



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO:

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA FARMACIA
EN EL BARRIO EL OLIVO, CIUDAD DE IBARRA.**

Previo a la obtención del Título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría CPA.

AUTORAS: Cisneros Portilla Karen Gabriela

Farinango Vinueza Gabriela Alexandra

DIRECTOR: Ing. Víctor Zea Zamora Mcs.

Ibarra, Agosto, 2013

RESUMEN EJECUTIVO

La farmacia será implementada en el barrio El Olivo, parroquia El Sagrario. Para la creación de la misma se debe cumplir varios requisitos entre los cuales están: registros de salud, patentes y demás trámites que exige la Ley.

Mediante un diagnóstico situacional realizado, se ha levantado una línea base, demostrando que en el sector antes mencionado no ha existido una farmacia adecuadamente aprovisionada de medicamentos, que solvete las necesidades de los habitantes del barrio. Por ello hemos visto una gran oportunidad de poder servir a la comunidad de este sector y emprender un negocio propio el cual será fuente de empleo para más personas y que al mismo tiempo genere ingresos.

El objetivo principal de la creación de una farmacia en este sector es proporcionar medicamentos con receta y de libre venta a nuestros clientes y también de productos de higiene, con precios accesibles para el público objetivo.

Dentro de nuestros valores corporativos se seleccionara un personal, capacitado, comprometido, y con conocimientos bio químicos que brinde un servicio de calidad en atención al cliente y venta de medicamentos; todo esto se reflejará en los ingresos del negocio, clientes satisfechos, reconocimiento y fidelidad hacia nuestro negocio.

Todo el plan de Marketing será manejado por la casa matriz, ya que son ellos quienes realizan a nivel nacional las propagadas e impresión de Flyers entre otras estrategias. La publicidad estará dirigida especialmente a nuestro público objetivo que comprenden entre las edades de 18 a 55 años de edad, segmentación que hemos tomado en cuenta por ser personas con capacidad de compra.

Mediante el estudio de mercado y económico se demostrará la factibilidad de la implementación de la farmacia en el sector El Olivo, teniendo como objetivo recuperar la inversión en un período de cuatro años y seis días.

SUMMARY

The pharmacy will be implemented in the neighborhood of El Olivo, El Sagrario parish. To create it you must meet several requirements, health records, patents and other paperwork required by law

Using a situational analysis conducted, has risen a baseline, showing that the sector has not been above a pharmacy drug properly provisioned, which overcomes the needs of local residents. So we saw a great opportunity to serve the community in this area and start their own business which will be a source of employment for more people and at the same time generate income.

The main objective of the creation of a pharmacy in this sector is to provide prescription drugs and free sale to our customers and also hygiene products with affordable prices for the target audience.

Within our corporate values staff was selected, trained, committed, and knowledgeable biochemists to provide quality service in customer care and sale of medicines, all of this will be reflected in business revenue, customer satisfaction, recognition and loyalty to our business.

The whole plan of Marketing will be handled by the parent, and it is they who made national and printing the Flyers propagated among other strategies. The advertising will be directed especially to our target audience comprising aged 18-55 years old, segmentation that we have considered to be people with purchasing power.

By studying economic market and demonstrate the feasibility of implementing the pharmacy at the El Olivo, aiming to recover the investment in a period of four years, six days.

AUTORÍA

Nosotras, Cisneros Portilla Karen Gabriela, portadora de la cédula de ciudadanía N° 100284723-2; y Farinango Vinueza Gabriela Alexandra, portadora de la cédula de ciudadanía N° 100368465-9; declaramos bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de nuestra autoría: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA FARMACIA EN EL BARRIO EL OLIVO, CIUDAD DE IBARRA”**, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y , se han respetado las diferentes fuentes y referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

Firman,



Cisneros Portilla Karen Gabriela

CI: 100284723-2



Farinango Vinueza Gabriela Alexandra

CI: 100368465-9

CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por las egresadas, Srta. Karen Gabriela Cisneros Portilla y Srta. Gabriela Alexandra Farinango Vinuesa, para optar por el Título de **Ingeniería en Contabilidad y Auditoría C.P.A.**, cuyo tema es: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA FARMACIA EN EL BARRIO EL OLIVO, CIUDAD DE IBARRA.” Considero que el presente trabajo reúne todos los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, al primer día del mes de Agosto del 2013.

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'Victor Zea Zamora', written in a cursive style.

Ing. Com. Víctor Zea Zamora Mcs.

DIRECTOR DEL TRABAJO DE GRADO



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO

A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, Cisneros Portilla Karen Gabriela, con cédula de identidad Nro.100284723-2 manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor (es) de la obra o trabajo de grado titulado: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA FARMACIA EN EL BARRIO EL OLIVO, CIUDAD DE IBARRA.”. Ha sido desarrollado para optar por el Título de Ingeniería en Contabilidad y Auditoría, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

(Firma)

Nombre: Cisneros Portilla Karen Gabriela

Cédula: 100284723-2

Ibarra, 20 del mes de enero 2014



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN

A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	DE	100284723-2	
APELLIDOS Y NOMBRES:	Y	Cisneros Portilla Karen Gabriela	
DIRECCIÓN:		La Victoria, Manzana 19, casa #2-27	
EMAIL:		krencisros@hotmail.com	
TELÉFONO FIJO:	062644-651	TELÉFONO MÓVIL:	0995160769

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA FARMACIA EN EL BARRIO EL OLIVO, CIUDAD DE IBARRA.”
AUTOR (ES):	Cisneros Portilla Karen Gabriela – Farinango Vinuesa Gabriela Alexandra
FECHA: AAAAMMDD	2013/08/01
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO

TITULO POR EL QUE OPTA:	Título de Ingeniería en Contabilidad y Auditoría
ASESOR /DIRECTOR:	Ing. Víctor Zea Zamora Mcs.

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Cisneros Portilla Karen Gabriela, con cédula de identidad Nro. 100284723-2 en calidad de autor (es) y titular (es) de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

3. CONSTANCIAS

El autor (es) manifiesta (n) que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, al 20 del mes de enero 2014

EL AUTOR:

ACEPTACIÓN:

(Firma).....
Nombre: Cisneros Portilla Karen Gabriela
C.C.: 100284723-2

(Firma)
Nombre: **Ing. Betty Chávez**
Cargo: **JEFE DE BIBLIOTECA**

Facultado por resolución de Consejo Universitario.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO

A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, Farinango Vinueza Gabriela Alexandra, con cédula de identidad Nro.100368465-9 manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor (es) de la obra o trabajo de grado titulado: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA FARMACIA EN EL BARRIO EL OLIVO, CIUDAD DE IBARRA.”. Ha sido desarrollado para optar por el Título de Ingeniería en Contabilidad y Auditoría, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

(Firma)
Nombre: Farinango Vinueza Gabriela Alexandra.
Cédula: 100368465-9

Ibarra, 20 del mes de enero 2014



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN

A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	DE	100368465-9	
APELLIDOS Y NOMBRES:	Y	Farinango Vinueza Gabriela Alexandra	
DIRECCIÓN:		Los Ceibos Río Chimbo y Patate #5-55	
EMAIL:		gabriela_fv@live.com	
TELÉFONO FIJO:	062958-463	TELÉFONO MÓVIL:	0998519080

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA FARMACIA EN EL BARRIO EL OLIVO, CIUDAD DE IBARRA.”
AUTOR (ES):	Cisneros Portilla Karen Gabriela – Farinango Vinueza Gabriela Alexandra
FECHA: AAAAMMDD	2013/08/01
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO

TITULO POR EL QUE OPTA:	Título de Ingeniería en Contabilidad y Auditoría
ASESOR /DIRECTOR:	Ing. Víctor Zea Zamora Mcs.

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Farinango Vinueza Gabriela Alexandra, con cédula de identidad Nro. 100368465-9 en calidad de autor (es) y titular (es) de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

3. CONSTANCIAS

El autor (es) manifiesta (n) que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, al 20 del mes de enero 2014.

EL AUTOR:

(Firma).....
Nombre: Farinango Vinueza
Gabriela Alexandra
C.C.: 100368465-9

ACEPTACIÓN:

(Firma)
Nombre: **Ing. Betty Chávez**
Cargo: **JEFE DE BIBLIOTECA**

Facultado por resolución de Consejo Universitario.

DEDICATORIA

El presente trabajo lleno de esfuerzo y dedicación lo dedicamos:

A un ser supremo que gracias a sus bendiciones nos ha permitido alcanzar y cumplir con este objetivo, que tanto hemos anhelado y trabajado por conseguirlo, DIOS.

A nuestros padres que han sido una base fundamental en nuestras vidas, han sabido guiarnos con su inmenso amor y comprensión en este camino que ha requerido de sacrificios, pero también de hermosas experiencias.

Y a todos nuestros amigos, quienes siempre estuvieron ahí prestos a colaborar y nos extendieron la mano cuando más necesitamos.

GRACIAS.

AGRADECIMIENTO

Deseamos expresar nuestros más sinceros agradecimientos

A Dios, por darnos cada día la fortaleza para enfrentar las adversidades durante estos cinco años de estudio universitario y enseñarnos que los únicos obstáculos son los que nosotras mismo nos ponemos. Sin tu voluntad ni una hoja del árbol se caerá.

A nuestros Padres, por su apoyo incondicional, confianza y valores, que han hecho que hoy culminemos con tal éxito esta meta.

A la Universidad Técnica del Norte, Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, por habernos acogido en sus aulas y recibido todos los conocimientos y experiencias de los Docentes de una manera profesional y ética.

A todas las personas que de alguna manera nos colaboraron para la culminación de este trabajo.

GABRIELA CISNEROS

GABRIELA FARINANGO

PRESENTACIÓN

El barrio El Olivo, ubicado al noreste de la ciudad de Ibarra, capital de la Provincia de Imbabura, es uno de los sectores de mayor tránsito de personas durante el día y la noche; por esta razón, consideramos pertinente que exista una Farmacia que provea del servicio adecuado a todas las personas que circulan por el barrio, pero también a los habitantes del sector que no tienen acceso desde hace muchos años atrás de un establecimiento de este tipo.

En la presente investigación se realizó un diagnóstico situacional del barrio El Olivo, cantón Ibarra, provincia de Imbabura; mediante este análisis pudimos tener un conocimiento real de las condiciones en las que se encuentran los habitantes del sector y todas las personas quienes conforman la Universidad Técnica del Norte, ya que ellos serán los principales beneficiarios de este proyecto. La información necesaria para realizar este estudio se la obtuvo a través de fuentes primarias como entrevistas y encuestas realizadas tanto a los habitantes del sector, como también a los estudiantes y personal administrativo de la Universidad Técnica del Norte. Se realizó un estudio técnico (ingeniería del proyecto), para establecer la ubicación de la farmacia, su tamaño, la distribución de las áreas, la tecnología y equipos requeridos así como también el talento humano que utilizará para la operatividad de la farmacia.

