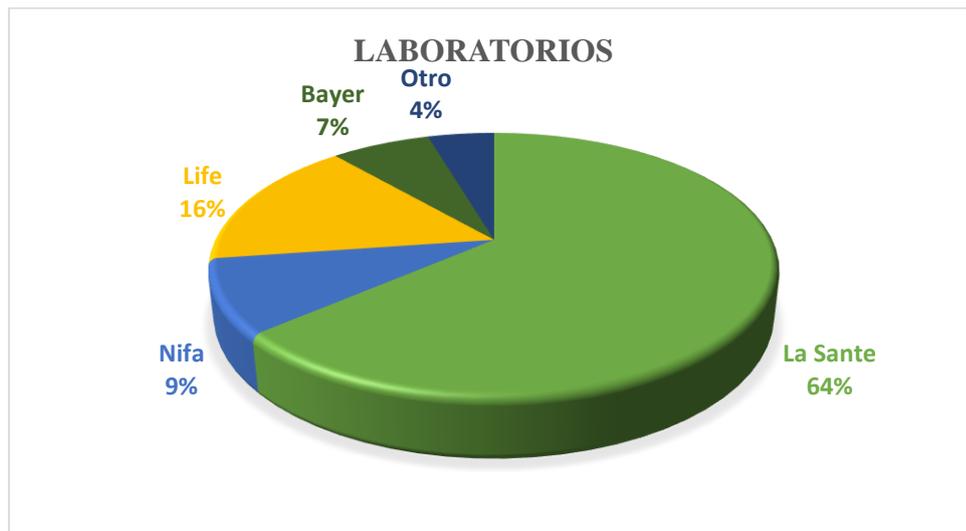


Figura 26: Laboratorios que más acogida poseen por farmacias independientes, investigación propia

Análisis:

Estas respuestas son muy importantes debido a que somos una empresa nueva podremos firmar compromisos con los laboratorios que más trabajan las farmacias independientes y así ofrecer mejores descuentos, variedad y promociones y poder obtener una buena participación en el mercado, por lo cual nuestro potencial proveedor llegaría a ser laboratorios La Santé.

Pregunta 7

¿Cuáles son los productos que más rotan en su farmacia?

Tabla 32: Pregunta 7

Opciones	Respuesta	%
AINES	54	39%
Antibióticos	59	43%
Antitusígenos	15	11%
Anticonceptivos	7	5%
Antihistamínicos	3	2%
TOTAL	138	100%

Resultados de la Encuesta a la pregunta 7, investigación propia



Figura 27: Producto que más rotación presentan en farmacias independientes, investigación propia

Análisis:

Según las encuestas las farmacias independientes su stock está centrado en antibióticos con el 43% y AINES con el 39% por lo cual la distribuidora deberá tener

un stock relevante de estos medicamentos para poder ofrecer buenas promociones y ser aceptada por este mercado.

Pregunta 8

¿A partir de que monto la Distribuidora recepta su pedido?

Tabla 33: Pregunta 8

Opciones	Respuesta	%
25 dólares	0	0%
50 dólares	37	27%
100 dólares	42	30%
200 dólares	59	43%
Total	138	100%

Resultados de la Encuesta a la pregunta 8, investigación propia

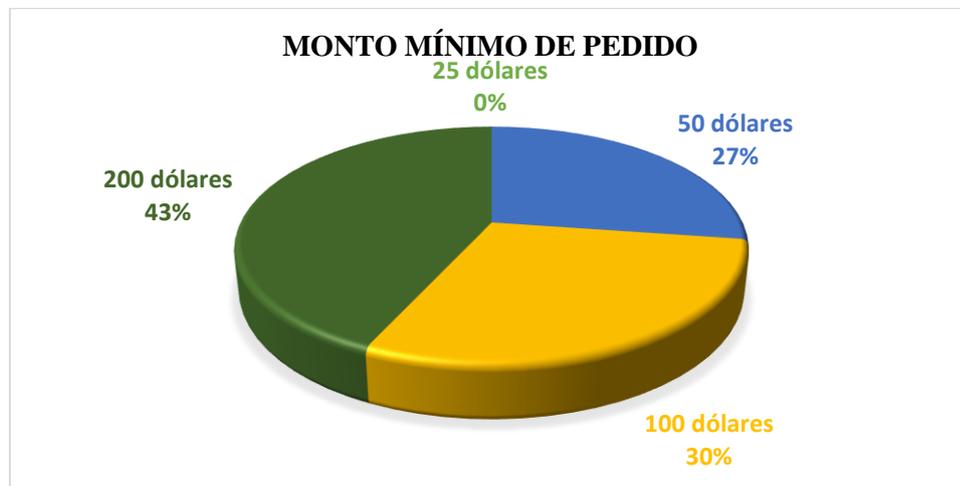


Figura 28: Monto mínimo de pedido que recepta la competencia, investigación propia

Análisis:

Al revisar los datos que los dueños de las farmacias emitieron se puede corroborar que las distribuidoras grandes no distribuyen medicamento por pedidos

bajos, lo que es una oportunidad para el proyecto el momento de presentarlo a las farmacias independientes con montos de pedidos bajos y que permitirán al cliente cumplir con la entrega de productos más eficientemente.

Pregunta 9

¿Cuál es su promedio de compras mensuales?

Tabla 34: Pregunta 9

Opciones	Respuesta	%
0 - 1500 dólares	7	5%
1501 - 3000 dólares	22	16%
3001 - 4500 dólares	35	25%
4501 - 6000 dólares	74	54%
Total	138	100%

Resultados de la Encuesta a la pregunta 8, investigación propia



Figura 29: Compras mensuales de farmacias independientes, investigación propia

Análisis:

Según los datos arrojados por la encuesta el 54% de farmacias independientes tienen compras mensuales de 4501 a 6000 dólares lo cual nos demuestra que la demanda será representativa ya que solamente el 5% sus compras oscilan de 0 a 1500 dólares.

3.2 Oferta

Se lo define como aquella cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a vender bajo determinadas condiciones de mercado.

(Economía.WS, 2017)

3.2.1 Oferta Histórica.

Se refiere a la oferta de productos años atrás de la fecha de elaboración del proyecto en este caso tomaremos 5 años antes de la elaboración del proyecto.

Formula:

$$C_n = C_0 / 1+i$$

Tabla 35: Formulas de cálculo de la oferta histórica

C_n =	Oferta histórica
C₀ =	Oferta del año posterior al cálculo
i=	Porcentaje del PIB

Valores de la oferta histórica, investigación propia

Tabla 36: Oferta Histórica

AÑOS	% PIB	OFERTA HISTORICA
2012	3.16%	\$ 2,957,670.35
2013	3.20%	\$ 3,051,132.73
2014	3.37%	\$ 3,148,768.98
2015	3.38%	\$ 3,254,882.50
2016	3.44%	\$ 3,364,897.53
OFERTA ACTUAL		\$ 3,480,650.00

Valores de la oferta histórica, investigación propia



Figura 30: Oferta histórica de la competencia. Investigación propia

Análisis:

Para conocer la oferta histórica de la competencia se tomó en cuenta el PIB sector salud de los años 2012- 2016 lo que se puede observar que ha ido aumentando año tras año lo que se estima que fueron años favorables.

3.2.2 Oferta Actual.

Hace referencia a la oferta de productos que está circulando en el momento del proyecto.

Tabla 37: Ventas anuales

DISTRIBUIDORAS COMPETIDORAS	VENTAS ANUALES	PORCENTAJE
Difare	\$ 2,405,000.00	69.10%
Quifatex	\$ 350,600.00	10.07%
Leterago	\$ 389,000.00	11.18%
Sumelab	\$ 158,500.00	4.55%
Otras	\$ 177,550.00	5.10%
Total	3,480,650.00	100.00%

Oferta actual de la competencia, investigación propia

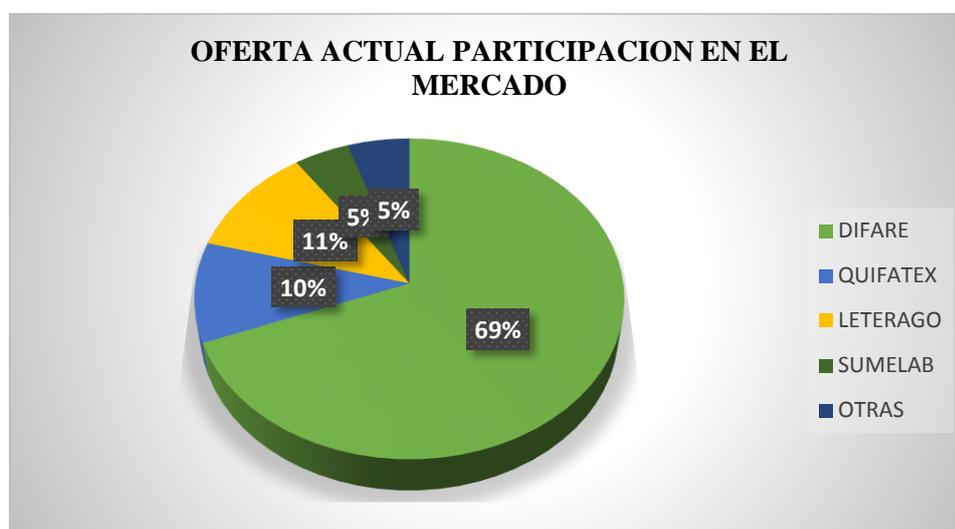


Figura 31: Oferta proyectada de la competencia. Investigación propia

Análisis:

Para saber cuál es la oferta actual se tomó en cuenta las distribuidoras más posicionadas en el mercado según experiencia en el mercado farmacéutico y

estableciendo la participación importante que tiene cada una en la venta de fármacos para farmacias independientes.

3.2.3 Oferta proyectada.

Es la proyección de la oferta para años futuros en base a la oferta actual en lo que se realiza el proyecto.

Tabla 38: Oferta Proyectada

AÑOS	OFERTA PROYECTADA (\$)	PIB
2018	\$ 3,595,859.52	3.31%
2019	\$ 3,714,882.46	3.31%
2020	\$ 3,837,845.07	3.31%
2021	\$ 3,964,877.75	3.31%
2022	\$ 4,096,115.20	3.31%

Oferta proyectada del 2018-2022, investigación propia



Figura 32: Oferta proyectada para los años 2018-2022, investigación propia

Análisis:

Para saber los valores de la oferta proyectada se tomaron en cuenta el valor total de la demanda actual multiplicando con el promedio del PIB sector salud del año 2012 al 2016 que es 3.31%

3.4 Demanda.

Para realizar las encuestas se tomó los datos de las farmacias independientes que publica el ARCSA anualmente y distribuyendo por sectores correspondiendo al sector Norte de DMQ un total de 214 farmacias independiente por lo cual tomaremos el 100% de la población de farmacias.

3.4.1 Demanda histórica.

El cálculo de la demanda histórica se realiza con la finalidad de tener información acerca de la demanda de los productos en los años anteriores siempre se toma en cuenta 5 años antes y se lo realiza con productos que ya existen en el mercado.

La fórmula que se utilizara es la siguiente $C_n = C_0 / (1+i)^n$

Donde:

C_n = Demanda histórica.

C_0 = Demanda del año posterior al año de cálculo.

i = Porcentaje de la inflación y crecimiento poblacional del año de cálculo

Tabla 39: Demanda Histórica

Años	Demanda histórica (\$)	Tasa crecim poblacional	Inflación	Porcentaje total (i)	Porcentaje valor numérico
2012	\$ 5.027.588,50	1,61	4,31	5,92	0,0592
2013	\$ 6.702.696,96	1,58	3,33	4,91	0,0491
2014	\$ 8.119.272,79	1,56	3,67	5,23	0,0523
2015	\$ 9.460.973,89	1,53	3,38	4,91	0,0491
2016	\$ 10.412.850,14	1,56	1,12	2,68	0,0268
DEMANDA ACTUAL	10.691.914,52		$\Sigma=$	23,65	0,2365
			$\square=$	4,73	0,0473

Demanda histórica de productos farmacéuticos, investigación propia



Figura 33: Demanda histórica de productos farmacéuticos por farmacias independientes. Investigación propia

3.4.2 Demanda actual.

La demanda es calculada con los datos arrojados en las encuestas realizadas a las farmacias independientes del sector Norte del DMQ.

Tabla 40: Datos para el cálculo de la demanda

Posibles consumidores	214
Promedio de consumo mensual farmacias independientes	\$4163,52
Total Anual	\$ 10.691.914,52

Datos para el cálculo de la demanda, investigación propia

3.4.3 Demanda proyectada.

Se lo realiza con la finalidad de obtener datos proyectados de la demanda futura para saber si el proyecto puede ser realizado.

Tabla 41: Demanda proyectada

AÑOS	DEMANDA PROYECTADA(\$)
2018	\$ 11.197.642,08
2019	\$ 11.727.290,55
2020	\$ 12.281.991,39
2021	\$ 12.862.929,58
2022	\$ 13.471.346,15

Valores de la demanda proyectada, investigación propia.



Figura 34: Demanda proyectada de productos farmacéuticos por farmacias independientes, investigación propia

3.5 Balance oferta demanda

Se lo calcula mediante la diferencia entre la oferta y la demanda. Es muy esencial para la ejecución del proyecto ya que permite identificar el nivel de insatisfacción del consumidor hacia el producto, bien o servicio ofertado.

3.5.1 Balance actual.

Es obtenido a través del cálculo de la resta de la oferta global actual menos la demanda actual

Tabla 42: Balance Actual

OFERTA ANUAL	DEMANDA ANUAL	DEMANDA INSATISFECHA
3.480.650,00	10.691.914,52	-7211264,52

Valores del balance actual oferta-demanda, investigación propia

3.5.2 Balance proyectado.

Se obtiene con la diferencia de los valores tanto de la oferta como de la demanda restando similar al balance actual.

Tabla 43: Demanda insatisfecha proyectada oferta - demanda

AÑOS	OFERTA PROYECTADA (\$)	DEMANDA PROYECT (\$)	DEMANDA INSATISFECHA (\$)	16% DE LA DEMANDA INSATISFECHA (\$)
2018	\$ 3.595.859,52	\$ 11.197.642,08	\$ (7.601.782,56)	\$ (1.216.285,21)
2019	\$ 3.714.882,46	\$ 11.727.290,55	\$ (8.012.408,08)	\$ (1.281.985,29)
2020	\$ 3.837.845,07	\$ 12.281.991,39	\$ (8.444.146,32)	\$ (1.351.063,41)
2021	\$ 3.964.877,75	\$ 12.862.929,58	\$ (8.898.051,84)	\$ (1.423.688,29)
2022	\$ 4.096.115,20	\$ 13.471.346,15	\$ (9.375.230,95)	\$ (1.500.036,95)

Demanda insatisfecha proyectada oferta- demanda, investigación propia

Capítulo IV

4.1 Tamaño del proyecto

(Rojas, 2007) Menciona que el tamaño del proyecto es su capacidad de producción durante un periodo de tiempo de funcionamiento que se considera normal para las circunstancias y tipo de proyecto de que se trata. Es una función de la capacidad de producción, del tiempo y de la operación.