Como resultado del análisis de la investigación realizada, se obtuvo que la mayoría de los habitantes del sector y los integrantes de la Universidad Técnica del Norte prefieren que se implemente en el sector El Olivo una Farmacia que pertenezca a una Cadena Nacional Farmacéutica.

Se acogió la misión, visión, principios y valores corporativos con los que la farmacia operará con el propósito de alcanzar los objetivos propuestos, y que también a nivel nacional conserva, con el fin de mantener los correctos estándares de calidad en los productos y el servicio que se ofrece.

En el estudio económico financiero se realizó un análisis de la inversión necesaria para la ejecución de este proyecto, se ejecutaron las proyecciones de ingresos y egresos, los mismos que, harán posible la generación de los estados proyectados y flujos de efectivo a partir de los cuales se podrá realizar los correspondientes análisis financieros, para determinar la rentabilidad que genere el proyecto así como su viabilidad financiera.

Finalmente se establecieron, los posibles impactos que generará el proyecto, en los aspectos socio-económico, comerciales, empresariales y ambientales.

El presente trabajo finaliza con las correspondientes conclusiones y recomendaciones de la investigación realizada.

ÍNDICE

RESUMEN EJECUTIVO	ii
SUMMARY	iii
AUTORÍA	iv
CERTIFICACIÓN	v
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN	vii
DEDICATORIA	xii
AGRADECIMIENTO	xiii
PRESENTACIÓN	xiv
ÍNDICE	xvi
ÍNDICE DE CUADROS	xxxiii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xxxvii
CAPÍTULO I	39
1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.....	39
1.1. ANTECEDENTES.....	39

1.2. OBJETIVOS DIAGNÓSTICOS.....	41
1.2.1. OBJETIVO GENERAL.....	41
1.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	41
1.3. VARIABLES DIAGNÓSTICAS E INDICADORES.	41
1.3.1. ACTIVIDAD ECONÓMICA.	41
1.3.2. ASPECTOS SOCIO-ECONÓMICOS	41
1.3.3. ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA	42
1.3.4. ASPECTO AMBIENTAL	42
CUADRO No 1.1.....	43
1.3.5 MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA	43
1.3.6 TABULACIONES	44
1.4. ANÁLISIS DE VARIABLES DIAGNÓSTICAS	62
1.4.1. COMERCIALIZACIÓN	62
1.4.2. ASPECTO SOCIO- ECONÓMICO.....	62
1.4.3. ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA	64
1.4.4. ASPECTO AMBIENTAL	65
1.5. DETERMINACIÓN DE ALIADOS, Oponentes, OPORTUNIDADES Y RIESGOS	66

ALIADOS.....	67
OPONENTES	67
OPORTUNIDADES	67
1.6.1. CRUCES ESTRATÉGICOS.....	68
1.6.1.1. A-O (ALIADOS – OPORTUNIDADES.).....	68
1.6.1.2. A-R (ALIADOS Y RIESGOS)	68
1.6.1.3. O-O (OPONENTES - OPORTUNIDADES).....	69
1.6.1.4. O-R (OPONENTE – RIESGO).....	69
1.6.5. IDENTIFICACIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE INVERSIÓN	69
CAPÍTULO II.....	71
2. MARCO TEÓRICO	71
2.1. FARMACIA	71
2.1.1. ORIGEN DE LA FARMACIA.....	71
2.1.2. TIPO DE FARMACIA.....	72
2.1.2.1. FARMACIA CLÍNICA.....	72
2.1.3. ATENCIÓN FARMACÉUTICA.....	72
2.1.4. FUNCIÓN DE LA FARMACIA.....	72

2.2. FRANQUICIA	72
2.2.1. TIPOS DE FRANQUICIAS	73
2.2.1.1. LA FRANQUICIA DE PRODUCCIÓN.	73
2.2.1.2. LA FRANQUICIA DE DISTRIBUCIÓN	73
2.2.1.3. LA FRANQUICIA INDUSTRIAL	73
2.2.1.4. LA FRANQUICIA DE SERVICIO	74
2.2.2. TIPOS DE FRANQUICIADORES	74
2.2.2.1. EMERGENTES	74
2.2.2.2. MADUROS	74
2.2.2.3. EXPERTOS	74
2.2.3 CONTRATO DE FRANQUICIA	74
2.3. FARMACÉUTICO	75
2.3.1. TIPO DE FARMACÉUTICO	75
2.3.1.1. BIOQUÍMICO CLÍNICO	75
2.3.2. PERFIL PROFESIONAL DEL FARMACÉUTICO	75
2.4. MEDICAMENTOS	76
2.4.1. CARACTERÍSTICAS DE LOS MEDICAMENTOS.	76

2.4.2. CALIDAD DEL MEDICAMENTO.	76
2.4.3. CLASIFICACIÓN DE MEDICAMENTOS.....	77
2.5. SALUD	78
2.5.1. IMPORTANCIA DE SALUD	78
2.5.2. IMPACTOS DE LA SALUD	78
2.6. ESTUDIO DE MERCADO	79
2.6.1. MERCADO.....	79
2.6.1.1. ESTUDIO DE MERCADO	79
2.6.1.2. SEGMENTO DEL MERCADO	79
2.6.1.3. OFERTA.	80
2.6.1.4. DEMANDA.	80
2.6.1.5. DEMANDA INSATISFECHA	80
2.6.1.6. MERCADOTECNIA.....	81
2.6.1.7. PRECIO	81
2.6.1.7.1. IMPORTANCIA DE PRECIO.....	81
2.6.1.8. PRODUCTO	82
2.6.1.9. COMERCIALIZACIÓN.....	82

2.7. EMPRESA.....	82
2.7.1. IMPORTANCIA DE LA EMPRESA	83
2.7.2. CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS	83
2.7.3. POR SU NATURALEZA.....	84
2.7.4. SEGÚN EL SECTOR AL CUAL PERTENECEN.....	84
2.8. SERVICIO	85
2.8.1. IMPORTANCIA DEL SERVICIO.....	85
2.8.2. CALIDAD DEL SERVICIO	86
2.8.3. CLASIFICACIÓN DEL SERVICIO:	86
2.8.3.1. POR EL SECTOR DE LA ACTIVIDAD.....	86
2.8.3.2. POR SU FUNCIÓN	86
2.8.3.3. POR EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR	87
2.8.3.4. POR EL ÁMBITO MACROECONÓMICO	87
2.8.3.5. POR SU NATURALEZA.....	87
2.9. SERVICIO DE SALUD	88
2.9.1. CLASIFICACIÓN EL SERVICIO DE SALUD.	88
2.9.1.1. SEGÚN EL TIPO DE MERCADO.....	88

2.9.1.2. SEGÚN USO DE LA TECNOLOGÍA.....	88
2.9.1.3. SEGÚN EL RECURSO HUMANO INVOLUCRADO	89
2.9.1.4. SEGÚN SU ORGANIZACIÓN	89
2.9.1.5. SEGÚN SU OBJETIVO	89
2.9.1.6. SEGÚN LA DIVISIÓN TRADICIONAL DEL TRABAJO	89
2.10. INGENIERÍA DEL PROYECTO	90
2.10.1. LOCALIZACIÓN	90
2.10.1.1. MACRO LOCALIZACIÓN	91
2.10.1.2. MICROLOCALIZACIÓN	92
2.10.2. TAMAÑO DEL PROYECTO	92
2.10.3. FLUJO GRAMA DE PROCESOS	92
2.10.4. SÍMBOLOS UTILIZADOS PARA ELABORAR LOS ESQUEMAS DEL FLUJOGRAMA.	93
2.10.5. INVERSIONES.....	94
2.10.6. COSTO DE OPORTUNIDAD	94
2.10.7. ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO.....	94
2.10.8. VALOR ACTUAL NETO (VAN)	95
2.10.9. TASA INTERNA DE RETORNO	95

2.10.10. COSTO BENEFICIO	96
2.10.11. PERÍODO DE RECUPERACIÓN.....	96
2.10.12. PUNTO DE EQUILIBRIO	97
2.10.13. MISIÓN	97
2.10.14. VISIÓN.....	97
2.10.15. ORGANIGRAMA.....	98
2.11. NIVELES ADMINISTRATIVOS	98
2.11.1.1. NIVEL LEGISLATIVO	99
2.11.1.2. NIVEL DIRECTIVO.....	100
2.11.1.3. NIVEL ASESOR.....	100
2.11.1.4. NIVEL AUXILIAR	100
2.11.1.5. NIVEL OPERATIVO.....	101
2.12. MANUAL DE FUNCIONES	101
CAPÍTULO III	102
3. ESTUDIO DE MERCADO.....	102
3.1. ANTECEDENTES.....	102
3.2. OBJETIVO GENERAL	102

3.3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	102
3.4. VARIABLES	103
3.5. MECÁNICA OPERATIVA	103
3.5.1. POBLACIÓN Y UNIVERSO.....	103
3.6. DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA PROPUESTA	106
SIMBOLOGÍA.	107
3.6.1. ESTRATIFICACIÓN DE LA MUESTRA	107
3.7. INFORMACIÓN PRIMARIA.....	108
3.7.1. DISEÑO DE LA ENCUESTA.....	108
3.7.2. TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN	108
3.8. DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS Y PRODUCTOS	119
3.8.1. MEDICAMENTOS EN GENERAL.....	119
3.8.2. COSMÉTICOS	120
3.8.3. PRODUCTOS DE ASEO PERSONAL.	120
3.9. IDENTIFICACIÓN DEL CLIENTE	122
3.9.1. GUSTOS Y PREFERENCIAS	122
3.9.2. CAPACIDAD DE COMPRA	122

3.9.3. DESTINO DEL DINERO	123
3.9.4. FRECUENCIA DE COMPRA	123
3.10. DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA	124
3.10.1 EL MERCADO AL QUE VA DIRIGIDO EL SERVICIO Y PRODUCTO.....	124
3.11. DESCRIPCIÓN DE LA COMPETENCIA	124
3.11.1. ¿QUIÉNES SON?	124
3.11.2. PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE OFRECE LA COMPETENCIA	125
3.11.3. CÁLCULO DE LA DEMANDA	125
3.12. CÁLCULO DE LA OFERTA	127
3.13. CÁLCULO DE LA DEMANDA INSATISFECHA	127
3.14. CÁLCULO DE LA DEMANDA POTENCIAL	128
3.15. MARKETING PARA A NUEVA EMPRESA.....	128
3.15.1. ESTRATEGIAS DE PRECIO	128
3.15.2. ESTRATEGIA DE COMERCIALIZACIÓN.....	129
CAPÍTULO IV	130
4. ESTUDIO TÉCNICO DEL PROYECTO.....	130

4.1. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	130
4.1.1. MACROLOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.	130
4.1.1.1. PROVINCIA	131
4.1.1.2. CANTÓN	131
4.1.1.3. PARROQUIA.....	131
4.1.2. MICRO LOCALIZACIÓN.....	131
4.1.2.1. SECTOR	133
4.1.2.2. DIRECCIÓN	133
4.1.2.3. VÍAS DE ACCESO.....	133
4.2. FACTORES INTERVINIENTES.....	133
FACTORES FÍSICOS.....	133
FACTORES AMBIENTALES.....	134
FACTORES LEGALES.....	134
4.3. TAMAÑO O CAPACIDAD PRODUCTIVA DEL PROYECTO	134
4.3.1. FACTORES QUE AFECTAN EL TAMAÑO	134
4.3.1.1. DISPONIBILIDAD DE RECURSOS FINANCIEROS.....	135
4.3.1.2. LA TECNOLOGÍA A UTILIZAR.....	135

4.3.1.3. MATERIAS PRIMAS E INSUMOS	136
4.3.1.4. LA ORGANIZACIÓN	136
4.4. ANÁLISIS TÉCNICO O INGENIERÍA DEL PROYECTO	136
4.4.1. REQUERIMIENTO DE INFRAESTRUCTURA CIVIL	136
4.4.2. PROCESO DEL NEGOCIO Y DE LOS SERVICIOS	138
4.5. DIAGRAMA DE PROCESOS	139
4.5.1. DIAGRAMA DE PROCESOS	140
4.6. PRESUPUESTO TÉCNICO.....	141
4.6.1. INVERSIONES FIJAS	141
4.6.2. INVERSIÓN DIFERIDAS	143
4.6.3. ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO	144
4.7. DETERMINACIÓN DEL CAPITAL DE TRABAJO.....	145
CAPÍTULO V	146
5. ESTUDIO FINANCIERO.....	146
5.1. PRESUPUESTO DE INGRESOS	146
5.1.2. PROYECCIÓN DEL PRECIO	147
5.1.3. PROYECCIÓN DEL INGRESO POR VENTAS.....	147

5.2. PRESUPUESTO DE EGRESOS	147
5.2.1. GASTOS ADMINISTRATIVOS	147
5.2.2. GASTO DEPRECIACIÓN.....	148
5.2.3. AMORTIZACIÓN GASTOS DE CONSTITUCIÓN.....	149
5.3. ESTADOS FINANCIEROS PROFORMA.....	150
5.3.1. ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA.....	150
5.3.2. ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO	152
5.3.3. FLUJO DE CAJA.....	153
5.3.4. CÁLCULO DEL COSTO DE OPORTUNIDAD	154
5.3.4.1. COSTO DE OPORTUNIDAD DE LA INVERSIÓN.....	155
TASA DE RENDIMIENTO MEDIO	155
5.4. EVALUACIÓN FINANCIERA	156
5.4.1. CÁLCULO DEL VAN	156
5.4.2. CÁLCULO DEL TIR	157
5.4.3. COSTO/BENEFICIO	158
5.4.4. PERÍODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL	159
5.4.5. PUNTO DE EQUILIBRIO.....	160

5.5. EVALUACIÓN FINANCIERA	160
CAPÍTULO VI	162
6. ESTRUCTURA ORGÁNICA Y FUNCIONAL DE LA EMPRESA	162
6.1. TIPO DE EMPRESA	162
6.2. NOMBRE Y LOGOTIPO	162
6.3. ELEMENTOS ESTRATÉGICOS	163
6.3.1. MISIÓN	163
6.3.2. VISIÓN	163
6.4. OBJETIVOS	163
6.5. POLÍTICAS DE LA EMPRESA	164
6.6. VALORES CORPORATIVOS	164
6.6.1. LEALTAD	164
6.6.2. RESPONSABILIDAD	164
6.6.3. LIDERAZGO	165
6.6.4. TOMA DE DECISIÓN	165
6.6.5. EXCELENCIA EN EL SERVICIO	165
6.6.6. EFICIENCIA	165

6.7. ESTRUCTURA ORGÁNICA	165
6.7.1. ORGANIGRAMA.....	166
6.8. NIVELES ESTRUCTURALES.....	166
6.8.1. NIVEL ADMINISTRATIVO.....	166
6.8.2. NIVEL EJECUTIVO.....	167
6.8.3. NIVEL ASESOR.....	167
6.8.4. NIVEL AUXILIAR.....	167
6.8.5. NIVEL OPERATIVO.....	167
6.9. MANUAL DE FUNCIONES	168
6.9.1. NIVEL LEGISLATIVO	168
6.9.1.1. JUNTA GENERAL DE SOCIOS.....	168
6.9.2. NIVEL EJECUTIVO.....	170
6.5.2.1. GERENTE	170
FUNCIONES:.....	170
REQUISITOS DEL CARGO:	171
6.9.4. NIVEL AUXILIAR.....	172
6.9.4.1. CONTADORA.....	172

FUNCIONES:.....	172
DESTREZAS.....	173
6.9.5. NIVEL OPERATIVO.....	174
6.9.5.1. FARMACÉUTICO.....	174
FUNCIONES:.....	174
6.9.5.2. VENDEDOR.....	175
FUNCIONES:.....	175
6.10. ASPECTO LEGAL PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA	176
6.10.1. ASPECTO LEGAL	176
6.10.2. PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO	178
CAPÍTULO VII.....	182
7. ANÁLISIS DE IMPACTOS.....	182
7.1. ANÁLISIS DE POSIBLES IMPACTOS	182
7.1.1. IMPACTO SOCIO-ECONÓMICO	183
7.1.2. IMPACTO COMERCIAL.....	184
7.1.3. IMPACTO EMPRESARIAL.....	184
7.1.4. IMPACTO AMBIENTAL.....	185

7.1.5. IMPACTO GLOBAL DEL PROYECTO	186
7.2. MITIGACIÓN DE IMPACTOS	186
7.2.1. PRESENTACIÓN	188
7.2.1.2. OBJETIVO.....	188
7.2.1.3. PROGRAMAS DE MANEJO	188
CONCLUSIONES	189
RECOMENDACIONES	191
BIBLIOGRAFÍA	192
LINCOGRAFÍA	194

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO No 1.1 1.3.5 MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA	43
CUADRO No. 1.2 NEGOCIOS EN EL BARRIO	44
CUADRO No. 1.3 TIPOS DE NEGOCIOS MÁS IMPORTANTES	46
CUADRO No. 1.4 SERVICIO DE INTERNET	48
CUADRO No. 1.5 FORMACIÓN ACADÉMICA	49
CUADRO No. 1.6 INGRESOS MENSUALES	51
CUADRO No. 1.7 MEDICINA DEMANDADA	52
CUADRO No. 1.8 SERVICIOS BÁSICOS	54
CUADRO No. 1.9 TIENDAS PROVEEN DE MEDICAMENTOS	56
CUADRO No. 1.10 LUGARES DE COMPRA DE MEDICAMENTOS	58
CUADRO No. 1.11 DIRECTIVA DEL SECTOR EL OLIVO	60
CUADRO No. 1.12 CLASIFICACIÓN DE DESECHOS	61
CUADRO No. 1.13 1.6 MATRIZ AOR	67
CUADRO No 3.1 ESTUDIANTES UTN	103
CUADRO No. 3.2 DOCENTES Y EMPLEADOS UTN	104
CUADRO No. 3.3 TOTAL HABITANTES DEL SECTOR EL OLIVO	104
CUADRO No. 3.5 TOTAL HABITANTES CON CAPACIDAD DE COMPRA DEL SECTOR EL OLIVO	106
CUADRO No. 3.6 MUESTRA DE LA POBLACIÓN	107

CUADRO No. 3.7 ACCESIBILIDAD A UNA FARMACIA.....	109
CUADRO No. 3.8 NIVEL DE SATISFACCIÓN	110
CUADRO No. 3.9 NECESIDAD DE UNA FARMACIA EN EL SECTOR.....	112
CUADRO No. 3.10 UBICACIÓN DE LA FARMACIA	113
CUADRO No. 3.11 TIPOS DE FRANQUICIA	114
CUADRO No. 3.12 RAZONES DE ACEPTACIÓN	116
CUADRO No. 3.13 CONSUMO MENSUAL.....	117
CUADRO No. 3.14 TASA DE CRECIMIENTO ESTUDIANTES Y FUNCIONARIOS PÚBLICOS.....	125
CUADRO No. 3.15 PROYECCIÓN ESTUDIANTES Y SERVIDORES PÚBLICOS UTN	126
CUADRO No. 3.16 PROYECCIÓN HABITANTES DEL SECTOR EL OLIVO	126
CUADRO No. 3.16 PROYECCIÓN HABITANTES DEL SECTOR EL OLIVO	127
CUADRO No. 3.18 DEMANDA INSATISFECHA EN EL SECTOR EL OLIVO	127
CUADRO No. 3.19 DEMANDA POTENCIAL	128
CUADRO N° 4.1 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA	138
CUADRO N° 4.2 ACTIVOS FIJOS	141
CUADRO N° 4.3 MATERIALES GENERALES.....	142
CUADRO N° 4.4 EQUIPOS DE SEGURIDAD	142

CUADRO N° 4.5 EQUIPAMIENTO FARMACIA	143
CUADRO No 4.6 GASTOS DE CONSTITUCIÓN	143
CUADRO No. 4.7 INVERSIONES VARIABLES	144
CUADRO No 4.8 RESUMEN DE INVERSIONES REQUERIDAS.....	144
CUADRO No 4.9 ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO	145
CUADRO N° 4.10 CAPITAL DE TRABAJO	145
CUADRO N° 5.1 PROYECCIÓN DE INGRESOS POR VENTAS	146
CUADRO N° 5.2 GASTOS SERVICIOS BÁSICOS.....	148
CUADRO N° 5.3 RESUMEN GASTOS ADMINISTRATIVOS	148
CUADRO N° 5.4 DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS	149
CUADRO N° 5.5. AMORTIZACIÓN GASTOS DE CONSTITUCIÓN.....	150
FARMACIAS ECONÓMICAS CUADRO 0.6 CUADRO N° 5.6 ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL.....	151
CUADRO N° 5.7. FARMACIAS ECONÓMICAS ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS.....	152
CUADRO N° 5.8. FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO	153
CUADRO N° 5.9. COSTO DE LA INVERSIÓN	155
CUADRO No 5.10. COSTO BENEFICIO.....	158
CUADRO No. 5.11 PERÍODO DE RECUPERACIÓN	159
CUADRO 5.12. INDICADORES DE EVALUACIÓN FINANCIERA.....	161
CUADRO N° 6.1. NÓMINA DE SOCIOS	179