4.1.1 Capacidad Instalada.

La capacidad instalada es el potencial de producción o volumen máximo de producción que una empresa en particular puede lograr durante un periodo de tiempo, teniendo en cuenta todos los recursos que tienen disponibles, sea de los equipos de producción, instalaciones, recurso humano, tecnología, experiencia/conocimientos, etc. (Jara, 2017)

La Distribuidora 'CEDIFAR-NP' contará con un Área de Según lo establecido en el Reglamento de Control y Funcionamiento de Establecimientos Farmacéuticos, constará de las siguientes áreas:

- Área administrativa

- Área de recepción
- Área de almacenamiento
- Área de distribución.

4.1.1.1 Área administrativa.

Tabla 44: Área Administrativa

1. ÁREA ADMINISTRATIVA		
Área de archivo	Documentos legales	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Copia de la C.I. ✓ Papeleta de votación ✓ RUC ✓ Certificados ✓ Record Policial ✓ Certificado del CONCEP
	Documentos del personal	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Copias de las C.I. ✓ Contratos ✓ Carnet de salud ✓ Copias de los títulos de bachiller
	Documentos de la Farmacia	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Patente ✓ Plano 1-50 ✓ Permisos de apertura, funcionamiento, bomberos y medio ambiente. ✓ Nómina pagada al SRI

Área administrativa de la distribuidora, investigación propia

4.1.1.2 Área de recepción.

Tabla 45: Área de recepción.

ÁREA DE RECEPCIÓN	Verificación de fármacos facturados, estado y cantidad solicitada
ÁREA DE CUARENTENA	Lugar donde se colocaran medicamento en mal estado, fechas de vencimientos cortas, las cuales estarán en estado de decisión.

Área de Recepción, investigación propia.

4.1.1.3 Área de Almacenamiento.

Tabla 46: Área de Almacenamiento

3.1 Área de fármacos general	Medicamento en general ordenado por laboratorios
3.2 Área de productos refrigerados	Fármacos que su temperatura de almacenamiento sea de 2 a 8°C
3.3 Área de promociones mensuales.	Fármacos que serán lanzados al mercado con promociones especiales para brindar más beneficios.
3.4 Área de productos higroscópicos y termo sensibles	Medicamentos que captan la humedad del ambiente y fármacos sensibles a la luz
3.5 Área de colirios	Fármacos utilizados para enfermedades oculares.

Área de almacenamiento de la distribuidora, investigación propia

4.1.1.3 Área de Distribución

Tabla 47: Área de Distribución

Área de Facturación	Facturación de fármacos pedidos por farmacias independientes
Área de preparación de pedido	Revisión de estado y cantidades solicitadas
Área de Despacho	Entrega de fármacos y factura correspondiente.

Área de Distribución de la Distribuidora, investigación propia

4.1.2 Capacidad Óptima

Es la capacidad máxima que puede tener un establecimiento, se puede establecer el nivel de los recursos que posee la empresa y como perfeccionarlos.

En la capacidad óptima de describe:

- Activos fijos, incluíbles para la apertura de la Distribuidora
- Gastos de los Sueldos y beneficios sociales de los trabajadores

4.1.2.1 Activo fijo.

Tabla 48: Activos Fijos

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Perchas 2mx5	7	60	420
Mueble	2	160	320
Sillas Giratoria	2	28	56
Silla de espera trifuncional	1	165	165
Pallets	10	4	40
Computador	2	395	790
Impresora USB 220	1	245	245
Paletera Hidráulica	1	400	400
Refrigerador	1	250	250
Vehículo	1	14000	14000
VALOR			16686
IVA 12%			2002.32
TOTAL			18688.32

Activos fijos de la Distribuidora. Investigación propia

4.1.2.2 Rol de pagos.

Tabla 49: Rol de pagos

Cargo	Gerente y Supervisores	Administrador y Asistentes	Químico Farmacéutico
Sueldo	\$ 500.00	\$ 386.00	\$ 150.00
Decimo 13	\$ 41.67	\$ 32.17	\$ 12.50
Decimo 14	\$ 32.17	\$ 32.17	\$ 32.17
Vacaciones	\$ 20.83	\$ 16.08	\$ 6.25
Aporte patronal	\$ 60.75	\$ 46.90	\$ 18.23
Aporte personal	\$ 47.25	\$ 36.48	\$ 14.18
Fondo de reserva	\$ -	\$ -	\$ -
Total mensual	\$ 655.42	\$ 513.32	\$ 219.15
Total Gerentes + Asesores + Administrador + Químico=			\$ 1759.092.00

Rol de pago de los colaboradores de la Distribuidora, investigación propia

4.2 Localización

Es la determinación del lugar adecuado en el cual se realizarán las diferentes actividades de la distribuidora.

4.2.1 Macro localización.

El proyecto se ejecutara en el Sector de la Roldos parroquia el Condado, la macro localización corresponde al Cantón Quito debido a su ubicación estratégica, es fácil acceso, cuenta con servicios básicos.

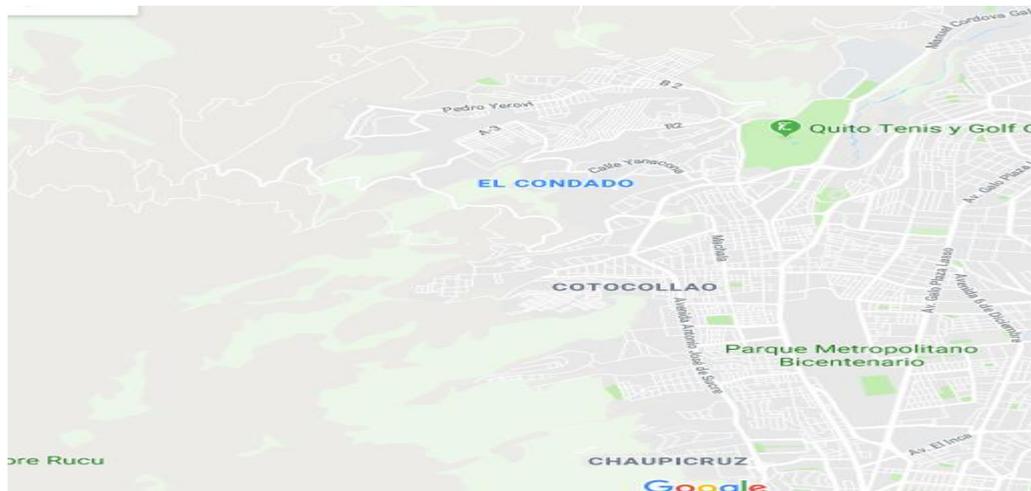


Figura 35: Macro localización de la Distribuidora. Google maps (2018)

4.2.2 Micro Localización.

La distribuidora “CEDIFAR-NP” tendrá su ubicación en la Parroquia el Condado en el barrio la Comuna es considerado un sitio estratégico debido a sus salidas y entradas que permitirán una mejor circulación.

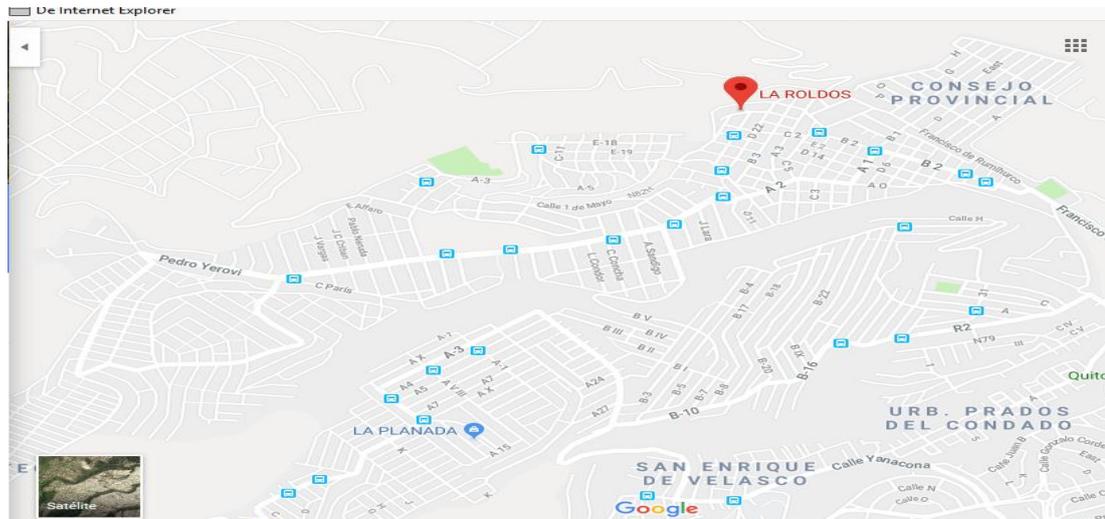


Figura 36: Micro localización de la Distribuidora. Google maps (2018)

4.2.3 Localización Óptima.

La localización óptima de un proyecto es aquel que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital invertido.

La distribuidora “CEDIFAR-NP” tendrá su ubicación en la Parroquia el Condado en el barrio la Comuna calle OE12C y N84 es considerado un sitio valioso debido a que está en una avenida principal la cual será de mejor acceso y salida para el transporte.



Figura 37: Localización óptima de la Distribuidora. Google maps (2018)

4.2.3.1 Método cualitativo por puntos.

El método consiste en comparar dos o más localizaciones opcionales se proceden a asignar una calificación por cada factor relevante en las localizaciones de acuerdo a una escala por parte del investigador. (Jara, 2017)

Tabla 50: Método cualitativo por puntos

Factores de localización	Peso	OE12C		N84	
		Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación
Vías de acceso	0,40	3	1,20	3	1,20
Servicio Básicos	0,20	3	0,60	3	0,60
Locales de arriendo	0,40	2	0,80	2	0,80
TOTAL	1		2,60		2,60

Método Cualitativo por puntos. Investigación propia.

4.3 Ingeniería del Producto

La ingeniería de producto incluye el diseño, desarrollo, selección de materiales y todos los cálculos necesarios para la dotación de recursos con lo cual se

va a elaborar los productos según las especificaciones de los encargados de Marketing ya que el producto debe estar enfocado a logra la satisfacción del cliente. (Amado, 2014)

4.3.1 Definición del Servicio.

El proyecto en marcha tiene como objetivo la creación de una Distribuidora Farmacéutica “CEDIFAR-NP” lo que daremos la definición según la Ley Orgánica de Salud, estipula en su última actualización en el Artículo 2, puntualiza como:

“Las distribuidoras son establecimientos farmacéuticos autorizados para realizar la importación, exportación y venta al por mayor de medicamentos en general de uso humano, especialidades farmacéuticas, productos para la industria farmacéutica, auxiliares médico-quirúrgico, dispositivos médicos, cosméticos y productos higiénicos”.

- Deben cumplir con las BPA, BPD, BPD
- Requiere para su funcionamiento la dirección y responsabilidad de un Profesional Químico Farmacéutico o Bioquímico Farmacéutico.

4.3.2 Distribución de planta.

La Distribución de planta es una parte fundamental de toda empresa ya que al poseer una adecuada distribución se tiene presente todas las áreas de la empresa para poder brindar un servicio de excelencia

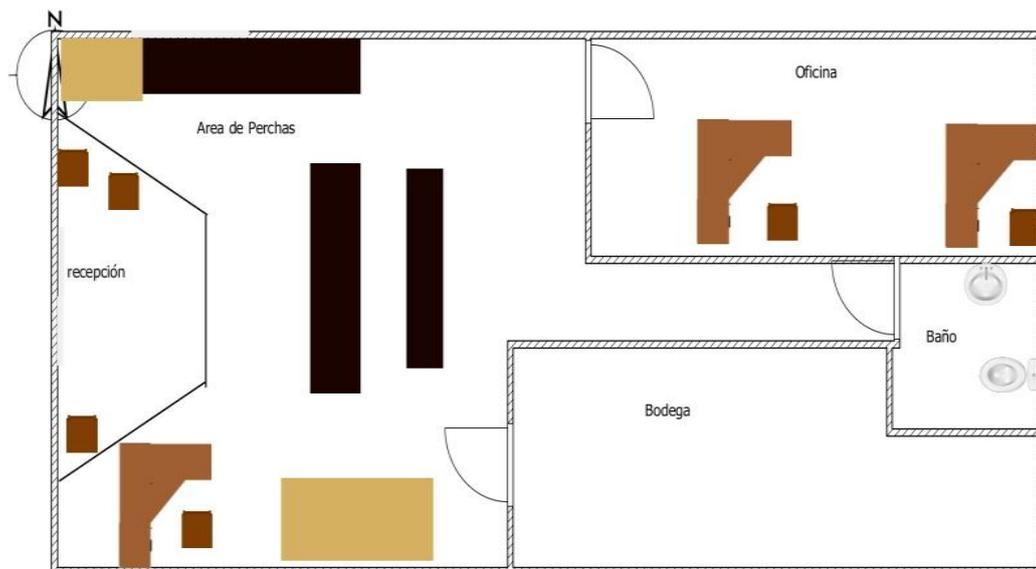


Figura 38: Distribución de planta de la distribuidora: Elvia Maigua (2017)

4.3.3 Proceso Productivo.

Se define como proceso productivo dentro de una organización farmacéutico al conjunto de actividades que se deben de llevar a cabo para la elaboración de un buen producto o servicio de calidad. (Definición ABC ,2007)

Para ello se debe realizar diversos procesos dentro de la distribuidora los cuales serán detallados a continuación:

Tabla 51: Estructura Organizacional

PROCESOS ADMINISTRATIVOS	PROCESOS OPERATIVOS
✓ Aprovisionamiento	✓ Recepción
✓ Adquisición	✓ Perchado
✓ Almacenamiento	✓ Facturación
✓ Control de inventario	
✓ Empaque y distribución	

Estructura organizacional. Piedra J. (2010)

4.3.3.1 Diagrama de flujo del Proceso de Aprovisionamiento.

Tabla 52: Ficha de Proceso de Aprovisionamiento

		PROCESO ADMINISTRATIVO	Código .01
N°	Actividades	Descripción	Responsable
		Aprovisionamiento	Código .01
1	Seleccionar proveedor	Se escoge el proveedor que mejor bonificación nos otorgue.	Supervisor y Administrador de ventas
2	Calcular	El número de productos de más alta rotación.	
3	Aplicar ley de Pareto	Ley que nos permite aplicar el 80-20%.	
4	Realizar presupuesto	En base a los costos y gastos.	
5	Programar sistema	Que permitirá establecer mínimos y máximos.	

Ficha de Proceso de Aprovisionamiento, investigación propia

Aprovisionamiento

Supervisor y administrador de ventas

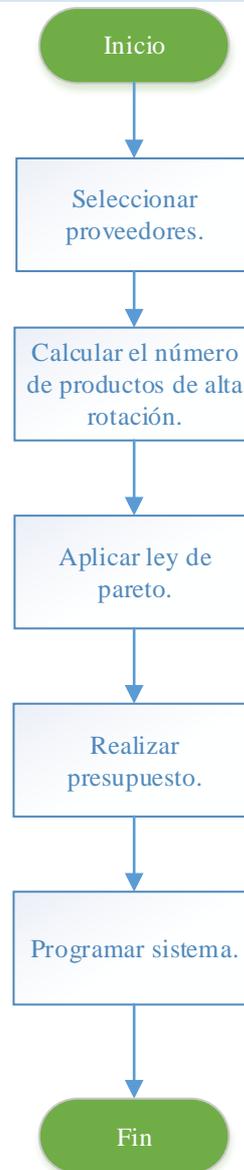


Figura 39: Proceso de aprovisionamiento de la distribuidora. Investigación propia

4.3.3.2 Diagrama de flujo del Proceso de Adquisición.

Tabla 53: Ficha de Proceso adquisición

		PROCESO ADMINISTRATIVO	Código .02
N°	Actividades	Descripción	Responsable
		Adquisición.	Código .02
1	Revisar sistema	Se revisa el stock de máximos y mínimos	Gerente de ventas
2	Emitir orden de compra	Permite enviar los medicamentos que no se encuentran en el stock.	
3	Receptar el pedido	Acción de aceptación del pedido.	
4	Devolver medicamento	Medicamentos con corta fecha, averiados, otras causas o anomalías.	