CUADRO No 7.1 IMPACTOS.....	182
CUADRO No 7.2 MATRIZ DE IMPACTO SOCIO-ECONÓMICO	183
CUADRO No 7.3 MATRIZ DE IMPACTO COMERCIAL.....	184
CUADRO No 7.4 MATRIZ DE IMPACTO EMPRESARIAL.....	184
CUADRO No 7.5 MATRIZ DE IMPACTO AMBIENTAL.....	185
CUADRO No 7.6 MATRIZ DE IMPACTO GLOBAL.....	186

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO No. 1.1 NEGOCIOS EN EL BARRIO	44
GRÁFICO No. 1.2 TIPOS DE NEGOCIOS MÁS IMPORTANTES	46
GRÁFICO No. 1.3 SERVICIO DE INTERNET	48
GRÁFICO No. 1.4 FORMACIÓN ACADÉMICA	49
GRÁFICO No. 1.5 INGRESOS MENSUALES	51
GRÁFICO No. 1.6 MEDICINA DEMANDADA	52
GRÁFICO No. 1.7 SERVICIOS BÁSICOS	54
GRÁFICO No. 1.8 TIENDAS PROVEEN DE MEDICAMENTOS	56
GRÁFICO No. 1.9 LUGARES DE COMPRA DE MEDICAMENTOS	58
GRÁFICO No. 1.10 DIRECTIVA DEL SECTOR EL OLIVO	60
GRÁFICO No. 1.11 CLASIFICACIÓN DE DESECHOS	61
GRÁFCO NO 2.11.1. PIRÁMIDE DE NIVELES ADMINISTRATIVOS	99
GRÁFICO No. 3.1 PREDIOS DE IBARRA	105
GRÁFICO No. 3.2 ACCESIBILIDAD A UNA FARMACIA	109
GRÁFICO No. 3.3 NIVEL DE SATISFACCIÓN	110
GRÁFICO No. 3.4 NECESIDAD DE UNA FARMACIA EN EL SECTOR	112
IGRÁFICO No. 3.5 UBICACIÓN DE LA FARMACIA	113
GRÁFICO No. 3.6 TIPOS DE FRANQUICIA	114
GRÁFICO No. 3.7 RAZONES DE ACEPTACIÓN	116

GRÁFICO No. 3.8 CONSUMO MENSUAL.....	117
GRÁFICO No. 4.1 MAPA DE LA PROVINCIA DE IMBABURA	130
GRÁFICO No 4.2 CROQUIS DE UBICACIÓN	132
GRÁFICO No. 4.3 PLANOS FARMACIA	137
GRÁFICO No. 4.4 COMPRA DE MEDICAMENTOS A PROVEEDORES.....	139
GRÁFICO No. 4.5 VENTA DE MEDICAMENTOS.....	140
GRAFICO No. 6.1 ESTRUCTURA FUNCIONAL	166

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.

1.1. ANTECEDENTES.

El barrio El Olivo se halla ubicado en la parte noreste de la ciudad de Ibarra, es un sector que tiene muchos años de existencia, lamentablemente fue olvidado por las autoridades locales y seccionales de aquel tiempo, ya que se hallaba alejada del centro de la ciudad y carecía de muchos beneficios que tenían otros barrios de Ibarra.

Desde hace pocos años dicho sector, tomó gran notoriedad, exactamente desde el año de 1.992 y gracias al funcionamiento de la Universidad Técnica del Norte, sus avances han sido significativos en el cuidado de los caminos y calles del barrio El Olivo; existe la dotación de los servicios básicos, el incremento de líneas de buses y taxis, las autoridades seccionales se interesan por realizar obras que favorezcan al ornato y mejoramiento de la comunidad.

También se debe destacar, que los moradores del barrio pese a los limitados recursos económicos, se preocuparon por invertir en la apertura de tiendas, bares, salones de comida, papelerías, construcción de casas para rentar habitaciones a los estudiantes, cabinas telefónicas y de internet, entre otros. Es decir, el sector cambió radicalmente su panorama, el desarrollo es significativo, los 2.046 habitantes de este barrio se sienten complacidos por la transformación del sector, en el aspecto, social, económico, político, ante todo en lo educativo. Sin embargo, sus acciones no hicieron en forma planificada y su labor se concretó en su mayoría al interés personal; no se imaginaron en el crecimiento acelerado del mismo, por ello no midieron las consecuencias futuras, como la inseguridad, la contaminación del medio ambiente, consumo de alcohol, las peleas callejeras en forma continua, el peligro vehicular, entre otros.

Ventajosamente las autoridades de la UTN, fueron las primeras preocupadas de los problemas suscitados y en forma organizada gestionaron antes los funcionarios correspondientes para erradicar el expendio y consumo del alcohol cerca de los establecimientos adyacentes a la casona universitaria, la presencia de la Policía Nacional para velar la integridad de los estudiantes. Aún persiste el problema de la contaminación ambiental y del ruido vehicular. Otra de las ventajas que vale destacar es que las propiedades, terrenos, casas del sector, ha elevado su plusvalía; es decir, los predios que están ubicados junto a la universidad tienen un valor preferencial para beneficio de sus propietarios.

En consecuencia, la Universidad Técnica del Norte ha sido y continúa siendo un pilar fundamental en el progreso del mencionado barrio, sus autoridades están preocupadas constantemente por acrecentar cada día el prestigio institucional, por ello hoy, es uno de los centros educativos más respetables y prestigiosos del Ecuador, con visión internacional.

No obstante, a pesar de todo lo descrito anteriormente tanto del barrio, cuanto de la casona universitaria, el populoso barrio El Olivo no cuenta lamentablemente con la franquicia para el funcionamiento de una farmacia, que preste su contingente a 7.305 estudiantes matriculados, catedráticos, personal administrativo y de servicio, funcionarios y autoridades de la Universidad. Es urgente y necesaria la apertura de una farmacia que brinde el servicio indispensable para los niños, jóvenes y adultos del sector, durante las horas del día y noche mediante los turnos previamente establecidos por el Ministerio de Salud.

Con la implementación de la farmacia se le dotaría de un servicio de enorme relevancia a la comunidad, por ello es importante realizar los estudios de factibilidad; es decir, efectuar el respectivo proceso para obtener la apertura, conocer la cantidad de personas que requieren de una farmacia, obtener los requisitos para la implementación, conocer las normas de higiene, el manejo de los productos químicos y medicamentos a expendirse, el local y ubicación apropiado, la logística y muebles a utilizar, entre otros aspectos.

1.2. OBJETIVOS DIAGNÓSTICOS.

1.2.1. OBJETIVO GENERAL.

Realizar el diagnóstico situacional externo, de la zona de influencia del proyecto.

1.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

- Analizar el entorno empresarial del sector El Olivo.
- Determinar las condiciones socio económicas de los habitantes.
- Identificar las formas de organización existentes en el sector.
- Analizar el tratamiento de residuos infecto contagiosos y comunes, desechados en el sector.

1.3. VARIABLES DIAGNÓSTICAS E INDICADORES.

Para comprender de mejor manera se ha identificado las principales variables y sus indicadores que a continuación serán analizados.

1.3.1. ACTIVIDAD ECONÓMICA.

- Tipos de negocios.
- Actividades que realizan los habitantes.
- Tecnología que utilizan en los negocios.

1.3.2. ASPECTOS SOCIO-ECONÓMICOS

- Antecedentes históricos.
- Aspectos demográficos.
- Ingresos económicos por familia.
- Servicios básicos

1.3.3. ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA

- Formas de organización comunitaria.
- Medios de comunicación.

1.3.4. ASPECTO AMBIENTAL

- Manejo de desechos.
- Contaminación.

CUADRO No 1.1

1.3.5 MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICA	PÚBLICO META
Analizar el entorno empresarial del sector El Olivo.	Actividades Económicas	<input type="checkbox"/> Tipos de negocios. <input type="checkbox"/> Actividades que realizan los habitantes. <input type="checkbox"/> Tecnología que utilizan en los negocios.	Encuestas	Dueños de negocios Habitantes
Determinar las condiciones socio económicas de los habitantes del sector El Olivo.	Desarrollo Socio Económico	<input type="checkbox"/> Antecedentes históricos. <input type="checkbox"/> Aspectos demográficos. <input type="checkbox"/> Ingresos económicos por familia. <input type="checkbox"/> Servicios básicos	Encuestas	Habitantes y estudiantes del sector.
Identificar las formas de organización existentes en el sector.	Estructura Organizacional	<input type="checkbox"/> Formas de organización comunitaria. <input type="checkbox"/> Medios de comunicación.	Entrevistas	Autoridades
Analizar el tratamiento de residuos infecto contagiosos y comunes desechados en el sector	Impacto Ambiental	<input type="checkbox"/> Manejo de desechos <input type="checkbox"/> Contaminación	Encuestas Observación Directa	Habitantes Dueños de Negocios

FUENTE: Investigación Propia
ELABORACIÓN: Las Autoras

1.3.6 TABULACIONES

1. ¿Cuál es la mayor cantidad de negocios que existen en el barrio El Olivo?

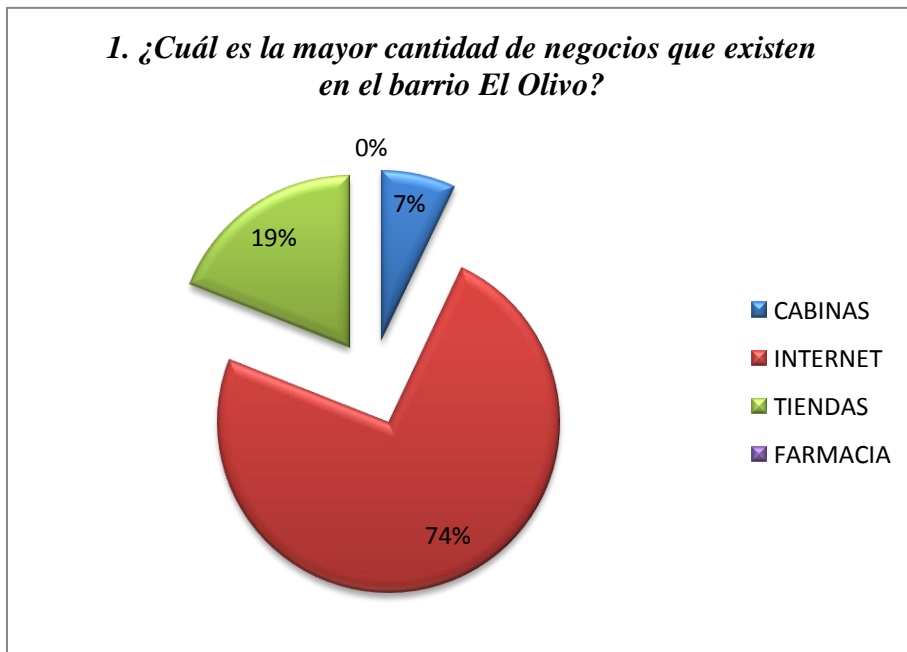
CUADRO 0.1 CUADRO No. 1.2 NEGOCIOS EN EL BARRIO

DESCRIPCIÓN	VARIABLE	FRECUENCIA
CABINAS	28	7%
INTERNET	272	74%
TIENDAS	70	19%
FARMACIA	-	0%
TOTAL	370	100%

FUENTE: Investigación Propia
ELABORACIÓN: Las Autoras

GRÁFICO No. 1.1

NEGOCIOS EN EL BARRIO



FUENTE: Investigación Propia
ELABORACIÓN: Las Autoras

ANÁLISIS: El 74% de las personas encuestadas evidencian que en el Sector el Olivo existe gran cantidad de negocios dedicados al servicio de internet, mientras que el 19% considera que otro de los negocios más comunes son las tiendas. Ninguna de las personas encuestadas tiene la percepción de que existe una farmacia en el sector, mostrando una clara oportunidad de inversión

2. Ordene dentro de las siguientes opciones qué tipo de negocio considera más importante para implementar en el barrio, de modo que asigne 1 al negocio de mayor importancia hasta el 4 de menor importancia.

CUADRO No. 1.3

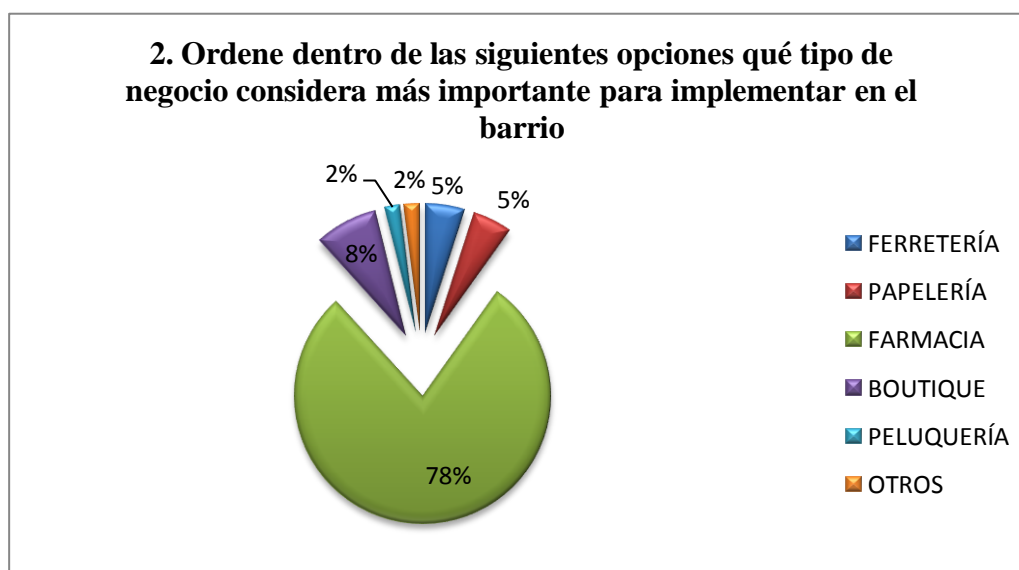
TIPOS DE NEGOCIOS MÁS IMPORTANTES

DESCRIPCIÓN	VARIABLE	FRECUENCIA
FERRETERÍA	19	5%
PAPELERÍA	19	5%
FARMACIA	287	78%
BOUTIQUE	29	8%
PELUQUERÍA	7	2%
OTROS	7	2%
TOTAL	370	100%

FUENTE: Investigación Propia
ELABORACIÓN: Las Autoras

GRÁFICO No. 1.2

TIPOS DE NEGOCIOS MÁS IMPORTANTES



FUENTE: Investigación Propia
ELABORACIÓN: Las Autoras

ANÁLISIS: El 78% de los encuestados consideran que la Farmacia es una prioridad a implementar en el sector El Olivo, mientras que el resto de los negocios propuestos no tienen gran interés en los habitantes del sector; tomando en cuenta que las tiendas surten de varios artículos que suplen las necesidades de los moradores, pero no ofrecen productos ni los servicios que ofrece una Farmacia.

3. ¿Dispone del servicio de internet en su domicilio o negocio?

CUADRO No. 1.4

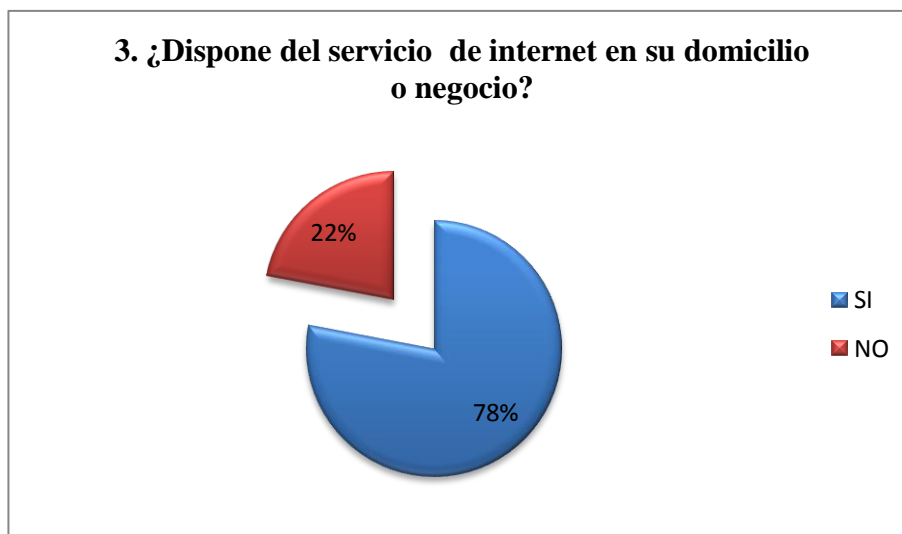
SERVICIO DE INTERNET

DESCRIPCIÓN	VARIABLE	FRECUENCIA
SI	288	78%
NO	82	22%
TOTAL	370	100%

FUENTE: Investigación Propia
ELABORACIÓN: Las Autoras

GRÁFICO No. 1.3

SERVICIO DE INTERNET



FUENTE: Investigación Propia
ELABORACIÓN: Las Autoras

ANÁLISIS: el 78% de los encuestados afirman que disponen del servicio de internet ya sea en su domicilio o negocio, mientras que el 22% declara no tener el servicio. Esto demuestra que el sector se encuentra en crecimiento y que la mayoría de los moradores tienen la intención de estar informados y en mejorar su calidad de vida.

4. ¿Qué nivel de formación académica tiene usted?

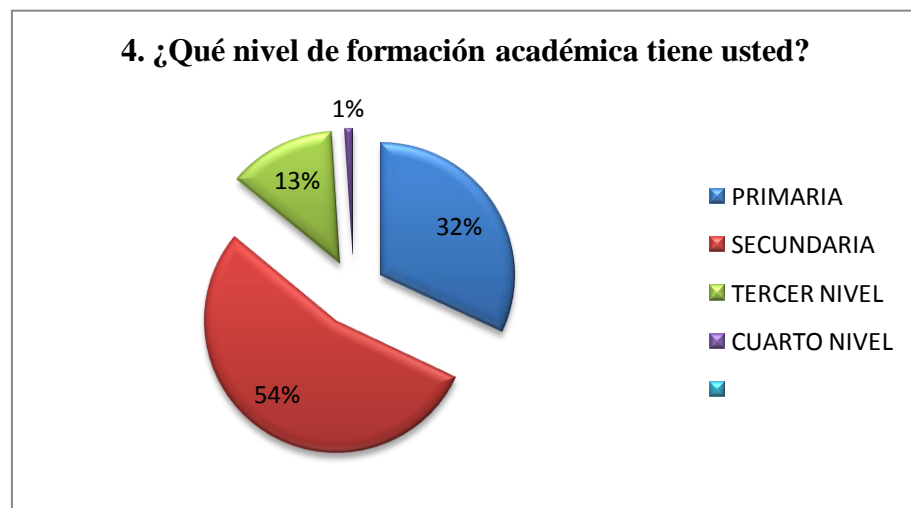
CUADRO No. 1.5
FORMACIÓN ACADÉMICA

DESCRIPCIÓN	VARIABLE	FRECUENCIA
PRIMARIA	118	32%
SECUNDARIA	200	54%
TERCER NIVEL	48	13%
CUARTO NIVEL	4	1%
TOTAL	370	100%

FUENTE: Investigación Propia
ELABORACIÓN: Las Autoras

GRÁFICO No. 1.4

FORMACIÓN ACADÉMICA



FUENTE: Investigación Propia
ELABORACIÓN: Las Autoras

ANÁLISIS: El 54% de las personas encuestadas tienen un nivel secundario de educación, el 32% de la población encuestada tiene formación primaria y tan sólo el 13% tienen un tercer nivel en su formación académica,

demostrando que la mayoría de la población debido a que en tiempos pasados no había la necesidad del estudio no accedió a estudios superiores, pero últimamente los moradores envían a sus hijos a los centros educativos y esto genera que la calidad de vida aumente así como las necesidades.

5. ¿El sueldo que percibe usted mensualmente oscila entre?