Ficha de Proceso de Adquisición, investigación propia

Adquisición

Gerente de ventas

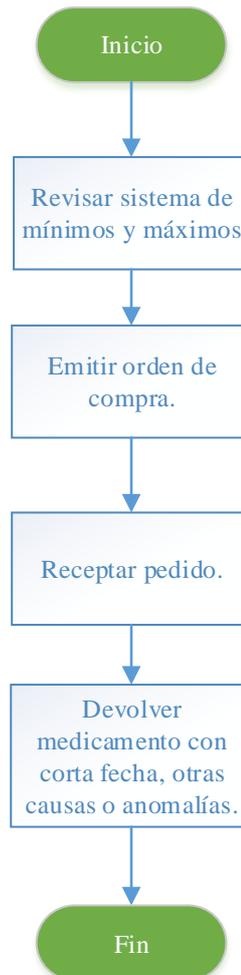


Figura 40: Proceso de adquisición de la distribuidora. Investigación propia

4.3.3.3 Diagrama de flujo del Proceso de almacenamiento.

Tabla 54: Ficha de Proceso de almacenamiento

		PROCESO ADMINISTRATIVO	Código .03
		Almacenamiento.	Código .03
N°	Actividades	Descripción	Responsable
1	Ingresar stock	Ingresar el stock al sistema.	Supervisor de Logística
2	Comprobar físico – inventario	Verificar si hay en físico lo que se ingresó al sistema.	
3	Establecer ubicación y señalética	Ubicar de acuerdo a la normativa del arca.	
4	Control y registro de temperatura	Controlar diariamente temperatura y realizar su respectivo registro.	
5	Asepsia del lugar	Bodega bajo normativa del Arca.	

Ficha de Proceso de Almacenamiento. Investigación propia

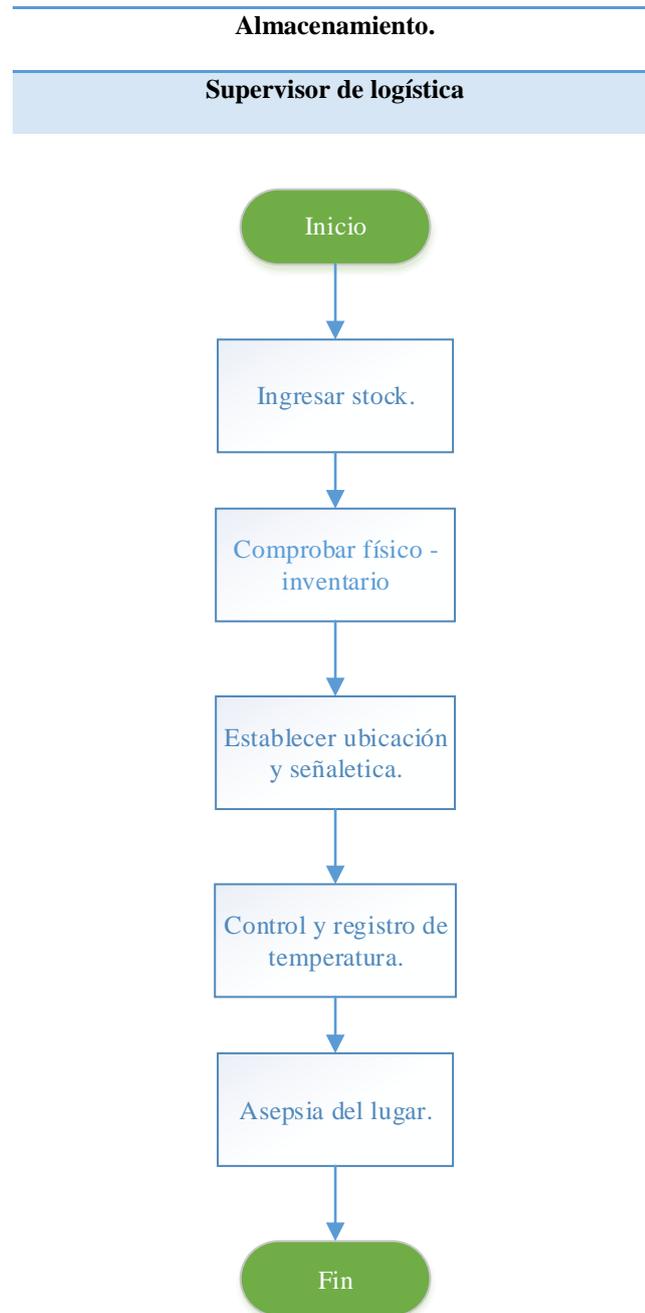


Figura 41: Proceso de almacenamiento de la distribuidora. Investigación propia

4.3.3.4 Diagrama de flujo del Proceso de control de inventario.

Tabla 55: Ficha de proceso de control de inventario

		PROCESO ADMINISTRATIVO	Código .04
N°	Actividades	Descripción	Responsable
		Control de inventario.	Código .04
1	Actualización	Sincronizar sistema periódicamente.	Supervisor de Logística
2	Respaldo información	Copia de respaldo de existencias de inventario.	
3	Conteo de medicamentos	Conteo inventario físico.	
4	Igualación físico-sistema	Ingresar al sistema sobrantes y faltantes.	
5	Elaborar informe	Si existen novedades durante el proceso.	

Ficha de Proceso de control de inventario, investigación propia

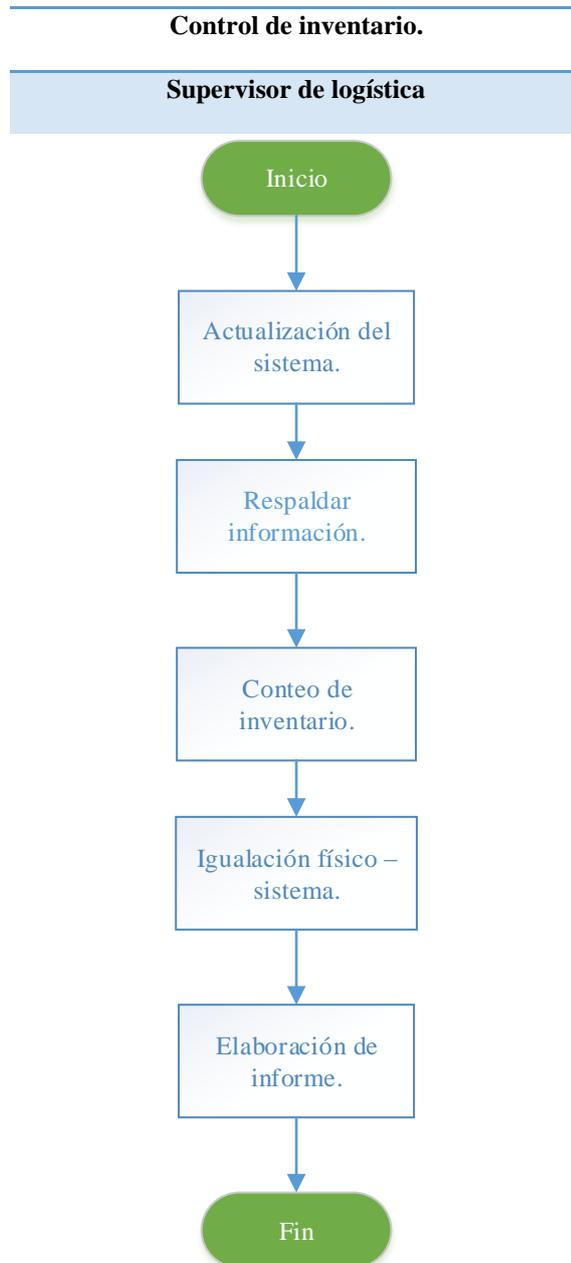


Figura 42: Proceso de control de inventario de la distribuidora. Investigación propia

4.3.3.5 Diagrama de flujo del Proceso de empaque y distribución.

Tabla 56: Ficha de Proceso de empaque y distribución

		PROCESO ADMINISTRATIVO	Código .05
N°	Actividades	Descripción	Responsable
1	Recepción de pedido.	Cliente realiza pedido y recepción de la orden de compra.	Gerente y supervisor de Logística
2	Aprobación.	De la venta al contado o a crédito.	
3	Preparación de pedido.	Preparación de pedido según cantidades receptadas.	
4	Embalaje de pedido.	Poner en cartones y en forma adecuada para que no haya averíos.	
5	Despacho de pedido	Entregar bultos de acuerdo al embalaje.	
6	Transportar y entregar medicamento	Transportar con medidas cautelares y entrega eficiente de medicamento.	

Ficha de Proceso de empaque y distribución. Investigación propia.

Empaque y distribución.

Gerente y Supervisor de logística



Figura 43: Proceso de empaque y distribución de la distribuidora, investigación propia

4.3.3.6 Diagrama de flujo del Proceso facturación.

Tabla 57: Ficha de Proceso de facturación

 <p>Centro de Distribución Farmacéutica "New Pharmacy"</p>		PROCESO OPERATIVO	Código .01
N°	Actividades	Descripción	Responsable
		Facturación.	Código .01
1	Visitar al cliente.	Visitar farmacias independientes.	Supervisor y asistente de ventas
2	Generar la venta.	Informar de medicamentos en promoción y bonificaciones.	
3	Receptar pedido.	Anotar las cantidades de producto que el cliente pide.	
4	Cobrar.	Entregar valor de pedido y cobrar o verificar si cuenta con crédito.	
5	Realizar post-venta	Visitar a las farmacias e informar por nuevas promociones o bonificaciones...	

Ficha de Proceso de facturación, investigación propia

Facturación.

Supervisor y Asistente de ventas



Figura 44: Proceso de facturación de la distribuidora, investigación propia.

4.3.4 Maquinaria

Es un conjunto de elementos tanto móviles como fijos cuyo funcionamiento posibilita aprovechar, dirigir, regular o transformar energía, o realizar un trabajo con un fin determinado.

Tabla 58: Muebles y Enseres

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Perchas 2mx5	7	60	420
Mueble	2	160	320
Sillas Giratoria	2	28	56
Silla de espera trifuncional	1	165	165
Pallets	10	4	40
Paletera Hidráulica	1	400	400
Refrigerador	1	250	250
VALOR			1651
IVA 12%			198.12
TOTAL			1849.12

Estructura organizacional de la Distribuidora. (OLX 2018).

4.3.5 Equipo de computación.

Tabla 59: Equipo de computación

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Computador	2	395	790
Impresora USB 220	1	245	245
Software SIFAC	1	500	500
VALOR			1535
IVA 12%			184.2
TOTAL			1719.2

Estructura organizacional. (OLX 2016).

Capítulo V

5.1 Ingresos operacionales y no operacionales

Estos ingresos son aquellos que arrojan de la ejecución de las actividades de la empresa para lo cual fue establecida, por ende, es necesario indicar que los ingresos no operacionales se obtienen de forma indirecta, ajeno de las actividades principales.

La distribuidora CEDIFAR-NP obtendrá únicamente con ingresos operacionales originados por la venta de fármacos

Tabla 60: Ingreso Operacionales

Demanda Insatisfecha	Porcentaje a cubrir	Ingreso Operacional
-7211264,52	16%	(\$ 1.153.802,32)

Ingresos operacionales de la Distribuidora, investigación propia

5.2 Costos y Gastos

Los costos y gastos son la repartición del dinero que la empresa realizara para su actividad a la que está dedicada. Los costos es el desembolso de dinero que se lo realiza con la finalidad de producir un determinado producto o servicio, el cual se

recuperara cuando se venda el producto y el gasto es el desembolso general que realiza la empresa para el desarrollo de sus actividades como los servicios básicos, publicidad, etc.

5.2.1 Costos Directos.

Los costos directos son los que se asocian directamente con el producto o servicio, se puede identificar fácilmente dentro de la fabricación del producto o prestación de servicio.

El servicio que ofrecerá la distribuidora tendrá los costos directos correspondientes a la cantidad de capital que se destinará para la compra de fármacos que se ofrecerá a las farmacias independientes.

Tabla 61: Costos Directos

Stock inicial	211.530,43
Costo de la mercadería anual	\$ 692.281,39

Mercadería anual de la Distribuidora, investigación propia.

5.2.2 Gastos administrativos

Estos gastos son las erogaciones que se efectúan debido al manejo de la empresa y son indispensables para su adecuado funcionamiento.

Tabla 62: Gastos administrativos

Concepto	Cantidad
Honorarios Gerente	\$ 7.865,00
Honorarios Bioquímico	\$ 2.629,70
Depreciación Muebles y Enseres	\$ 152,60
Dep. Equipo de computación	\$ 196,00
Dep. Equipo de Oficina	\$ 56,17
Gastos de amortización	\$ 172,82
Permisos de Funcionamiento	\$ 226,45
Servicios Básicos e internet	\$ 1.440,00
Arriendo	\$ 3.840,00
Suministros de oficina	\$ 54,55
Útiles de aseo	\$ 169,2
Gastos Uniformes	\$ 75,00
Total	\$ 8.916,19

Gastos administrativos, investigación propia.

A continuación, se detallará los rubros que conforman algunas cuentas de los gastos administrativos.

Tabla 63: Permisos de funcionamiento

Concepto	Precio
Permiso de funcionamiento del ARCSA	135,00
Patente municipal /LUAE	91,45
TOTAL	226.45

Rubros de permiso de funcionamiento, investigación propia.

Tabla 64: Servicios básicos, teléfono e internet

Detalle	Precio
Luz	\$ 20,00
Agua	\$ 15,00
Teléfono	\$ 35,00
Internet	\$ 50,00
Total Mensual	\$ 120,00
Total Anual	\$ 1.440,00

Rubros de servicios básicos, investigación propia.

Tabla 65: Suministros de oficina

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Resmas de papel bond	6	\$ 3,90	\$ 23,40
Esferográficos	3	\$ 0,85	\$ 2,55
Lápices	2	\$ 0,30	\$ 0,70
Borrador	1	\$ 0,25	\$ 0,25
Grapas	3	\$ 1,45	\$ 4,35
Clips	2	\$ 2,75	\$ 5,50
Archivador de Cartón	5	\$ 3,50	\$ 15,5
Tijeras	1	\$ 1,30	\$ 1,3
Marcadores	1	\$ 1,00	\$ 1,00
Total Anual			\$ 54,55

Suministros de oficina de la Distribuidora. Investigación propia

Tabla 66: Útiles de limpieza

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Trapeador	1	\$ 3,30	\$ 3,30
Escoba	3	\$ 3,50	\$ 10,50
Recogedor de basura	2	\$ 3,10	\$ 6,20
Cubo	2	\$ 11,50	\$ 23,00
Limpiones	8	\$ 1,15	\$ 9,20
Desinfectante líquido 4 Lt.	6	\$ 12,50	\$ 75,00
Cloro Galón	3	\$ 5,5	\$ 16,50
Detergente 2Kg	3	\$ 8,50	\$ 25,50
Total Anual			\$ 169,2

Útiles de limpieza de la Distribuidora. Investigación propia

5.2.3 Gastos de ventas.

Estos gastos abarcan todos los gastos que se utilizaran en la venta de los fármacos.