CUADRO No. 1.6

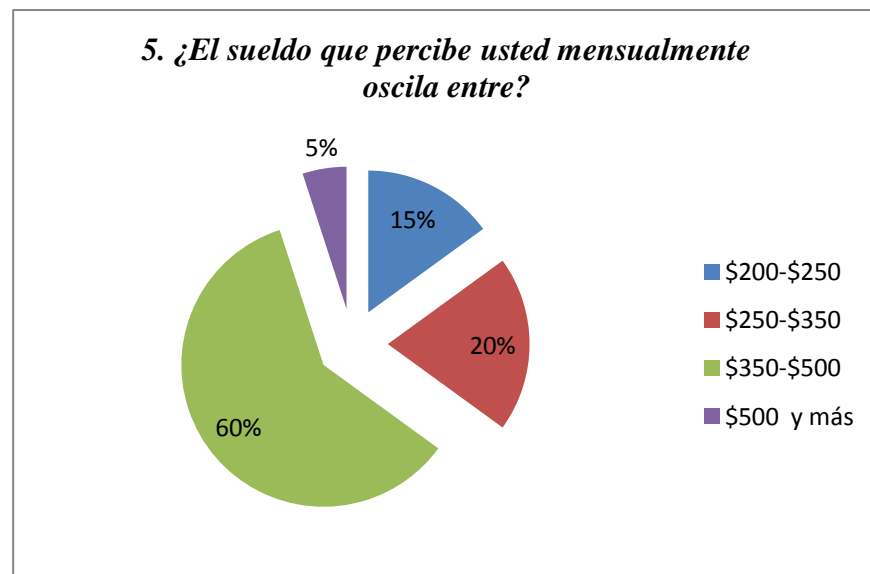
INGRESOS MENSUALES

DESCRIPCIÓN	VARIABLE	FRECUENCIA
\$200-\$250	55	15%
\$250-\$350	74	20%
\$350-\$500	222	60%
\$500 y más	19	5%
TOTAL	370	100%

FUENTE: Investigación Propia
ELABORACIÓN: Las Autoras

GRÁFICO No. 1.5

INGRESOS MENSUALES



FUENTE: Investigación Propia
ELABORACIÓN: Las Autoras

ANÁLISIS: El 60% de la población percibe un salario entre los \$350 y \$500, mientras que el 20% tiene un ingreso menor promedio de \$250 y

\$350; el resto de los encuestados perciben ingresos superiores a los anteriormente indicados, los ingresos posiblemente son el reflejo del nivel de estudio y de la calidad de vida que pueden tener los moradores del sector.

6. ¿Qué tipo de medicina utiliza más?

CUADRO No. 1.7

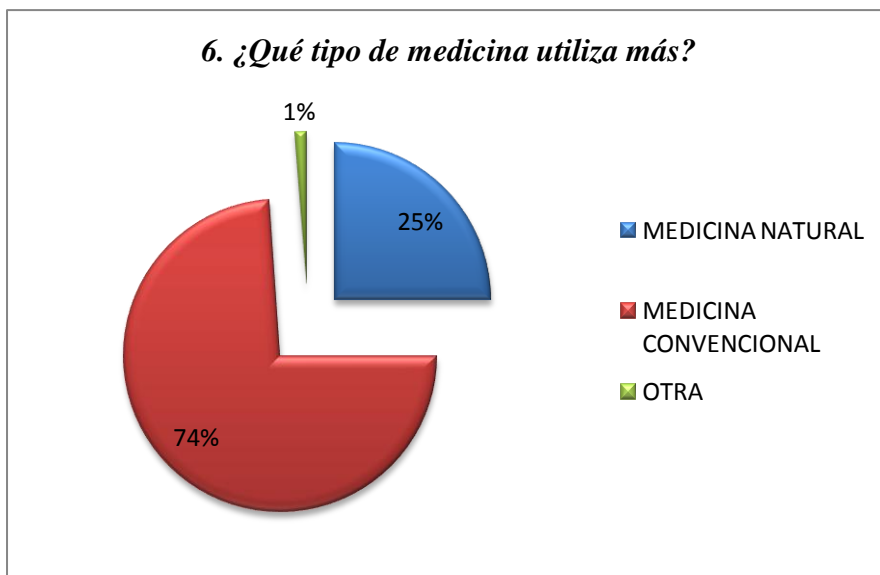
MEDICINA DEMANDADA

DESCRIPCIÓN	VARIABLE	FRECUENCIA
MEDICINA NATURAL	92	25%
MEDICINA CONVENCIONAL	273	74%
OTRA	5	1%
TOTAL	370	100%

FUENTE: Investigación Propia
ELABORACIÓN: Las Autoras

GRÁFICO No. 1.6

MEDICINA DEMANDADA



FUENTE: Investigación Propia
ELABORACIÓN: Las Autoras

ANÁLISIS: El 74% de los encuestados indica que utiliza la medicina convencional para realizar el tratamiento ya sea preventivo o curativo de una enfermedad, mientras que el 25% prefiere la medicina natural y en un mínimo porcentaje refiere que prefiere otro tipo de medicina. Esto evidencia que la mayoría de los habitantes compran medicamentos y productos de higiene para prevenir enfermedades o realizarse los tratamientos de las mismas.

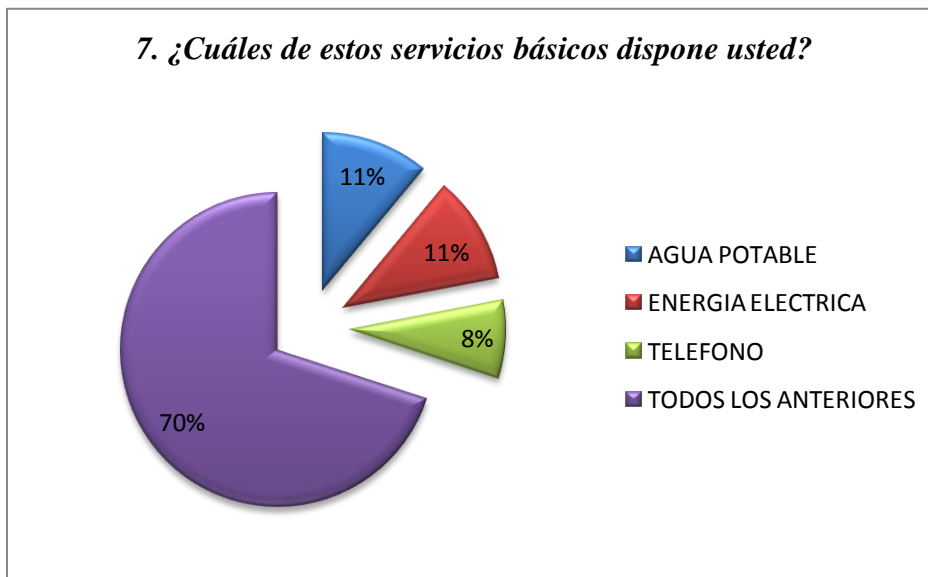
7. ¿Cuáles de estos servicios básicos dispone usted?

CUADRO No. 1.8
SERVICIOS BÁSICOS

DESCRIPCIÓN	VARIABLE	FRECUENCIA
AGUA POTABLE	40	11%
ENERGÍA ELÉCTRICA	40	11%
TELÉFONO	30	8%
TODOS LOS ANTERIORES	260	70%
TOTAL	370	100%

FUENTE: Investigación Propia
ELABORACIÓN: Las Autoras

GRÁFICO No. 1.7
SERVICIOS BÁSICOS



FUENTE: Investigación Propia
ELABORACIÓN: Las Autoras

ANÁLISIS: El 70% de los encuestados refiere que tienen acceso a la mayoría de los servicios básicos, mientras que en mínimo porcentaje supieron manifestar que poseen sólo alguno de ellos. Esto es un claro indicio que el sector está desarrollándose, va aumentando su plusvalía y los moradores del sector ya tienen otro tipo de necesidades que al momento no son completamente cubiertas.

8. ¿Las tiendas del sector proveen de medicamentos?

CUADRO No. 1.9

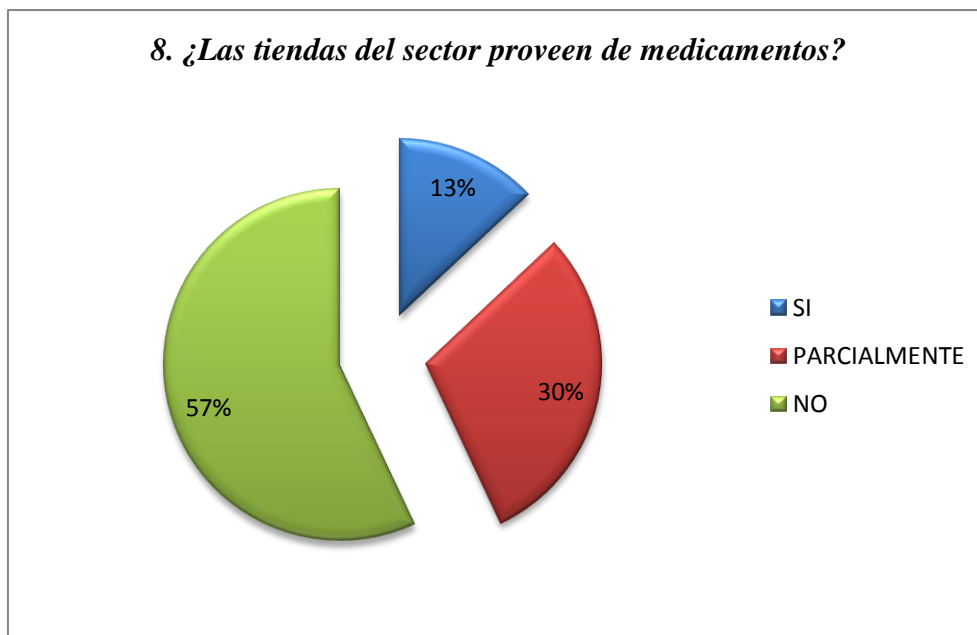
TIENDAS PROVEEN DE MEDICAMENTOS

DESCRIPCIÓN	VARIABLE	FRECUENCIA
SI	50	13%
PARCIALMENTE	110	30%
NO	210	57%
TOTAL	370	100%

FUENTE: Investigación Propia
ELABORACIÓN: Las Autoras

GRÁFICO No. 1.8

TIENDAS PROVEEN DE MEDICAMENTOS



FUENTE: Investigación Propia
ELABORACIÓN: Las Autoras

ANÁLISIS: El 57% de las personas encuestadas manifiesta que las tiendas no proveen de medicamentos, el 30% menciona que en forma parcial si lo hacen y en un mínimo del 13% las tiendas no proveen de medicamentos. Este es un factor a tomar en cuenta debido a que con la nueva Ley del Ministerio de Salud Pública, ya no es posible expender medicamentos establecimientos no autorizados.

9. ¿A dónde acude a comprar alguna medicina o artículo de higiene cuando la necesita?

CUADRO No. 1.10

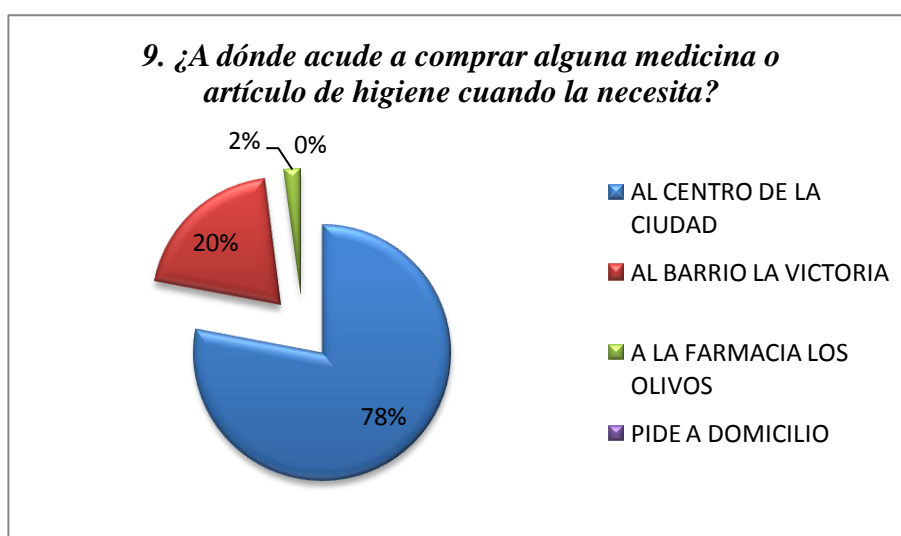
LUGARES DE COMPRA DE MEDICAMENTOS

DESCRIPCIÓN	VARIABLE	FRECUENCIA
AL CENTRO DE LA CIUDAD	287	78%
AL BARRIO LA VICTORIA	75	20%
A LA FARMACIA LOS OLIVOS	8	2%
PIDE A DOMICILIO	-	0%
TOTAL	370	100%

FUENTE: Investigación Propia
ELABORACIÓN: Las Autoras

GRÁFICO No. 1.9

LUGARES DE COMPRA DE MEDICAMENTOS



FUENTE: Investigación Propia
ELABORACIÓN: Las Autoras

ANÁLISIS: el 78% de la población encuestada menciona que acude al centro de la ciudad para poder adquirir algún medicamento o un artículo de higiene, el 20% acude al barrio La Victoria por encontrarse relativamente cerca mientras que en un mínimo porcentaje acude a la farmacia ubicada en la gasolinera Los Olivos. Estos resultados demuestran que la gente no conoce de la farmacia que existe en la gasolinera del sector y que prefiere ir al centro para proveerse de algún medicamento.

10. ¿Tiene conocimiento de la actual Directiva del Sector el Olivo?

CUADRO No. 1.11

DIRECTIVA DEL SECTOR EL OLIVO

DESCRIPCIÓN	VARIABLE	FRECUENCIA
SI	204	55%
NO	166	45%
TOTAL	370	100%

FUENTE: Investigación Propia
ELABORACIÓN: Las Autoras

GRÁFICO No. 1.10

DIRECTIVA DEL SECTOR EL OLIVO



FUENTE: Investigación Propia
ELABORACIÓN: Las Autoras

ANÁLISIS: El 55% de los encuestados refieren que si conocen a la actual directiva del sector el Olivo, mientras que el 45% desconoce, demostrando que no hay una buena comunicación con los moradores y sus dirigentes pero que si existe una estructura organizacional.

11. ¿Realiza la clasificación de los desechos en su domicilio o negocio?

CUADRO No. 1.12

CLASIFICACIÓN DE DESECHOS

DESCRIPCIÓN	VARIABLE	FRECUENCIA
SI	15	4%
NO	355	96%
TOTAL	370	100%

FUENTE: Investigación Propia
ELABORACIÓN: Las Autoras

GRÁFICO No. 1.11

CLASIFICACIÓN DE DESECHOS



FUENTE: Investigación Propia
ELABORACIÓN: Las Autoras

ANÁLISIS: El 96% de las personas encuestadas refiere que no hace clasificación de desechos en su domicilio o negocio, mientras que el 4% si lo hace. Es una clara evidencia de la poca cultura ambientalista que se tiene en la ciudad de Ibarra, y a pesar de ser necesario hacer este proceso no se realiza debido a varios factores como la desinformación o la carencia de los recursos.

1.4. ANÁLISIS DE VARIABLES DIAGNÓSTICAS

1.4.1. COMERCIALIZACIÓN

En el barrio El Olivo se encuentran varios tipos de negocios que en su mayoría son familiares y dedicados únicamente al expendio de comida, servicio de internet y cabinas telefónicas. A pesar de que en la gasolinera Los Olivos existe una farmacia, esta no es conocida por los habitantes del sector y carece de los medicamentos necesarios para dar un buen servicio.

Tomando en cuenta estos aspectos es evidente que el sector necesita de una farmacia que brinde adecuadamente el servicio, evitando así que los habitantes tengan que trasladarse hasta el centro de la ciudad para acceder a la compra de medicamentos, productos y servicios que presta una farmacia.

Los negocios existentes son administrados y controlados económicamente de forma manual y basados únicamente en el conocimiento racional y la experiencia de sus propietarios, en muchos casos no utilizan ningún sistema contable. Las cabinas telefónicas y los sitios de internet son los únicos que cuentan con sistemas de control al momento del cobro.

1.4.2. ASPECTO SOCIO- ECONÓMICO

El barrio El Olivo está habitado por aproximadamente por 2.046 habitantes, en donde por cada familia existen 3,8 personas, según cifras del INEC; de los cuales únicamente 1.060 personas están en capacidad de compra, es decir, 2 personas por cada familia, estos representan el 12% de la muestra seleccionada.

Los estudiantes de la Universidad Técnica del Norte son 7.305 los mismos que representan el 82% de la población total, cabe mencionar que la población se le considera como constante debido a que habitan en el sector,

mientras que los estudiantes son variables, debido a que no viven en el barrio, aunque pasan ciertas horas en el mismo por motivos de estudio.

La población que hemos tomado en cuenta tiene un nivel adquisitivo acorde para la compra de medicamentos de primera necesidad así como artículos de higiene.

Para la población constante tener una farmacia en el sector significaría menor costo al adquirir los medicamentos o artículos que ofrece, tomando en cuenta que no se incrementarían los rubros de pasajes para trasladarse hasta el centro de la ciudad.

Las dos poblaciones a las que hemos denominado variables y constantes se verían beneficiadas al momento de sufrir una molestia física, evitando el traslado hasta el centro de la ciudad y contrarrestando el malestar de forma eficiente.

La población constante tiene un nivel de ingresos medio, porque la mayoría de la misma trabaja en el centro de la ciudad en puestos públicos o privados de la localidad, en su mayoría tienen estudios secundarios, pocos habitantes tienen un título de tercer nivel, pero aun así laboran y tienen un ingreso fijo.

Es distinta la situación en el caso de la población variable debido a que son en su mayoría estudiantes no cuentan todos con un ingreso mensual, pero si tienen la posibilidad de realizar diferentes compras, teniendo un promedio de \$5 por persona en el caso de los estudiantes; si tomamos en cuenta que la salud es primordial en su mayoría al momento de las encuestas los estudiantes manifestaron que si comprarían en la farmacia si fuera necesario. Los docentes y personal administrativo es un caso distinto porque ellos si cuentan con un nivel de ingresos medio-alto y tienen disponibilidad de compra.

Toda la población que ha sido tomada en cuenta es en su mayoría católica y en mínimos porcentajes de otras religiones, en estos casos coinciden que la medicina tanto natural como occidental es necesaria para considerar la salud, y están de acuerdo en que el barrio necesita de una farmacia que ayude en la prevención y curación de enfermedades a través de los medicamentos.

El sector en los últimos años ha crecido tanto en infraestructura como su población, todo esto gracias a que la Universidad Técnica del Norte ha dado realce a este barrio que se encontraba olvidado por las autoridades de la ciudad, actualmente cuenta con todos los servicios básicos, las vías de acceso al barrio son buenas, hay varias líneas de buses que transitan por el sector que contribuyen al progreso del mismo.

1.4.3. ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA

En lo relacionado a la organización político-administrativa, el sector El Olivo se encuentra dividido así:

- Sector El Olivo alto.
- Sector El Olivo bajo.
- Sector El Mirador del Olivo.

El Sector cuenta con una directiva estructurada de la siguiente manera:

- Presidente del barrio.
- Vicepresidente del barrio.
- Tesorero.

El barrio El Olivo cuenta con la máxima autoridad que es el Presidente del barrio y con su respectiva directiva se encargan de coordinar acciones para el desarrollo del sector, cabe mencionar que no cuenta con una Unidad

Policial Comunitaria, lo cual indica que carece de vigilancia y control del orden.

Cuenta con dos principales vías de acceso, la primera la panamericana norte, que se encuentra en óptimas condiciones y la Avenida 17 de Julio en la que se realizan constantes mantenimientos.

1.4.4. ASPECTO AMBIENTAL

El manejo de desechos en el sector El Olivo, no se lo realiza de manera eficiente, la población no clasifica los residuos, ni se concientiza sobre la importancia del mismo.

Los medicamentos forman parte del grupo de residuos tóxicos y aumentan su peligro si estos se encuentran caducados, es por ello que se requiere de un tratamiento especial de desecho, para evitar la afectación al medio ambiente, la contaminación del agua potable, la contaminación atmosférica y contribuir en el tratamiento de aguas residuales.

Es así que en el caso de comprimidos, estos deben ser desechados del empaque primario, disueltos en suficiente cantidad de agua con clorito para poder despacharlos por los desagües y no sean peligrosos ni contaminantes para las personas y el medio ambiente; los inyectables deben desecharse en los recipientes para materiales punzocortantes; los jarabes y gotas, los recipientes pueden reciclarse una vez que hayan sido lavados. Su contenido debe ser vaciado y diluido con suficiente agua previamente a su eliminación por el inodoro; las cremas, los ungüentos y los gel, pueden ser dispuestos como desechos comunes, siempre y cuando los preparados sean separados de sus empaques primarios previamente; los supositorios, óvulos y tabletas vaginales también pueden ser colocados con los desechos comunes, en bolsas de basura, una vez que han sido retirados sus empaques primarios y derretidos; mientras que los antibióticos, hormonas, cortico esteroides,

fármacos cito tóxicos y factores de coagulación que deben ser desechados en bolsas rojas especiales.

1.5. DETERMINACIÓN DE ALIADOS, Oponentes, Oportunidades y Riesgos

Conocer cuáles serán los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos del estudio será un instrumento de ajuste importante que brinda la ayuda al desarrollo de los cuatro tipos de estrategias relacionadas a observar los factores internos y externos claves del entorno.

Después de haber analizado todas las partes concernientes al diagnóstico se ha logrado determinar cuáles podrían ser los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que el proyecto tendría, de los cuales también se ha podido conocer si la realización es o no factible.