Tabla 67: Gasto de ventas

Concepto	Cantidad
Sueldo de Supervisores(3)	23.595,00
Sueldo de Asistentes(2)	\$ 12.319,58
Sueldo del Administrador	\$ 6.159,79
Gasto de Promoción y Publicidad	\$ 735,00
Total	\$ 42.809,37

Gastos de ventas de la Distribuidora. Investigación propia

En las siguientes tablas se detallará los gastos de sueldos de los colaboradores de la distribuidora CEDIFAR-NP

Tabla 68: Presupuesto de Sueldo Supervisor

Presupuesto Supervisor	2018	2019	2020	2021	2022
Sueldo	\$ 500.00	\$ 519.82	\$ 540.42	\$ 561.84	\$ 584.11
Decimo 13	\$ 41.67	\$ 43.32	\$ 45.04	\$ 46.82	\$ 48.68
Decimo 14	\$ 32.17	\$ 32.17	\$ 33.44	\$ 34.77	\$ 36.15
Vacaciones	\$ 20.83	\$ 21.66	\$ 22.52	\$ 23.41	\$ 24.34
Aporte patronal	\$ 60.75	\$ 63.16	\$ 65.66	\$ 68.26	\$ 70.97
Aporte personal	\$ 47.25	\$ 49.12	\$ 51.07	\$ 53.09	\$ 55.20
Fondos de reserva	\$ -	\$ 43.32	\$ 45.03	\$ 46.82	\$ 48.68
Total mensual	\$ 655.42	\$ 723.44	\$ 752.11	\$ 781.92	\$ 812.92
Total anual	\$ 7,865.00	\$ 8,681.25	\$ 9,025.35	\$ 9,383.08	\$ 9,754.98

Proyección de los sueldos hasta el 2022. Investigación propia

Tabla 69: Presupuesto de Sueldo de Asistente y Administrador

	2018	2019	2020	2021	2022
Sueldo	\$ 386.00	\$ 401.30	\$ 417.21	\$ 433.74	\$ 450.93
Decimo 13	\$ 32.17	\$ 33.44	\$ 34.77	\$ 36.15	\$ 37.58
Decimo 14	\$ 32.17	\$ 33.44	\$ 34.77	\$ 36.15	\$ 37.58
Vacaciones	\$ 16.08	\$ 16.72	\$ 17.38	\$ 18.07	\$ 18.79
Aporte patronal	\$ 46.90	\$ 48.76	\$ 50.69	\$ 52.70	\$ 54.79
Aporte personal	\$ 36.48	\$ 37.92	\$ 39.43	\$ 40.99	\$ 42.61
Fondos de reserva	-	\$ 33.44	\$ 34.77	\$ 36.15	\$ 37.58
Total mensual	\$ 513.32	\$ 567.10	\$ 589.58	\$ 612.95	\$ 637.24
Total anual	\$ 6,159.79	\$ 6,805.24	\$ 7,074.97	\$ 7,355.40	\$ 7,646.93

Proyección de asistente y administrador los sueldos hasta el 2022. Investigación propia

Las proyecciones de los sueldos se han realizado basándose en las variaciones de los sueldos del 2013 al 2018

Tabla 70: Sueldos básicos 2013-2018

Años	Sueldo	Variación
2013	318	
2014	340	6.92%
2015	354	4.12%
2016	366	3.39%
2017	375	2.46%
2018	386	2.93%
Sumatoria		19.82%
Media		3.96%
%		0.0396

Variación de Sueldo básico 2013-2018 basado en datos M.R.L. Investigación propia

Tabla 71: Sueldos básicos proyectados 2019-2023

Años	Sueldos
2019	\$ 401,30
2020	\$ 417,21
2021	\$ 433,74
2022	\$ 450,93
2023	\$ 468,81

Proyección sueldo básico 2019-2023. Investigación propia

A continuación, se detallarán cada uno de los elementos que conforman parte de la cuenta de Gastos de promoción y publicidad.

Tabla 72: Gastos de promoción y publicidad

Concepto	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Volantes 12cm x15cm(1000)	1	35,00	35,00
Tarjetas de Presentación(100)	4	9,50	38,00
Página Web	1	2000,00	2000,00
Toma todo(100)	3	54,00	162,00
Llaveros(100)x3	3	90,00	270,00
Esferos(100)x3	3	60,00	180,00
Total			2685,00

Gastos de promoción y publicidad de la Distribuidora. Investigación propia

5.2.3 Gastos Financieros.

Este gasto abarca el interés que se cancelaran a alguna entidad financiera por alguna obligación obtenida.

Tabla 73: Gastos Financieros

Capital	\$ 30.000,00	Intereses 1er año	\$ 4,213.67
Tasa de interés	16,06%	Intereses 2do año	\$ 2,751.50
Tiempo	3 años	Intereses 3er año	\$ 1,036.43
Pagos Mensuales	\$ 1,055.60	Total Interés	\$ 8,001.60

Porcentaje de interés del préstamo bancario. Procubano 2018, investigación propia

5.2.3 Costos fijos y variables

Los costos fijos son aquellos que no se modifican con los cambios que se generan en el volumen de ventas y los variables se modifican según los niveles de ventas de la empresa.

Tabla 74: Costos fijos y variables

CUENTAS	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTOS TOTALES
Costos de ventas	\$ -	\$ 189.740,49	\$ 189.740,49
Gastos de ventas	\$ 42.074,36	\$ 5.685,00	\$ 47.759,36
Gastos administrativos	\$ 15.630,76	\$ -	\$ 15.630,76
Gastos financieros	\$ 4.213,67	\$ -	\$ 4.213,67
Total	\$ 61.918,79	\$ 195.425,49	\$ 257.344,28

Rubros de los costos fijos y variables, investigación propia

5.3 Inversiones

Es todo el capital destinado para la constitución de la empresa.

5.3.1 Inversión fija

5.3.1.1 Activos fijos

Son los bienes inmuebles que posee una empresa, los cuales deben tener un valor de duración mayor a un año.

Tabla 75: Activos fijos

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Perchas 2mx5	7	60	420
Mueble	2	160	320
Sillas Giratoria	2	28	56
Silla de espera trifuncional	1	165	165
Pallets	10	4	40
Computador	2	395	790
Impresora USB 220	1	245	245
Paletera Hidráulica	1	400	400
Refrigerador	1	250	250
VALOR			2686
IVA 12%			322.32
TOTAL			3008.32

Activos fijos de la Distribuidora, investigación propia

5.3.1.2 Activos nominales (diferidos).

Los activos diferidos son aquellos valores cancelados por adelantado para la creación de la empresa.

Tabla 76: Gastos de Constitución

Concepto	Cantidad
Contrato de constitución	\$283.20
Tramite de registro de derecho de nombre patente	\$ 100.00
Total de constitución	\$ 383.20

Gastos de constitución de la Distribuidora, investigación propia.

5.3.2 Capital de trabajo.

Son aquellos recursos que se requiere en una organización para poder operar, se conforma a partir de la unión de varios elementos fundamentales como los valores negociables, el inventario, el efectivo, etc.

Tabla 77: Capital de Trabajo

Cuentas	Cantidad
Caja	\$ 5,915.76
Bancos	\$ 3.000,00
Mercadería	\$ 63.459,13
Total	\$ 72.374,88

Capital de trabajo, investigación propia

Para poder obtener el valor total se ha tomado en cuenta los siguientes valores:

Tabla 78: Caja

DESCRIPCIÓN	VALOR	MESES	VALOR TOTAL
Arriendo	\$ 250.00	2	\$ 500.00
Garantía del Arriendo	\$ 400.00	1	\$ 400.00
Servicios Básicos	\$ 120.00	1	\$ 120.00
Sueldo Gerente	\$ 655.42	1	\$ 655.42
Sueldo Supervisores(3)	\$ 1,966.25	1	\$ 1,966.25
Sueldo Asistentes(2)	\$ 1,026.63	1	\$ 1,026.63
Sueldo Administrador	\$ 513.32	1	\$ 513.32
Sueldo Bioquímico	\$ 219.14	1	\$ 219.14
Apertura de la cuenta corriente	\$ 200.00	1	\$ 200.00
Permisos de funcionamiento	\$ 315.00	1	\$ 315.00
TOTAL			\$ 5,915.76

Valor de caja, investigación propia.

5.3.3 Fuentes de financiamiento.

Son las fuentes por medio de las cuales se sabe de dónde ingresa el dinero para la constitución de la empresa.

Tabla 79: Fuentes de Financiamiento

Fuentes de financiamiento	Cantidad	Porcentaje
Pasivos a largo plazo	\$ 30.000,00	38,90%
Patrimonio	\$ 47.113,26	61,10%
Total activos	\$ 77.113,26	100,00%

Fuentes de financiamiento, investigación propia

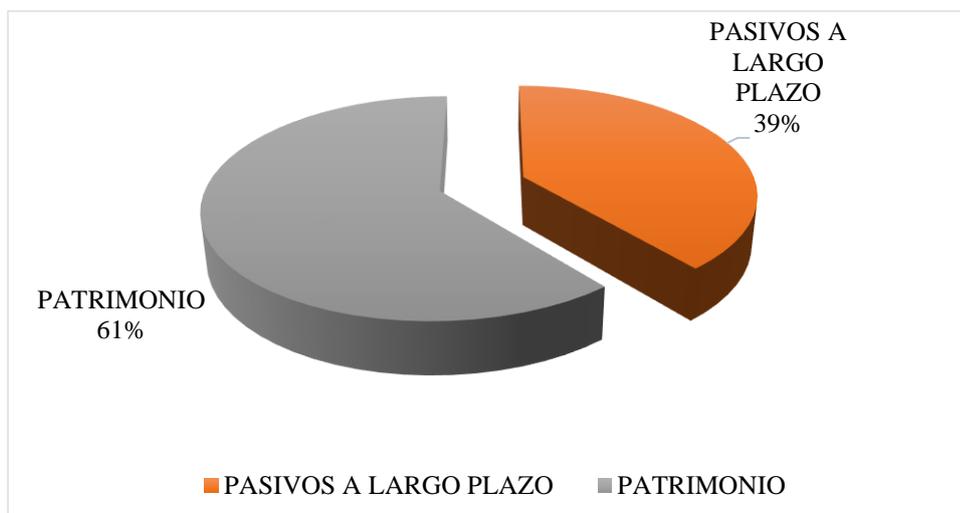


Figura 39: Porcentajes de fuentes de financiamiento

Se ha escogido la entidad financiera Produbanco como principal opción para el préstamo bancario debido que se otorgan préstamos bancarios y se cuenta ya con experiencia crediticia, y el monto máximo es de \$ 30000 para PYMES.

5.3.4 Amortización.

La amortización de un crédito engloba el interés y el capital de obligación contraída con alguna entidad bancaria, los cuales se cancelarán mediante una serie de pagos según el tiempo establecido.

El proyecto para ponerse en marcha deberá ser costado por un préstamo bancario de \$ con una tasa de interés anual de 16.06% a un plazo de 36 meses otorgado por la entidad financiera Produbanco.

Tabla 80: Amortización préstamo bancario

TABLA DE AMORTIZACIÓN

PERIODOS	CAPITAL	INTERES	PAGO	CAPITAL PAGADO
1	\$ 30,000.00	\$ 401.50	\$ 1,055.60	\$ 654.10
2	\$ 29,345.90	\$ 392.75	\$ 1,055.60	\$ 662.85
3	\$ 28,683.05	\$ 383.87	\$ 1,055.60	\$ 671.73
4	\$ 28,011.32	\$ 374.88	\$ 1,055.60	\$ 680.72
5	\$ 27,330.61	\$ 365.77	\$ 1,055.60	\$ 689.83
6	\$ 26,640.78	\$ 356.54	\$ 1,055.60	\$ 699.06
7	\$ 25,941.72	\$ 347.19	\$ 1,055.60	\$ 708.41
8	\$ 25,233.31	\$ 337.71	\$ 1,055.60	\$ 717.89
9	\$ 24,515.42	\$ 328.10	\$ 1,055.60	\$ 727.50
10	\$ 23,787.91	\$ 318.36	\$ 1,055.60	\$ 737.24
11	\$ 23,050.68	\$ 308.49	\$ 1,055.60	\$ 747.10
12	\$ 22,303.57	\$ 298.50	\$ 1,055.60	\$ 757.10
13	\$ 21,546.47	\$ 288.36	\$ 1,055.60	\$ 767.24
14	\$ 20,779.23	\$ 278.10	\$ 1,055.60	\$ 777.50
15	\$ 20,001.73	\$ 267.69	\$ 1,055.60	\$ 787.91
16	\$ 19,213.82	\$ 257.14	\$ 1,055.60	\$ 798.45
17	\$ 18,415.36	\$ 246.46	\$ 1,055.60	\$ 809.14
18	\$ 17,606.22	\$ 235.63	\$ 1,055.60	\$ 819.97
19	\$ 16,786.25	\$ 224.66	\$ 1,055.60	\$ 830.94
20	\$ 15,955.31	\$ 213.54	\$ 1,055.60	\$ 842.06
21	\$ 15,113.24	\$ 202.27	\$ 1,055.60	\$ 853.33
22	\$ 14,259.91	\$ 190.85	\$ 1,055.60	\$ 864.75
23	\$ 13,395.15	\$ 179.27	\$ 1,055.60	\$ 876.33
24	\$ 12,518.82	\$ 167.54	\$ 1,055.60	\$ 888.06
25	\$ 11,630.77	\$ 155.66	\$ 1,055.60	\$ 899.94
26	\$ 10,730.83	\$ 143.61	\$ 1,055.60	\$ 911.99
27	\$ 9,818.84	\$ 131.41	\$ 1,055.60	\$ 924.19
28	\$ 8,894.65	\$ 119.04	\$ 1,055.60	\$ 936.56
29	\$ 7,958.09	\$ 106.51	\$ 1,055.60	\$ 949.09
30	\$ 7,009.00	\$ 93.80	\$ 1,055.60	\$ 961.80
31	\$ 6,047.20	\$ 80.93	\$ 1,055.60	\$ 974.67
32	\$ 5,072.53	\$ 67.89	\$ 1,055.60	\$ 987.71
33	\$ 4,084.82	\$ 54.67	\$ 1,055.60	\$ 1,000.93
34	\$ 3,083.89	\$ 41.27	\$ 1,055.60	\$ 1,014.33
35	\$ 2,069.56	\$ 27.70	\$ 1,055.60	\$ 1,027.90
36	\$ 1,041.66	\$ 13.94	\$ 1,055.60	\$ 1,041.66

Tabla de amortización de préstamo bancario para creación distribuidora. Prodebanco (2018)

La siguiente tabla representara la amortización de los gastos de constitución (activos intangibles) para el tiempo de vida del proyecto. (5 años).

Tabla 81: Amortización de gastos de constitución.

AÑOS	AMORTIZACIÓN	AMORT, ACUM	VALOR EN LIBROS
0			\$ 698.20
1	\$ 139.64	\$ 139.64	\$ 558.56
2	\$ 139.64	\$ 279.28	\$ 418.92
3	\$ 139.64	\$ 418.92	\$ 279.28
4	\$ 139.64	\$ 558.56	\$ 139.64
5	\$ 139.64	\$ 698.20	\$ -

Amortización de gastos de constitución de Distribuidora, investigación propia

5.3.5 Depreciaciones.

La depreciación es la acción de decrecimiento del valor del año contable de los activos fijos de la organización debido a su uso durante la vida útil y paso de los años de cada activo fijo.

Tabla 82: Depreciación de Muebles y enseres

AÑOS	DEP	DEP ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
0			\$ 1,849.12
1	\$ 184.91	\$ 184.91	\$ 1,664.21
2	\$ 184.91	\$ 369.82	\$ 1,479.30
3	\$ 184.91	\$ 554.74	\$ 1,294.38
4	\$ 184.91	\$ 739.65	\$ 1,109.47
5	\$ 184.91	\$ 924.56	\$ 924.56
6	\$ 184.91	\$ 1,109.47	\$ 739.65
7	\$ 184.91	\$ 1,294.38	\$ 554.74
8	\$ 184.91	\$ 1,479.30	\$ 369.82
9	\$ 184.91	\$ 1,664.21	\$ 184.91
10	\$ 184.91	\$ 1,849.12	\$ (0.00)

Depreciación de muebles y enseres de la distribuidora, investigación propia

Tabla 83: Depreciación de equipos de oficina.

AÑOS	DEP	DEP ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
0			\$ 471.86
1	\$ 47.19	\$ 47.19	\$ 424.67
2	\$ 47.19	\$ 94.37	\$ 377.48
3	\$ 47.19	\$ 141.56	\$ 330.30
4	\$ 47.19	\$ 188.74	\$ 283.11
5	\$ 47.19	\$ 235.93	\$ 235.93
6	\$ 47.19	\$ 283.11	\$ 188.74
7	\$ 47.19	\$ 330.30	\$ 141.56
8	\$ 47.19	\$ 377.48	\$ 94.37
9	\$ 47.19	\$ 424.67	\$ 47.19
10	\$ 47.19	\$ 471.86	\$ (0.00)

Depreciación de equipo de oficina de distribuidora, investigación propia.

Tabla 84: Depreciación de equipo de cómputo

AÑOS	DEP	DEP ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
0			\$ 1,719.20
1	\$ 171.92	\$ 171.92	\$ 1,547.28
2	\$ 171.92	\$ 343.84	\$ 1,375.36
3	\$ 171.92	\$ 515.76	\$ 1,203.44
4	\$ 171.92	\$ 687.68	\$ 1,031.52
5	\$ 171.92	\$ 859.60	\$ 859.60
6	\$ 171.92	\$ 1,031.52	\$ 687.68
7	\$ 171.92	\$ 1,203.44	\$ 515.76
8	\$ 171.92	\$ 1,375.36	\$ 343.84
9	\$ 171.92	\$ 1,547.28	\$ 171.92
10	\$ 171.92	\$ 1,719.20	\$ (0.00)

Depreciación de equipos de oficina de la distribuidora, investigación propia

5.3.6 Estado de situación inicial.

Abarca toda la descripción de los estados financieros de la empresa (distribuidora farmacéutica) detallando cada una de sus cuentas.

Compuesto por:

- **Activos:** Son bienes u otros recursos que forman parte de la empresa y se espera obtener beneficios o rendimientos económicos en el futuro.
- **Pasivos:** conjunto de deudas que obtiene la empresa con terceros.
- **Patrimonio:** son todos los bienes aportados por los socios de la empresa.

Tabla 85: Balance general

ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL			
DISTRIBUIDORA CEDIFAR			
ACTIVOS		PASIVOS	
Activos Corrientes		PASIVOS CORRIENTES	
Caja	\$ 5.915,76		
Bancos	\$ 3.000,00		
Mercadería	\$ 63.459,13		
SUB. TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	\$ 72.374,88	SUB. TOTAL PASIVOS CORRIENTES	\$ -
ACTIVOS FIJOS		PASIVOS A LARGO PLAZO	
Muebles y enseres	\$ 1.849,12	Obligaciones bancarias	\$ 30.000,00
Equipos de oficina	\$ 471,86		
Equipos de Computación	\$ 1.719,20		
SUB. TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$ 4.040,18	SUB. TOTAL PASIVOS A LARGO PLAZO	\$ 30.000,00
ACTIVOS DIFERIDOS		PATRIMONIO	
Permisos de funcionamiento	\$ 315,00		
Gastos de Constitución	\$ 383,20		
SUBT. ACT. DIFERIDOS	\$ 698,20		
TOTAL ACTIVOS	\$ 77.113,26	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 77.113,26

Estado de situación inicial distribuidora, investigación propia

5.3.7 Estado de resultado proyectado a 5 años.

Tabla 86: Estado de pérdidas y ganancia

AÑOS	2018	2019	2020	2021	2022
VENTAS	\$ 316.234,15	\$ 333.316,18	\$ 351.276,49	\$ 370.158,96	\$ 390.009,61
COSTO DE VENTAS	\$ 189.740,49	\$ 199.989,71	\$ 210.765,89	\$ 222.095,37	\$ 234.005,76
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 126.493,66	\$ 133.326,47	\$ 140.510,59	\$ 148.063,58	\$ 156.003,84
GASTO DE VENTAS	\$ 47.759,36	\$ 52.260,08	\$ 54.161,20	\$ 56.136,59	\$ 58.189,15
Sueldo de Supervisores(3)	\$ 23.595,00	\$ 26.043,76	\$ 27.076,04	\$ 28.149,23	\$ 29.264,95
Sueldo de Asistentes(2)	\$ 12.319,58	\$ 13.610,48	\$ 14.149,94	\$ 14.710,79	\$ 15.293,87
Sueldo del Administrador	\$ 6.159,79	\$ 6.805,24	\$ 7.074,97	\$ 7.355,40	\$ 7.646,93
Gasto Transporte	\$ 3.000				
Gastos Marketing Publicidad	\$ 2.685,00	\$ 2.800,60	\$ 2.860,25	\$ 2.921,18	\$ 2.983,40
UTILIDAD NETA VENTAS	\$ 78.734,30	\$ 81.066,39	\$ 86.349,39	\$ 91.926,99	\$ 97.814,69
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 15.630,76	\$ 16.889,61	\$ 17.449,67	\$ 17.858,13	\$ 18.459,61
Sueldo Gerente	\$ 7.865,00	\$ 8.681,25	\$ 9.025,35	\$ 9.383,08	\$ 9.754,98
Sueldo Bioquímico	\$ 2.629,70	\$ 2.874,58	\$ 2.988,51	\$ 3.106,97	\$ 3.230,12
Dep. Muebles y Enseres	\$ 184,91				
Dep. Equipos de oficina	\$ 47,19				
Dep. Equipos de Computación	\$ 171,92	\$ 171,92	\$ 171,92	\$ -	\$ -
Gasto Amortización	\$ 139,64				
Permisos de funcionamiento	\$ 315,00	\$ 328,56	\$ 335,56	\$ 342,71	\$ 350,01
Servicios Básicos	\$ 120,00	\$ 125,17	\$ 127,83	\$ 130,56	\$ 133,34
Arriendo	\$ 3.000,00	\$ 3.129,16	\$ 3.195,81	\$3.263,88	\$3.333,40
Suministros de oficina	\$ 1.157,40	\$ 1.207,23	\$ 1.232,94	\$ 1.259,21	\$ 1.286,03
Utilidad Operacional	\$ 63.103,54	\$ 64.176,79	\$ 68.899,73	\$ 74.068,86	\$ 79.355,08
GASTOS FINANCIEROS	\$ 4.213,67	\$ 2.751,50	\$ 1.036,43		
Utilidad antes de Impuestos	\$ 58.889,87	\$ 61.425,29	\$ 67.863,30	\$ 74.068,86	\$ 79.355,08
15% Trabajadores	\$ 8.833,48	\$ 9.213,79	\$ 10.179,49	\$ 11.110,33	\$ 11.903,26
Utilidad de Impuestos	\$ 50.056,39	\$ 52.211,49	\$ 57.683,80	\$ 62.958,53	\$ 67.451,82
25% Impuestos	\$ 12.514,10	\$ 13.052,87	\$ 14.420,95	\$ 15.739,63	\$ 16.862,95
Utilidad Final	\$ 37.542,29	\$ 39.158,62	\$ 43.262,85	\$ 47.218,90	\$ 50.588,86
10% Reserva Legal	\$ 3.754,23	\$ 3.915,86	\$ 4.326,29	\$ 4.721,89	\$ 5.058,89
Utilidad de Dividendos	\$ 33.788,07	\$ 35.242,76	\$ 38.936,57	\$ 42.497,01	\$ 45.529,98

Estado de pérdidas y ganancias proyectado 5 años, investigación propia

Para proyectar las cifras de los años del 2018 al 2022, se utilizó la variación de la inflación.

Tabla 87: Inflación

Año	Porcentaje
2013	2,70%
2014	3,67%
2015	3,38%
2016	1,12%
2017	-0,20%
Total	10.67%
Promedio	2.13%

Variación de la tasa de Inflación. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos 2017).

Tabla 88: Fracción Básica para el impuesto.

AÑO 2018 En dólares			
Fracción básica	Exceso hasta	Impuesto fracción básica	% Impuesto fracción excedente
0	11.27	0	0%
11.27	14.36	0	5%
14.36	17.95	155	10%
17.95	21.55	514	12%
21.55	43.1	946	15%
43.1	64.63	4.178	20%
64.63	86.18	8.484	25%
86.18	114.89	13.872	30%
114.89	En adelante	22.485	35%

Fracción básica para impuesto personas naturales, investigación propia

5.3.8 Flujo de Caja.

Se lo utiliza con la finalidad de pronosticar futuros ingresos o posibles erogaciones de dinero lo cual nos exige como administradores a planificar inversiones de sobrantes, recuperación de faltantes dentro de la empresa.

Tabla 89: Flujo de caja

Flujo de caja	0	1	2	3	4	5
Utilidad		\$ 37.542,29	\$ 39.158,62	\$ 43.262,85	\$ 47.218,90	\$ 50.588,86
Depreciación		\$ 404,02	\$ 404,02	\$ 404,02	\$ 232,10	\$ 232,10
Amortización		\$ 139,64	\$ 139,64	\$ 139,64	\$ 139,64	\$ 139,64
Gasto financiero		\$ 4.213,67	\$ 2.751,50	\$ 1.036,43		
Flujo operacional		\$ 42.299,62	\$ 42.453,78	\$ 44.842,94	\$ 47.590,64	\$ 50.960,60
Inversiones						
Capital de trabajo	-73073,08					\$ 10.960,96
Activos fijos	-4040,18					\$ 606,03
Flujo neto	-77113,26	\$ 42.299,62	\$ 42.453,78	\$ 44.842,94	\$ 47.590,64	\$ 62.527,59

Flujo de caja dentro de la distribuidora, investigación propia

5.4 Evaluación financiera del proyecto

Abarca las técnicas que se utilizan para analizar, evaluar y tomar la decisión si se invierte o no en el proyecto y determinar la rentabilidad económica del proyecto.

5.4.1 Tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR).

Es el porcentaje que por lo regular determina la persona que va a invertir en tu proyecto, se utiliza como referencia para determinar si el proyecto le puede generar ganancias o no.

Se expresa de forma porcentual y se calcula con la siguiente formula:

TMAR= Tasa de inflación + riesgo de la inversión.

Para su cálculo se toma en cuenta los siguientes indicadores:

- Inflación
- Riesgo país

- Tasa de interés activa

Tabla 90: Indicadores TMAR

Indicador	Porcentaje
Inflación	-0.20%
Riesgo país	7.94%
Tasa de interés	16.06%
TMAR	23.80%

Indicadores TMAR, investigación Propia

La tasa de referencia que se utiliza para el proyecto es del 23.80%

5.4.2 Valor actual neto (VAN) o Valor presente neto (VPN).

Es la expresión de términos presentes de los ingresos y los egresos

Tabla 91: Valor actual neto

CÁLCULO DEL VAN		
AÑOS	FN	VAN
0	\$ (77.113,26)	\$ (77.113,26)
1	\$ 42.299,62	\$ 34.167,70
2	\$ 42.453,78	\$ 27.699,70
3	\$ 44.842,94	\$ 23.633,72
4	\$ 47.590,64	\$ 20.259,98
5	\$ 62.527,59	\$ 21.501,48
	VAN	\$ 50.149,33

Cálculo del VAN, investigación propia.

5.4.3 Tasa Interna de retorno (TIR).

Es la tasa de interés o rentabilidad que ofrece una inversión, nos da una medida relativa de la rentabilidad.

Tabla 92: Tasa interna de retorno

CÁLCULO DEL TIR		
FN	VAN	TIR
0	\$ (77.113,26)	\$ (77.113,26)
1	\$ 42.299,62	\$ 28.065,17
2	\$ 42.453,78	\$ 18.688,69
3	\$ 44.842,94	\$ 13.097,48
4	\$ 47.590,64	\$ 9.222,45
5	\$ 62.527,59	\$ 8.039,48
	\$ -	
	TIR	50,72%

Tasa interna de retorno, investigación propia.

5.4.4 Periodo de recuperación de la inversión (PRI).

Es la forma que nos permite sintetizar la toma de decisiones, el mismo nos permite determinar el tiempo que necesitaremos para recuperar los costos de la empresa.

Tabla 93: Periodo de recuperación de la inversión

AÑOS	0	1	2	3	4	5
VAN	\$ -77,794.40	\$34,862.31	\$ 28,287.31	\$ 24,130.81	\$ 20,680.50	\$ 21,892.36

PRI, investigación propia.

Tabla 94: Periodo de recuperación de la inversión.

PRI		
AÑOS	MESES	DÍAS
2	7	22

Descripción de PRI, investigación propia.

5.4.5 Relación beneficio costo (B/C).

La relación beneficio/costo es un indicador que mide el grado de desarrollo y bienestar que puede generar a una comunidad.

Tabla 95: Relación beneficio costo

RELACION BENEFICIO/COSTO	
INVERSION INICIAL	\$ -77113,26
VAN 1	\$ 34.167,70
VAN 2	\$ 27.699,70
VAN 3	\$ 23.633,72
VAN 4	\$ 20.259,98
VAN 5	\$ 21.501,48

Valores actuales netos, investigación propia

Tabla 96: Razón beneficio/costo

RB/C =	\$ 127.262,59
	\$ 77.113,26
RB/C =	\$ 1,65

Razón Beneficio/costo, investigación propia

5.3.6 Punto de equilibrio o punto de nivelación.

Tabla 97: Costo fijos y variables

CUENTAS	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTOS TOTALES
Costos de ventas	\$ -	\$ 189.740,49	\$ 189.740,49
Gastos de ventas	\$ 42.074,36	\$ 5.685,00	\$ 47.759,36
Gastos administrativos	\$ 15.630,76	\$ -	\$ 15.630,76
Gastos financieros	\$ 4.213,67		\$ 4.213,67
Total	\$ 61.918,79	\$ 195.425,49	\$ 257.344,28

Costos fijos y variables de la distribuidora año 2018, investigación propia

Tabla 98: Punto de equilibrio

Ingresos	\$ 316.234,15
Cantidades	360
Pvp	\$ 878,43
Cvu	\$ 542,85
P.E.Q (unidades) =	Costos Fijos
	P.v.u - C.v.u
P.E.Q (unidades) =	\$ 61.918,79
	\$ 335,58
P.E.Q (unidades) =	184,51
P.E MONETARIO =	Costo Fijo
1 -	C.v.u
	P.v.u
P.E MONETARIO =	\$ 61.918,79
	0,382022815
P.E MONETARIO =	\$ 162.081,39

Punto de equilibrio distribuidora, investigación propia

Capítulo VI

6.1 Análisis de impactos.

Al elaborar este análisis se determinará el impacto que tendrá la ejecución del proyecto en varios entornos: económico, ambiental, social en el barrio la Roldos.

Para la evaluación de estos impactos se determinará varios parámetros de medición, indicadores de evaluación con las siguientes ponderaciones:

Tabla 99: Ponderaciones para evaluación de impactos

PONDERACIÓN	NIVEL DE IMPACTO
3	Alto positivo
2	Medio positivo
1	Bajo positivo
0	No existe impactos
-1	Bajo negativo
-2	Medio negativo
-3	Alto negativo

Ponderaciones para la evaluación de impactos, investigación propia

Se utilizará la siguiente fórmula para la elaboración de los indicadores:

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{x}{\text{Número de indicadores}}$$

6.1.1 Impacto ambiental.

Tabla 100: Impacto ambiental

Indicador	Nivel de Impacto							
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Retorno medicamentos caducados						X		
Rehusó de material (cartón etc.).							X	
Información de medicamentos próximo a caducar.							X	
Clasificación de diversos residuos							X	
TOTAL					0	2	9	X=11

Factores de influencia en el impacto ambiental, investigación propia.

Según las ponderaciones de los indicadores se tiene la calificación de 2.75 lo que corresponde a **medio positivo**.

Análisis:

La ejecución de este proyecto tendrá un impacto ambiental positivo debido a que es una empresa que maneja fármacos por lo general implica el cuidado del medioambiente teniendo presente el extremo cuidado de fármacos que puedan ser nocivos, para así evitar riesgos futuros y posibles sanciones.

Manejando un stock de fármacos rotativos y con la información de devolución de fármacos por caducar correspondiente a los propietarios de las farmacias independientes evitaremos el retorno de medicamentos por caducar a la distribuidora y si es el caso de existencia cumpliendo con las fechas de

devolución se realizará el respectivo proceso de retorno de medicamentos caducados a los proveedores.

Se reutilizará el cartón debido a que se enviará a las farmacias independientes sus bultos de medicamento.

La clasificación de los diferentes residuos es una parte esencial en toda empresa debido a que la mezcla de estos puede conllevar efectos nocivos al medioambiente. Se utilizará bolsas rojas para medicamentos dañados y baños y bolsas negras para los desechos comunes.

6.1.2 Impacto económico

Tabla 101: Impacto Económico

Indicador	Nivel de Impacto							
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Rendimiento de la inversión							X	
Pago de impuestos							X	
Incremento Económico del país						X		
Apoyo a las Microempresas							X	
TOTAL					0	2	9	X=11

Factores que influyen en el impacto económico, investigación propia.

Calificación asignada por las diferentes ponderaciones 2.75= **Medio alto**

Análisis:

En la ejecución del proyecto la expectativa más importante según el estudio financiero realizado es que el rendimiento de la inversión sea positivo, lo cual generara impuestos lo cual se debe cumplir al día y debido a que la distribuidora será

constituida como pequeña empresa los impuestos serán mínimos debido a que el propietario es una persona natural no obligada a llevar contabilidad en el primer año y en base a la declaración de impuestos mensuales el SRI notificara al propietario a partir del segundo año si debe constituirse como persona natural obligada a llevar contabilidad.

Así mismo debido a que el proyecto está elaborado para distribuir a farmacias independientes se apoyara directamente a estas microempresas con créditos de 45 días máximos para poder ayudar a su capitalización y crecimiento de la farmacia, debido a que por lo general las farmacias independientes son plan crecimiento.

6.1.3 Impacto social.

La creación de la distribuidora para farmacias independientes del sector Norte del DMQ, tiene como finalidad brindar un buen servicio en la distribución de fármacos.

Tabla 102: Impacto social

Indicador	Nivel de Impacto							
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Crea Fuentes de trabajo							X	
Contrata profesionales en el área de farmacias							X	
Ascenso la calidad de vida							X	
Variación de fármacos					X			
TOTAL					1	0	9	X=10

Ponderación de factores de impacto social, investigación propia.

Calificación de 2.5 = **Medio alto**

Análisis:

Debido a que el proyecto fue elaborado por una alumna del ITSCO el momento de realizar la contratación de personal la primera fuente será los alumnos egresados del ITSCO debido a que ya cuentan con conocimientos administrativos y operativos lo cual será de gran beneficio para las dos partes.

La variación de fármacos no afecta al desempeño debido a que se realizó las encuestas y los medicamentos que más rotan en las farmacias sin importar las temporadas o estaciones climáticas se tendrá un stock adecuado para distribuir a las farmacias independientes con los fármacos más importantes.

La calidad de vida de cada propietario tendrá un auge importante debido a las promociones y bonificaciones que se entregará, ayudará a tener mayor liquidez de capital.

Capítulo VII

7.1 Conclusiones

La realización del estudio de factibilidad para la creación de la distribuidora CEDIFAR-NP en el barrio la Roldos nos permite concluir que:

Es un proyecto que cuenta con una demanda insatisfecha alta, la causa principal es el mal servicio brindado por la competencia el momento de la recepción de pedidos y su distribución.

La competencia es alta y que estas grandes empresas categorizan las farmacias debido a que poseen cadenas propias por lo que este proyecto es muy prospero a futuro.

A través del estudio técnico se determinó el tamaño del proyecto, el monto a invertir y las ganancias que este representa. El monto de inversión es de \$ 77,794.40.

7.2 Recomendaciones

Se aplique el proyecto para aportar en el crecimiento de las farmacias independientes del sector Norte y luego se cubra todo el DMQ.

Elaborar estrategias acertadas para poder posicionarse en la mente de los propietarios de las farmacias independientes (consumidores) y por ende ser la primera opción el momento de que estas realicen pedidos.

El personal a laborar deberá contar con amplio conocimiento en el área, adicional deberá ser capacitado y bien informado de las políticas de la empresa y como característica principal deberá poseer empatía y valores.

Referencias

- Alina Voiculet, N. B. (29 de Octubre de 2010). *Medio ambiente Externo de la Organización: losrecursoshumanos.com*. Obtenido de losrecursoshumanos.com: <http://www.losrecursoshumanos.com/medio-ambiente-externo-de-la-organizacion/>
- Amado, Y. (21 de febrero de 2014). *Ingeniería del producto: prezi.com*. Obtenido de prezi.com: <https://prezi.com/hip3waefcfql/disenio-e-ingenieria-del-producto/>
- Amador, M. G. (22 de Diciembre de 2010). *Metodología de la investigación:manuelgalan.blogspot.com*. Obtenido de manuelgalan.blogspot.com: <http://manuelgalan.blogspot.com/>
- ARCSA. (2 de Enero de 2017). *Farmacias de turno: Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria*. Obtenido de Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria: <http://www.controlsanitario.gob.ec/turnos-de-farmacias/>
- Computación Aplicada al Desarrollo, S. d. (3 de Septiembre de 2016). *Producto Interno Bruto:clubplaneta.com.mx*. Obtenido de clubplaneta.com.mx: https://www.economia.com.mx/producto_interno_bruto.htm
- Economia.WS. (2017). *Oferta y Demanda: Economia.WS*. Obtenido de Economia.WS: <http://www.economia.ws/oferta-y-demanda.php>
- Gehisy. (6 de Noviembre de 2016). *Herramientas para analisis de contexto:MEFI y MEFE: Aprendiendo con calidad y adr*. Obtenido de Aprendiendo con calidad y adr: <https://aprendiendocalidadyadr.com/herramientas-analisis-contexto-mefi-mefe/>
- INEC. (Marzo de 2017). *Indicadores Laborales. web-inec*. Obtenido de web-inec: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2017/Marzo/032017_Presentacion_M.Laboral.pdf
- Jara, L. (3 de Noviembre de 2017). *Metodo Cualitativo por puntos: Observatorio Economico Social UNR*. Obtenido de Observatorio Economico Social UNR: <http://www.observatorio.unr.edu.ar/utilizacion-de-la-capacidad-instalada-en-la-industria-2/>

Ortiz, D. (2011). *Fijacion de Precios de los Medicamentos:repositorio.puce.edu.ec*.

Obtenido de repositorio.puce.edu.ec:

<http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/3064/T-PUCE-3287.pdf?sequence=1>

Rojas, F. (14 de Noviembre de 2007). *Analisis situacional de un proyecto:*

mailxmail.com. Obtenido de mailxmail.com:

<http://www.mailxmail.com/curso-formulacion-proyectos/tamano-proyecto>

Significados. (Diciembre de 2017). *Objetivos: Significados.com*. Obtenido de

Significados.com: <https://www.significados.com/objetivo/>

Vásquez, C. (16 de Octubre de 2014). *Tecnicas de obtencion de información:*

prezi.com. Obtenido de prezi.com: <https://prezi.com/z6zvowxrormp/tecnicas-de-obtencion-de-informacion/>

Tabla 103: Farmacias independientes sector norte del DMQ.

FARMACIA	NOMBRE	DIRECCIÓN
1	TAIPE CHANGO LUIS ALBERTO	BARRIO: ALAMEDA CALLE: AV. GRAN COLOMBIA N14-115 PIEDRAHITA
2	ARROBO JUMBO JIMENA DOLORES	BARRIO: ATUCUCHO CALLE: I S/N 18
3	ARROBO JUMBO JIMENA DOLORES	BARRIO: ATUCUCHO CALLE: MANUEL DE JESUS ALVAREZ S/N CARLOTA JARAMILLO
4	ORTEGA ORTEGA EDI MIRIAM HIPATIA	BARRIO: CALDERON CALLE: 9 DE AGOSTO OE3-200 LIZARDO BECERRA
5	FARMACIAS Y SUPERMERCADOS FARMAPLUS A&V ASOCIADOS FARMAMIGACIA.LTDA.	BARRIO: CALDERON CIUDADELA: S/N CALLE: 9 DE AGOSTO 149 PUNIN
6	SANCHEZ SUQUI MARCO POLO	BARRIO: CARAPUNGO 1 ERA ETAPA MANZANA: LOTE 6 CALLE: NEPTALY GODOY N14-212 CAYAMBE
7	MOLINA TORRES JUDITH MARIA	BARRIO: CARAPUNGO 4TA. ETAPA CALLE: JAIME ROLDOS N16-213 VELASCO IBARRA
8	LEMA PACHECO MARCELA JACQUELINE	BARRIO: CARAPUNGO CALLE: CAPITÁN GIOVANNI CALLES LOTE 9 NEPTALÍ GODOY
9	VILLACIS TELLO MARIANA DE JESUS	BARRIO: CARAPUNGO CALLE: PADRE LUIS VACCARI N9-40 S/N
10	ALMEIDA VACA NANCY VERONICA	BARRIO: CARAPUNGO SEGUNDA ETAPA MANZANA: E CALLE: PULULAHUA N15-339 GALO PLAZO LASSO
11	RUALES SALCEDO RIGOBERTO RODRIGO	BARRIO: CARCELEN ALTO CALLE: FRANCISCO RUIZ OE1-25 REPUBLICA DOMINICANA
12	CARRERA CHAVEZ GLORIA LUZMILA	BARRIO: CARCELEN BAJO CALLE: N90 E268 CALLE E2C
13	NIETO CASTRO JULIO HERNAN	BARRIO: CARCELEN BAJO CALLE: N92 E10-131 E11
14	AVILA SARMIENTO DANILO ALFREDO	BARRIO: CARCELEN BAJO CALLE: PRINCIPAL N91 E5-66 CALLE E6
15	CABALLERO NARVAEZ MIREYA DE LOS ANGELES	BARRIO: CARCELEN CALLE: JOSE ENRIQUE GUERRERO E2-24 AV ISIDRO AYORA
16	BAEZ CANCIÑA DIANA JULIETA	BARRIO: CINCO ESQUINAS CALLE: JUAN DE ALCAZAR E5-45 ANTONIO JATIVA
17	SEMINARIO ESPARZA MARIA ANABEL	BARRIO: COLINAS DEL NORTE CALLE: N76 OE17-183 OE18
18	IMACAÑA QUISHPE OLGA PIEDAD	BARRIO: COLINAS DEL NORTE CALLE: N78B OE16-12 OE15A
19	LEMA PACHECO MARCELA JACQUELINE	BARRIO: COLINAS DEL NORTE CALLE: N78C OE15-5 OE15A

20	LOZANO QUEZADA JORGE IVAN	BARRIO: COLINAS DEL NORTE CALLE: OE17B N74A S/I
21	COLLAGUAZO PIN DIEGO ALFREDO	BARRIO: COLINAS DEL NORTE CALLE: OE7 79-198 OE 7B
22	JATIVA ANDRADE ALICIA MARLENE	BARRIO: COMITE DEL PUEBLO 1 CALLE: FLORIPONDIOS 58-58 JUAN MOLINEROS
23	PANCHI RUIZ VERONICA PATRICIA	BARRIO: COMITE DEL PUEBLO CALLE: FRANCISCO DE LA TORRE S/N MARIANO ALMEIDA
24	CRUZ ARROYO DOLORES CLEMENCIA	BARRIO: COMITE DEL PUEBLO CALLE: FRANCISCO REBOLEDO E12388 AV. JORGE GARCES
25	JATIVA ANDRADE ALICIA MARLENE	BARRIO: COMITE DEL PUEBLO I CALLE: JORGE GARCES N60-38 FRANCISCO DE LA TORRE
26	JATIVA ANDRADE ALICIA MARLENE	BARRIO: COMITE DEL PUEBLO I CALLE: JORGE GARCES N64-185 JOSE VALDIVIEZO
27	JATIVA ANDRADE ALICIA MARLENE	BARRIO: COMITE DEL PUEBLO I CALLE: JORGE GARCES N64-356
28	YANEZ CAMINOS OLGA TERESA	BARRIO: COMITE DEL PUEBLO UNO ZONA 6 CALLE: JOAQUIN PAREJA E12-281 ANGEL ESPINOZA
29	CORONEL REINOSO FANNY ELIZABETH	BARRIO: CONCEPCION ALTA CALLE: CALUMA E7-48 CHACO
30	CAICEDO UBIDIA EVELYN GEOVANNA	BARRIO: CONSEJO PROVINCIAL CALLE: SAN FRANCISCO DE RUMIHURCO N86-06 CALLE C
31	AZADOVAY PACA JAVIER	BARRIO: CONSEJO PROVINCIAL CALLE: SAN FRANCISCO DE RUMIHURCO S/N CALLE F
32	GARCIA BAUTISTA NANCY GUADALUPE	BARRIO: COTOCOLLAO CALLE: AV. DE LA PRENSA N63-218 MANTA
33	CORAL MOLINA DIEGO MAURICIO	BARRIO: EL CONDADO CALLE: MACHALA OE8-136 AVDA. ANTONIO JOSE DE SUCRE
34	DIAZ DIAZ JUAN ALEJANDRO	BARRIO: EL CONDADO II ETAPA CALLE: 20 SN CALLE 19
35	VANTTIVE CIA. LTDA	BARRIO: LA CAROLINA CALLE: RUMIPAMBA E2-214 REPUBLICA
36	CARABAJO VASCONEZ LAURA CRISTINA	BARRIO: LA CONCEPCION CALLE: ZAMORA 208 CAP. EDMUNDO CHIRIBOGA
37	YEPEZ ENRIQUEZ MARCO ROMEO	BARRIO: LA DELICIA CALLE: AV. MARTHA BUCARAM OE9-12 S42 / 8 DE FEBRERO
38	CASAMIN GUANOTOA ALEX JONATHAN	BARRIO: LA DELICIA CIUDADELA: IBARRA CALLE: 10 OE10-11 PEDRO CASTILLON
39	REYES ZAPATA MIRIAM MARIELA	BARRIO: LA FLORIDA CALLE: OE6 S39-48 S39A LA FLORIDA

40	VIRACUCHA GUACOLLANTES CITA LIDUVINA	BARRIO: LA OFELIA CALLE: AV. REAL AUDIENCIA N65-15 BELLAVISTA
41	CHAVEZ MIRANDA SUNDAY PAUL	BARRIO: LA OFELIA CALLE: UNION Y PROGRESO OE4-394 MARTIN ALONSO
42	ORTEGA AVILA ANA MARIA	BARRIO: LA PLANADA CIUDADELA: COLINAS DEL NORTE CALLE: N76 LOTE-1 OE19A
43	VILLAMAGUA VILLAVICENCIO SANDRA MARIA	BARRIO: LA ROLDOS CALLE: OE12C N84-53 N85
44	MARIÑO SORIA MONICA ELIZABETH	BARRIO: LA ROLDOS MANZANA: 55 CALLE: N85 LOTE 15 OE11A
45	CARRASCO ORMAZA MARIA BELEN	BARRIO: LA RUMIÑAHUI CIUDADELA: LA RUMIÑAHUI MANZANA: PB2 CALLE: AV LUIS TUFIÑO OE2-21 MANUEL MATHEU
46	LOPEZ SANTILLAN LUIS ANTONIO	BARRIO: LA SANTIAGO CALLE: JUAN CAMACARO 13-44 AV. MARISCAL SUCRE
47	ATAPUMA MADRID DIEGO FERNANDO	BARRIO: LA TOLA ALTA CALLE: LOS RIOS N 4200 CHILE
48	DIAZ DELGADO EUDORO BOLIVAR	BARRIO: LA TOLA CALLE: JOSE MARIA AGUIRRE 536 VALPARAISO
49	MUÑOZ SANCHEZ CESAR LEOPOLDO	BARRIO: LA VICENTINA CALLE: LUIS GODIN N17-44 MANUEL ALBAN
50	MORALES PINEYROS MARIA WUALQUYRIA	BARRIO: LLANO CHICO CALLE: VICTOR CARILLO 120 RAFAEL LEON
51	SANCHEZ CALDERON ESPERANZA LUCIA	BARRIO: LOMA GRANDE CALLE: VICENTE ROCAFUERTE E1-152 PAREDES
52	GONZALEZ ESTEVEZ WILMER SANTIAGO	BARRIO: MENA 2 CIUDADELA: TARQUI CALLE: S17 CRISTOBAL ENRIQUEZ OE10-123 OE10C PEDRO DE GANTE
53	AGUILAR TELLO JEANNETH ELIZABETH	BARRIO: MENA DOS CALLE: AV. MARISCAL SUCRE S19-100 S19
54	WILCA CEPEDA EDGAR ALONSO	BARRIO: MONJAS CALLE: ALFONSO MORA S2- 496 S2G
55	PALACIOS LAPO MARIA ALEXANDRA	BARRIO: PISULI CALLE: INTERNACIONAL S/N PANCHO VILLA
56	DUQUE MUÑOZ ANA LUCIA	BARRIO: RUMICUCHO CALLE: AV. REINO DE QUITO N7-209 TIWINZA
57	VELASCO MONTENEGRO MARGOTH JUANA DE LA CRUZ	BARRIO: SAN CARLOS CALLE: ANGEL LUDEÑA OE5-264 PEDRO CIEZA DE LEON
58	GONZALEZ DIAZ MARTHA LUCIA	BARRIO: SAN CARLOS CALLE: ARGENTINA OE8-472 PUERTO RICO
59	ABRIL MORETA JOHN CARLOS	BARRIO: SAN CARLOS CALLE: CARLOS MANTILLA LT 117 SECUNDARIA
60	SANTACRUZ MORALES CESAR OSWALDO	BARRIO: SAN JOSE DE MONJAS CALLE: MATIZ E14-60 MANUEL RUALES

61	ABRIL MORETA JOHN CARLOS	BARRIO: SAN JOSE DE MORAN CALLE: PRINCIPAL LOTE 2 CARLOS MANTILLA
62	LOPEZ AGUIRRE ZOILA CLARA	BARRIO: SAN JUAN CALLE: PIO XII S/N PASCUAL AGUIRRE
63	ABRIL MORETA OSCAR HERNAN	BARRIO: SAN JUAN DE CALDERON CALLE: PIO XII LOTE 11 PASAJE JIMENEZ
64	TORRES ALARCON DOLORES MARIA DEL CARMEN	CALLE: ARENAS E1-15 LUIS FELIPE BORJA
65	TENESACA ESPINOZA JINNSON LENIN	CALLE: AV 10 DE AGOSTO N 27 30 AV ORELLANA
66	PALACIOS AUGUSTO	CALLE: AV DE LA PRENSA 2372 HOLGUIN
67	MEDINA JUAN HOMERO	CALLE: AV DE LOS SHYRIS N39-281 AV GASPAR DE VILLAROEL
68	SILVA CARDENAS JULIO CESAR	CALLE: AV EQUINOCCIAL S/N DE LOS HEMISFERIOS
69	FARMACIAS Y COMISARIATOS DE MEDICINAS S.A.	CALLE: AV INTEROCEANICA S/N S/I
70	MONCAYO BRAVO EMMA BEATRIZ JOSEFINA	CALLE: AV MARIANA DE JESUS 82 CALLE A
71	PAREDES MEJIA CELSO MESIAS	CALLE: AV. 10 DE AGOSTO 2730 AV. ORELLANA
72	ALBAN GUZMAN JESSICA CECILIA	CALLE: AV. 10 DE AGOSTO N17-287 ASUNCION
73	BENITEZ DIEGO MAURICIO	CALLE: AV. 10 DE AGOSTO N39-186 JOSE ARIZAGA
74	PROMOTORES MEDICOS LATINOAMERICANOS LATINOMEDICAL S.A.	CALLE: AV. 10 DE AGOSTO N41-59 JUAN DE ASCARAY
75	CUMBILLO MUÑOZ MAURICIO JAVIER	CALLE: AV. 10 DE AGOSTO S/N RUMIPAMBA
76	NARANJO TAPIA MIRTHA MIREYA	CALLE: AV. 12 DE OCTUBRE N21-199 ROCA
77	CADENA ANDINO CARMEN OLIVIA	CALLE: AV. 13 DE JUNIO 16-07 AV. EQUINOCCIAL
78	ARMIJOS VILLACIS VICTORIA DANIELA	CALLE: AV. 13 DE JUNIO N1-297 MISION GEODESICA
79	MEDICINA PREPAGADA CRUZBLANCA S. A.	CALLE: AV. 6 DE DICIEMBRE 2836 ALPALLANA
80	GUAYASAMIN PRADO ROBERTO FRANCISCO	CALLE: AV. 6 DE DICIEMBRE N26-169 LA NIÑA
81	LUNA VALVERDE ENRIQUE ALFREDO	CALLE: AV. 6 DE DICIEMBRE N36-131 PASAJE CALIFORNIA
82	TOAPANTA GUERRERO FERNANDO WLADIMIR	CALLE: AV. 6 DE DICIEMBRE N45-210 ISLA ISABELA
83	MORALES ARMENDARIZ MARIA FLORINDA	CALLE: AV. 6 DE DICIEMBRE N45-42 MIGUEL GAVIRIA
84	FARMACIAS Y COMISARIATOS DE MEDICINAS S.A.	CALLE: AV. DE LA PRENSA 2591 HOMERO SALAS

85	MARIN ALCIVAR JOSE ADRIAN		CALLE: AV. DE LA PRENSA N42-286 AV. JOSE FALCONI
86	COBOS AGUILERA PATRICIO FABIAN		CALLE: AV. DE LA PRENSA N49-148 JUAN HOLGUIN
87	SALAZAR MORENO GALO FERNANDO		CALLE: AV. DE LA PRENSA N65-05 BELLAVISTA
88	ALAVA VACA JENNY ELIZABETH		CALLE: AV. DE LA PRENSA N69-68 DAVID LEDESMA
89	NATURAL VITALITY S.A.		CALLE: AV. DE LA PRENSA S/N AV. KENNEDY
90	FARMACIAS COMISARIATOS MEDICINAS S.A.	Y DE	CALLE: AV. DE LA PRENSA S/N AV. MARISCAL SUCRE
91	FARMACIAS COMISARIATOS MEDICINAS S.A.	Y DE	CALLE: AV. DE LA PRENSA S/N RIO ALAO
92	MONTATIXE QUIÑA MARIA ESTHER		CALLE: AV. EL INCA CONJUNTO: EL INCA E12- 74 DE LAS
93	DONOSO SANCHEZ DOLORES DEL AMPARO		CALLE: AV. EL INCA CONJUNTO: ITALIA 1042 LAS MARGARITAS
94	DONOSO SANCHEZ MARIA DE LOURDES		CALLE: AV. EL INCA E11-16 LAS TORONJAS
95	BARRIGA GAIBOR MARIANA DE JESUS		CALLE: AV. LOS PINOS E7102 MANUEL CABEZA DE VACA
96	FARMACIAS COMISARIATOS MEDICINAS S.A.	Y DE	CALLE: AV. SEIS DE DICIEMBRE N47-320 SAMUEL FRITZ
97	ARAUJO ROBAYO AIDA GRACIELA		CALLE: AVENIDA EL INCA OE1-197 AVENIDA DE LA PRENSA
98	VERDEZOTO DEL SALTO MIRIAN MARISOL		CALLE: CARAPUNGO OE6-103 PANAMERICANA NORTE
99	FARMACIAS Y COMISARIATOS MYLFARMA CIA.LTDA.		CALLE: DANIEL CEVALLOS 1311 MISION GEODESICA
100	PALLO CHIPANTASI MANUELA YOLANDA		CALLE: DE LAS CULTURAS E3-17 GARCIA MORENO
101	PANGOL VELETANGA CESAR EDUARDO		CALLE: DE LOS CEREZOS S/N OE14I
102	SARMIENTO NAULA MILTON BOLIVAR		CALLE: EQUINOCCIAL E4-174 EL CALVARIO
103	LOACHAMIN GUALOTO MARIA CLEMENCIA		CALLE: GARCIA MORENO S/N PAQUISHA
104	ESTACIO MORENO WILMAN NAPOLEON		CALLE: INTIÑAN LOTE 555 SECUNDARIA
105	MENA VILLAMARIN MARIA SUSANA		CALLE: ISLA GENOVESA N42-107 TOMAS DE BERLANGA
106	CASTILLO SANDOYA MARCIA EUGENIA		CALLE: JAIME ROLDOS N15-131 CARIHUAIRAZO
107	FARMACIAS COMISARIATOS MEDICINAS S.A.	Y DE	BARRIO: BATAN CALLE: AV. SEIS DE DICIEMBRE 4102 IRLANDA
108	GALARZA VEJAR GUSTAVO RENE		BARRIO: JIPIJAPA CALLE: AV RIO COCA E4-12 ISLA ESPAÑOLA

109	CORDOVA VILLAGOMEZ ROSALVA NOEMI	BARRIO: JIPIJAPA CALLE: AV. 6 DE DICIEMBRE 6208 TOMAS DE BERLANGA
110	MONGE JAIRALA RAMONA MARIA LUISA	BARRIO: LA ARMENIA CALLE: LUIS FELIPE BORJA N12-312
111	FONSECA QUISPE WASHINGTON GEOVANI	BARRIO: LA BOTA CALLE: AV. LA BOTA E15-110 GOMEZ DE LA TORRE
112	ASOCIACION DE CUENTAS EN PARTICIPACION CENDIFARMA	BARRIO: EL BATAN CALLE: AV. 6 DE DICIEMBRE S/N GRANADOS
113	MEDISALUD	BARRIO: EL BATAN CALLE: AV. DE LOS SHYRIS 152 ELOY ALFARO
114	FARMACIAS Y COMISARIATOS DE MEDICINAS S.A.	BARRIO: EL BATAN CALLE: SEIS DE DICIEMBRE S/N GERMAN ALEMAN
115	SUQUI GUANUCHI SONIA EMPERATRIZ	BARRIO: LUCHA DE LOS POBRES MANZANA: W CALLE: MARIA GOMEZ DE LA TORRE S26-76 HERMELINDO FOLLECO
116	BARRIO: MARIANA DE JESUS CALLE: LEONIDAS PUEBLA E4-80 LUCILA CABEZAS	BARRIO: MARIANA DE JESUS CALLE: LEONIDAS PUEBLA E4-80 LUCILA CABEZAS
117	ABRIL MAYORGA INES DEL CARMEN	BARRIO: BARRIO NUEVO CALLE: AV. TNTE. HUGO ORTIZ S11-194 ROSA YEIRA
118	RAMOS CACERES MIGUEL ANGEL	BARRIO: EL CARMEN CALLE: AYAPAMBA OE2-57 GONZOL
119	ANDRAMUNIO RAMIREZ ADRIANA DEL PILAR	BARRIO: EL CARMEN CALLE: AYAPAMBA S22 OE1-619 LLACAO
120	MORALES TALAVERA FABIOLA	SIMON BOLIVAR E2-61 JOSE JOAQUIN DE OLMEDO
121	TORRES ALBERCA MAYRA ROSA	MANZANA: 25 CALLE: B CONJUNTO: COOPERATIVA DE VIVIENDA 8 DE M 14-B AUTOPISTA GENERAL RUMIÑAHUI
122	ABRIL MORETA JOHN CARLOS	CIUDADELA: SAN JOSE DE MORAN CALLE: 5 CONJUNTO: URB. SAN JOSE DE MORAN S/N CALLE 11
123	DONOSO GARZON SUSANA PAMELA	CIUDADELA: PUEMBO CALLE: 24 DE MAYO S/N PICHINCHA
124	FARMACIAS Y COMISARIATOS MYLFARMA CIA.LTDA.	CIUDADELA: MITAD DEL MUNDO CALLE: MISION GEODESICA E339 PUCARA
125	FARMACIAS Y COMISARIATOS MYLFARMA CIA.LTDA.	CIUDADELA: MITAD DEL MUNDO CALLE: AV. EQUINOCCIAL E3-268 13 DE JUNIO
126	SALVADOR ESTRELLA GUILLERMO FERNANDO	CIUDADELA: NUEVA AURORA CALLE: ROMEL VASQUEZ S4-92 JULIO ANDRADE/ S49
127	REA CISNEROS JACQUELINE ELIZABETH	CIUDADELA: LOS ARRAYANES CALLE: SERAPIO JAPERAVI / OE5I S13-108 MIGUEL PONTON / S13C

128	FARMACIAS Y COMISARIATOS MYLFARMA CIA.LTDA.	CIUADELA: EQUINOCCIAL CALLE: 13 DE JUNIO E3-278 AV. EQUINOCCIAL
129	CALDERON JUANA IRENE	CIUADELA: COOPERATIVA 23 DE MAYO CALLE: S35D LOTE 6 CALLE OE8F
130	RAMIREZ AGUIRRE HILDA CECILIA	CIUADELA: CIUDAD BICENTENARIO MANZANA: 13 CALLE: OBISPO CUERO CAICEDO S/N JUAN PIO MONTUFAR
131	FARMACIAS Y SUPERMERCADOS FARMAPLUS A&V ASOCIADOS FARMAMIGA CIA.LTDA.	CARRETERO: S/N KILOMETRO: S/N BARRIO: CALDERON
132	VELASTEGUI BRITO MARIANA DE JESUS	CARRETERO: AUTOPISTA GENERAL RUMIÑAHUI BARRIO:
133	VEGA HERRERA MARIA LUCINDA	CALLE: VILLA VEGA S/N INTEROCEANICA
134	VINELLI CARDENAS NORMA GRACIELA	CALLE: VERSALLES N2147 PEREZ GUERRERO
135	PERASSO GIANCARLO	CALLE: VEINTIMILLA E7-48 AV. SEIS DE DICIEMBRE
136	YANACALLO QUIPO MARIA TRINIDAD	CALLE: URSECINO LUCAS BAQUE N15 137 SEGUNDO MOYA
137	TORRES VASQUEZ MARIA GABRIELA	CALLE: URBINA N24-424 AV COLON
138	NARVAEZ BAQUERO GLORIA BEATRIZ	CALLE: SUCRE S/N CAYAMBE
139	DELGADO AGUIRRE CRUZ AMERICA	CALLE: SIMON BOLIVAR OE2-152 JAIME ROLDOS AGUILERA
140	JARAMILLO PAZ MARIO FERNANDO	CALLE: SIMON BOLÍVAR E2-18 GASPAR DE VILLAROEEL
141	FARMACIAS COMISARIATOS Y DE MEDICINAS S.A.	CALLE: SAN GABRIEL BLOQUE: TORRE MEDICA II S/N NICOLAS ARTETA
142	GUERRERO PORTUGAL TATIANA ALEXANDRA	CALLE: S8F / PONCE DE LEON 1711 OE8A / VINUEZA
143	RIVERA GUERRA JOHANNA PAMELA	CALLE: S26 CUSUBAMBA OE3 TENIENTE HUGO ORTIZ
144	DIAZ ROSERO MIRIAM ROCIO	CALLE: S14/ JOAQUIN GUTIERREZ S1-05 AV. PEDRO VICENTE
145	BAEZ CANCIÑA DIANA JULIETA	CALLE: RENE HIDALGO OE1-08 AV. PEDRO VICENTE MALDONADO
146	RIERA CALDERON DANIELA MICHELLE	CALLE: PRINCESA TOA OE62576257 PRINCESA CACHA
147	ZALDUMBIDE ORTIZ MARTHA ISABEL	CALLE: PINLLOPACTA 68 MORASPUNGO
148	DERMAMED CIA. LTDA.	CALLE: PAEZ N23-29 VEINTIMILLA
149	TAPIA LOMAS NANCY ELIZABETH	CALLE: PABLO YEROVI LT 1 CALLE 20
150	JARAMILLO VACA JULIO PATRICIO	CALLE: PABLO YEROBI OE17-5 LAZARO CONDOR

151	SEGURA LARA LUIS OSWALDO	CALLE: ORIENTE E3-29 GENERAL ELOY ALFARO
152	FRAMESGROUP CIA LTDA	CALLE: OE7B N31-12 N32 MARIANA DE JESUS
153	MEDRANDA FARIAS EUCLIDES FILIMON	CALLE: NEPTALY GODOY SN GIOVANNY CALLES
154	GONZALEZ TORRES PATRICIA DEL CARMEN	CALLE: NEPTALY GODOY N14-207 RIO CAYAMBE
155	NARANJO LOPEZ GLADYS ANGELICA	CALLE: NARIZ DEL DIABLO S11-107 GEORGE DAVIS
156	ZAPATA JIMENEZ ELIZABETH FERNANDA	CALLE: NAPOLES INTERSECCIÓN GALICIA
157	FLORES VILLAMIL ELENA MERCEDES	CALLE: N54 DE LOS PINOS E4-32 HUMBERTO TOSCANO
158	CASTRO CASTILLO DIEGO FERNANDO	CALLE: N52 AVENIDA LA FLORIDA OE5-79 MACHALA
159	CORAL ZAMBRANO JACQUELINE JIMENA	CALLE: MIGUEL EGAS N61-144 JOSE VICENTE PEÑAFIEL
160	PARRA ROSALES MARIA FERNANDA	CALLE: MELCHOR DE VALDEZ CONJUNTO: BOSTON BUILDING OE8295 MARTIN OCHOA
161	CHUQUIRIMA GONZALEZ CIRA TEREZA	CALLE: MARTHA BUCARAM S40 - 132 CALLE 8
162	RAMIREZ AGUILAR VERONICA DEL CISNE	CALLE: MEJIA E1-187 GONZALEZ SUAREZ
163	CHACON YEPEZ ANGELICA MARIA	CALLE: MARIANA DE JESUS OE 7-02 NUÑO DE VALDERRAMA
164	FARMACIAS Y COMISARIATOS DE MEDICINAS S.A.	CALLE: MALDONADO S11-122 MARIANO CARRION
165	CALLE: MALDONADO S/N SECUNDARIA	CALLE: MALDONADO S/N SECUNDARIA
166	HERNANDEZ JAMET MIGUEL PATRICIO	CALLE: MACHALA CONJUNTO: INGLATERRA N58-13 VICENTE ANDA AGUIRRE
167	FARMACIAS Y COMISARIATOS DE MEDICINAS S.A.	CALLE: LOS SHYRIS S/N AV NACIONES UNIDAS
168	GUTIERREZ VILLAMARIN JEANETT DEL ROCIO	CALLE: LOS PINOS N54-12 VICTOR MIDEROS
169	RUBIO PEROGLIO ADRIANA VIOLETA DEL ROCIO	CALLE: LOS NOGALES N50-227 LAS FRUTILLAS
170	JARA GUAMAN WILLIAM ALEJANDRO	CALLE: LOS EUCALIPTOS OE4-57 LOS ARROYOS
171	PACAS BRAVO LUIS PAUL	CALLE: LIZARDO GARCIA S/N PASAJE FRAY JODOCO RICKE
172	COMERCIALIZADORA RED DE ESTABLECIMIENTOS Y SERVICIOS FARMACEUTICOS SOCIEFARM S.A.	CALLE: LIZARDO BECERRA 614 AV CARAPUNGO
173	ALARCON LEIVA JELITSA ESTEFANIA	CALLE: LAS MALVAS E15-103 PERALES

174	ZALDUMBIDE ORTIZ MARTHA ISABEL		CALLE: LAS LAJAS OE1-129 MANGLAR ALTO
175	CHACON SEGOVIA SILVIA VERONICA		CALLE: JUAN MONTALVO S/N VIA INTEROCEANICA
176	ACOSTA LARCO MIGUEL EDUARDO		CALLE: JUAN MONTALVO S/N GONZALEZ SUAREZ
177	CARDENAS MORENO ROBERT XAVIER		CALLE: JOSE MIGUEL GUARDERAS CONJUNTO: VILLA DE PEDREGALES II 6 BONANZA
178	IBARRA ZAPATA GLADYS		CALLE: JOSE JOVANEN 418 GENERAL RUMIÑAHUI
179	POZO MONTENEGRO EDGAR HERMILO		CALLE: GASPAR DE CARVAJAL S1-17 ORELLANA
180	NARVAEZ REVELO ELSSIE MARINA		CALLE: GASPAR DE CARVAJAL 141 CUERO Y CAICEDO
181	JACOME ZAPATA CARMEN AMELIA		CALLE: E21 ALFONSO MORA S2-698 CALLE S2J
182	SOULPHARMA CIA LTDA		CALLE: DERBY N8-02 GEOVANNY CALLES
183	BUSTAMANTE GALVEZ OLGA MARINA		CALLE: COCHASQUI S6-61 AV. NAPO
184	SILVA MONTENEGRO CECILIA DEL CARMEN		CALLE: CAYAMBE CASA 8 SUCRE
185	MONTOYA CUENCA SILVANA DEL ROCIO		CALLE: BRASIL 4420 ENTRE CONDOR Y COSME RENELLA
186	BUITRON MORALES CAROLINA ESTEFANIA		CALLE: AVENIDA SIMON BOLIVAR S/N 24 DE MAYO
187	SILVA MONTENEGRO CECILIA DEL CARMEN		CALLE: AVENIDA INTEROCEÁNICA S1 102-98 PICHINCHA
188	LUNA VALVERDE ENRIQUE ALFREDO		CALLE: AVENIDA DE LA PRENSA N58-167 AVENIDA CRISTÓBAL VACA DE CAST
189	FARMACIAS COMISARIATOS MEDICINAS S.A.	Y DE	CALLE: AV.SIMON BOLIVAR S/N VIA A NAYON
190	FARMACIAS COMISARIATOS MEDICINAS S.A.	Y DE	CALLE: AV.SEIS DE DICIEMBRE N24-549 COLON
191	GUERRERO VINUEZA PAQUITA EUGENIA		CALLE: AV. REAL AUDIENCIA S/N DE LOS CIRUELOS
192	ZAMBRANO CABRERA RAUL FRANCISCO		CALLE: AV. REAL AUDIENCIA N60-201 AV. DEL MAESTRO
193	FARMACIAS COMISARIATOS MEDICINAS S.A.	Y DE	CALLE: AV. PEDRO VICENTE MALDONADO S10- 194 CALVAS
194	LOPEZ GUAMAN EDWIN MAURICIO		CALLE: AV. MARISCAL SUCRE S30-115 MORAN VALVERDE
195	ARAUJO TOSCANO SANDRA CATERINE		CALLE: AV. MARISCAL SUCRE OE6-14 AV. DE LOS LIBERTADORES
196	FARMACIAS COMISARIATOS MEDICINAS S.A.	Y DE	CALLE: AV. MARIANA DE JESUS OE-8 NUÑO DE VALDERRAMO
197	CUEVA YAGUANA LUIS EDUARDO		CALLE: AV. MALDONADO S44-291 ENTRADA A LOS GIRASOLES

198	AVELLAN ZAMBRANO JAQUELINE ELIZABETH	CALLE: AV. MALDONADO E53-36 CALLE S50C
199	JATIVA ANDRADE ALICIA MARLENE	CALLE: AV. JORGE GARCES N63-102 JULIAN MEZTANZA
200	FARMACIAS Y COMISARIATOS DE MEDICINAS S.A.	CALLE: AV. GALO PLAZA LASO S/N MURIALDO
201	MARTINEZ HERNANDEZ MAIRA SUSANA	CALLE: AV. ELOY ALFARO N52-501 LOS PINOS
202	NATURAL VITALITY S.A.	CALLE: AV. ELOY ALFARO N52-280 PASAJE GUILLERMO MENSI
203	CASTRO PACA EDITH VIOLETA	CALLE: AV. DE LOS SHYRIS N41-15 ISLA FLOREANA
204	CALVACHE FLORES SILVANA PILAR	CALLE: AV. CLEMENTE YEROVI OE2-48 ANTONIO CARRANZA
205	NIETO VILLAVICENCIO YESSENIA VERONICA	CALLE: AV. CLEMENTE YEROVI OE1-31 REPUBLICA DOMINICANA
206	FARMACIAS Y COMISARIATOS DE MEDICINAS S.A.	CALLE: AV. AMAZONAS N61-114 AV.REPUBLICA
207	HIDALGO CAMPANA IVAN BLADIMIRO	CALLE: AV. 9 DE OCTUBRE N21-217 ROCA
208	VILLARREAL LILIA BERTILA	CALLE: AV NAPO E2-133 EL CORAZON
209	TOAPANTA GUERRERO FERNANDO WLADIMIR	CALLE: AV AMAZONAS N20-44 JORGE WASHINGTON
210	CHAVEZ ALMACHE JUAN GABRIEL	CALLE: 18 DE SEPTIEMBRE OE5-50 JOSE ARMERO
211	FARMACIAS Y COMISARIATOS MYLFARMA CIA.LTDA.	CALLE: 13 DE JUNIO S1-133 AV. EQUINOCCIAL
212	SILVA VISCARRA JANETH JAQUELINE	CALLE: 13 DE JUNIO N4-68 LA CURIA
213	AVILA SARMIENTO DANILO ALFREDO	CALLE N90A E2-207 Y CALLE E2F
214	CARANGUI SARMIENTO VERONICA PATRICIA	BARRIO: TOLA BAJA CALLE: CRESPO TORAL N2-89 RITA

Tabla de farmacias independientes 2018, (ARCSA)



INFORMACION DE LA DENSIDAD POBLACIONAL DE FARMACIAS INDIPENDIENTES EN LA ZONA NORTE DE QUITO

por medio de la presente la distribuidora **Asofarmadis Cia. Ltda.** con 7 años de experiencia en la comercialización de medicinas, insumos médicos y artículos de aseo da a conocer que atiende alrededor de 214 farmacias independientes en las que constan en nuestra base datos que se ubican en el sector norte de la ciudad de Quito, estas farmacias son las que se pueden atender sin necesidad de ser cadena o afiliadas a una distribuidora y que permiten la libre venta de medicinas, insumos médicos y artículos de aseo personal, cabe recalcar que cada día se ingresan más farmacias al panel y esto varía y aumenta conforme la demanda del mercado

Esta información esta emitida desde el mes de abril del año en curso para su uso y aplicación.

Atentamente

DASTRIFARM

ASOFARMADIS CIA. LTDA.
DPTO DE LOGITICA
DANIEL SARABIA

URKUND

Urkund Analysis Result

Analysed Document: TESIS- SANDRA VILLAMAGUA.pdf (D37149616)
Submitted: 4/2/2018 8:05:00 PM
Submitted By: sandravillamagua1992@hotmail.com
Significance: 5 %

Sources included in the report:

Quinatoa Myriam .Farmacias. Factibilidad ..pdf (D30355992)
Quinatoa Myriam .Farmacias.pdf (D30273977)
Orellana.Viviana.AdministraciónBoticasy Farmacias.pdf (D30323524)
JESSICA JUIÑA ADMINISTRACION DE BOTICAS Y FARMACIAS 16-16 URKUND.docx2.pdf
(D23367962)
Ronquillo Jessica-Administracion de Boticas y Farmacias16-17Urkund.pdf (D26652406)
<http://www.controlsanitario.gob.ec/turnos-de-farmacias/>

Instances where selected sources appear:

26





INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA
ADMINISTRACIÓN DE BOTICAS Y FARMACIAS

ORDEN DE EMPASTADO

Una vez verificados el cumplimiento de los formatos establecidos en el proceso de Titulación se **AUTORIZA** a realizar el empastado del trabajo de titulación del alumno(a) **VILLAMAGUA VILLAVICENCIO SANDRA MARIA** portador de la cédula de identidad N° **1104982861** previa validación por parte de los departamentos facultados.

Quito, 23 de abril del 2018



24 ABR 2018

Sra. Mariela Balseca
VISTO FINANCIERO

CAJA



CONSEJO DE CARRERA

de Boticas y Farmacias

Dra. Estela Montes

DELEGADA DE LA UNIDAD DE TITULACIÓN



Ing. William Parra

BIBLIOTECA

23 ABR 2018

COORDINACIÓN DE PRÁCTICAS

Ing. Samira Villalba

PRÁCTICAS PREPROFESIONALES



DIRECCIÓN DE CARRERA

Adm. Boticas y Farmacias

Dr. Jorge López

DIRECTOR DE CARRERA



Luis Hernández Benavidez

SECRETARIA GENERAL