CUADRO No. 1.13

1.6 MATRIZ AOR

ALIADOS	OPONENTES
<ul style="list-style-type: none">• Variado stock de mercadería.• Alto nivel de aceptación en el mercado.• Precios accesibles• Talento humano capacitado• Representación de Cadenas farmacéuticas reconocidas.	<ul style="list-style-type: none">• No contar con una infraestructura propia• Falta de experiencia en el medio• Competencia, existencia de una farmacia en la gasolinera Los Olivos.
OPORTUNIDADES	RIESGOS
<ul style="list-style-type: none">• Limitado stock de productos por parte de la competencia.• Publicidad boca a boca por ser marca reconocida• Existencia de una demanda insatisfecha de los habitantes del barrio y estudiantes de la Universidad.• Financiamiento de las entidades bancarias.• Estudio de factibilidad para la creación de la empresa.	<ul style="list-style-type: none">• Incremento de la competencia local• Incremento de la delincuencia• Bajas ventas en los períodos de vacaciones de los estudiantes de la Universidad Técnica del Norte.• Implementación de Leyes que restrinjan en exceso el desempeño de la farmacia.

FUENTE: Investigación Propia
ELABORACIÓN: Las Autoras

1.6.1. CRUCES ESTRATÉGICOS

1.6.1.1. A-O (ALIADOS – OPORTUNIDADES.)

- El poseer un amplio stock de mercadería es vital para el éxito de nuestro negocio por lo que debemos aprovechar que la competencia no cuenta con este aliado que es característica de nuestra marca.
- Al contar con el nombre de una franquicia tan reconocida, la publicidad no será un problema, ya que esta marca se encuentra posicionada en la mente de los consumidores
- La representación de una cadena farmacéutica nos proporciona la seriedad en el personal que trabaja con nosotros, ya que los trabajadores antes de ser contratados deben cumplir con varios requisitos exigidos por la franquicia.
- El sector del Olivo carece de una farmacia adecuada que brinde los servicios a los habitantes y estudiantes, generando así una gran demanda y brindándonos una oportunidad para implementar el negocio.

1.6.1.2. A-R (ALIADOS Y RIESGOS)

- Nuestro variado stock de mercadería debe ser una de nuestras mayores ventajas ante la amenaza de la competencia en el sector ya que hasta el momento nuestros competidores no cuentan con una variedad de productos.
- Al pertenecer a una cadena farmacéutica, se nos asesorarán con los respectivos planes de contingencia para minimizar el riesgo de robo.
- Con 33 años de experiencia y cobertura en todo el país, Farmaenlace ha sobrellevado los drásticos cambios políticos en el Ecuador, por lo que no sería de preocupación este aspecto

1.6.1.3. O-O (OPONENTES - OPORTUNIDADES)

- La carencia de un local propio no nos da la seguridad en cuanto a pertenencia por lo que en un futuro se recurriría a un financiamiento para la adquisición de un local adecuado.
- Contar con un estudio de factibilidad nos asegurará la vida útil de la farmacia y no solamente la rentabilidad de la misma.
- La actual farmacia ubicada en la gasolinera Los Olivos, no satisface las necesidades de todos los habitantes del sector, percibiendo así, la oportunidad de inversión.

1.6.1.4. O-R (OPONENTE – RIESGO)

- Al ser nuevos en el sector debemos enfocarnos en una estrategia de fidelización de los clientes, para así poder minimizar los impactos de que tendría un incremento en la competencia.
- El hecho de contar o no, con una infraestructura propia no es garantía para no ser víctimas de la delincuencia, es por ello que se minimiza el riesgo con la compra de pólizas de seguro para la mercadería y los bienes, según como lo indica las políticas de la franquicia.
- Debido a las disposiciones legales existentes, la farmacia debe cumplir con las normas y protocolos que dicta el Ministerio de Salud, con el fin de no tener problemas que representen el cierre temporal o definitivo del negocio, situación que sería controlada mediante los manuales de procedimientos y demás guías entregadas por la empresa franquiciante.

1.6.5. IDENTIFICACIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE INVERSIÓN

Del análisis del diagnóstico situacional aplicada a la presente investigación, se determina que el problema de mayor incidencia por el cual atraviesan los habitantes

del sector es la falta de creación de empresas que oferten fuentes de trabajo que les permita mejorar las condiciones de vida de los ciudadanos.

Si no se resuelve este problema a mediano plazo puede provocar la excesiva migración de los pobladores al centro de la ciudad, generando que el barrio no pueda progresar; se propone por ello crear una farmacia que satisfaga las necesidades básicas de salubridad, y contribuya con el desarrollo económico y social del barrio.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. FARMACIA

(Joseph, 2003): “La farmacia es el arte y la ciencia de preparar y expender medicamentos y de suministrar al público la información relacionada con los fármacos”

La farmacia es un establecimiento que se dedica a la comercialización de medicamentos y brinda apoyo en la interpretación de las recetas y de los fármacos.

2.1.1. ORIGEN DE LA FARMACIA.

La farmacia es tan antigua como la humanidad, el hombre desde su origen trataba de dar solución a los problemas que le aquejaba y por ello empezó a buscar respuestas en los “Shamanes o brujos, la magia o la alquimia” con el fin de reducir el dolor de sus enfermedades. Los Shamanes eran los que tenían las pociones mágicas, como se las consideraba en aquella época, pero que no era más que la mezcla de plantas con propiedades curativas.

Debido a que siempre el ser humano ha buscado la comodidad y de ahí que cada vez fue investigando y supliendo sus necesidades de salud mediante las experiencias en la utilización de animales y plantas. La farmacia empieza a tomar importancia y con el tiempo se ha modernizado hasta hoy tener grandes laboratorios farmacéuticos que dirigen sus actividades a investigar medicina para las actuales enfermedades.

2.1.2. TIPO DE FARMACIA

2.1.2.1. FARMACIA CLÍNICA.

Proveer información más científica a cerca de los medicamentos a los profesionales de la salud.

2.1.3. ATENCIÓN FARMACÉUTICA.

Se dedica a proveer información y se encarga el médico y el farmacéutico del tratamiento del paciente.

2.1.4. FUNCIÓN DE LA FARMACIA.

Las farmacias tienen como principal función distribuir:

- Medicamentos simples o compuestos
- Fórmulas magistrales y medicinales
- Especialidades farmacéuticas
- Dietética
- Dermofarmacia
- Herboristería
- Ortopedia
- Óptica

2.2. FRANQUICIA

(Santillan, 2013) “En términos sencillos podemos decir que la franquicia es la duplicación de un negocio exitoso.

La franquicia representa hoy en día el sistema de expansión empresarial más empleado y desarrollado en las economías modernas.”

La franquicia es una oportunidad de negocio, permite aprovechar a los inversionistas nuevos de la experiencia, distinción, y posicionamiento del mercado, que ha alcanzado la casa matriz.

Minimiza el riesgo de fracasar en un negocio nuevo, ya que todas las franquicias se manejan bajo manuales de operación y guías dadas por el franquiciante con el fin de expandir aún más la marca.

2.2.1. TIPOS DE FRANQUICIAS

2.2.1.1. LA FRANQUICIA DE PRODUCCIÓN.

El franquiciador es el encargado de fabricar los productos que la franquicia tiene como cadena, y es garante y representante de la imagen de la marca. Los productos deben cumplir las normas de calidad pertinentes, y que están bajo el control de la franquicia.

2.2.1.2. LA FRANQUICIA DE DISTRIBUCIÓN

El franquiciador es el encargado de distribuir los productos que la franquicia produce, bajo sus estrictas normas de calidad y control.

2.2.1.3. LA FRANQUICIA INDUSTRIAL

La franquicia traspasa al franquiciador el “saber hacer”, para que sea el encargado de fabricar sus productos, obviamente toda la cadena de producción y comercialización ya depende del franquiciador.

2.2.1.4. LA FRANQUICIA DE SERVICIO

La franquicia entrega a sus franquiciadores el “saber hacer”, para que puedan prestar el servicio, tomando en cuenta los estándares de calidad y la imagen corporativa.

2.2.2. TIPOS DE FRANQUICIADORES

2.2.2.1. EMERGENTES

Los franquiciadores emergentes, son empresas que son nuevas en el ámbito de las franquicias, no tienen claro el mercado y están a disposición de cualquier oferta que se les presente.

2.2.2.2. MADUROS

Los franquiciadores maduros ya tienen cierta experiencia y planean con detenimiento las propuestas para formar parte de las franquicias.

2.2.2.3. EXPERTOS

Los franquiciadores expertos ya tienen varios años en el mundo de las franquicias y saben reconocer de mejor manera las oportunidades, han llegado a un punto máximo de expansión.

2.2.3 CONTRATO DE FRANQUICIA

(Hidalgo, 2007) “El contrato de franquicia es un contrato de origen norteamericano, franchising, que puede ser definido aquel contrato por el cual una empresa, a cambio de una canon, concede a otras empresas

derecho de utilizar su razón social y su marca para la venta de productos o servicios.”

Es un contrato en donde una empresa cede los derechos de usar su nombre y el know – how a otra empresa que está interesada en proveer de los mismos productos o servicios.

2.3. FARMACÉUTICO

(System, 2010) ”El Farmacéutico es el especialista en la preparación y dispensación de medicamentos”.

El Farmacéutico es la persona capacitada para comercializar y preparar los medicamentos necesarios de una Farmacia.

2.3.1. TIPO DE FARMACÉUTICO

2.3.1.1. BIOQUÍMICO CLÍNICO

Es el profesional que se especializa en el campo de la medicina.

2.3.2. PERFIL PROFESIONAL DEL FARMACÉUTICO

El Farmacéutico debe tener dominio de los conocimientos de:

- Bioquímica.
- Microbiología.
- Biología celular y molecular.
- Capacidad para desempeñarse en laboratorio clínico.
- Manejo de técnicas.

- Manipulación de muestras.
- Realización de pruebas.
- Interpretación de resultados.
- Manipulación, fabricación y control de efectos de los medicamentos.
- Conocimiento sobre métodos de investigación científica.

2.4. MEDICAMENTOS

(Mendoza, 2008, pág. 5) “El medicamento son todas las formas farmacéuticas que contienen una o varias sustancias activas que se administran con fines profilácticos, terapéutico o de diagnóstico”

Un medicamento es considerado como un objeto, el mismo que está compuesto por varias sustancias químicas, que han sido estudiadas y analizadas que las mismas tengan un beneficio terapéutico en el ser humano.

2.4.1. CARACTERÍSTICAS DE LOS MEDICAMENTOS.

- No ser peligrosos en la cantidad que se administra
- No interferir en los controles de calidad

2.4.2. CALIDAD DEL MEDICAMENTO.

Para que un medicamento sea considerado de calidad debe cumplir con los siguientes requisitos:

- ***Pruebas de identidad:***

Sirve para demostrar que se trata de la sustancia adecuada para el medicamento.

- ***Pruebas de pureza:***

Se realiza esta prueba para comprobar si el medicamento no contiene altos niveles de sustancias contaminantes.

- ***Pruebas de contenido:***

Mediante esta prueba se logra comprobar que el medicamento no contiene altos niveles de toxicidad.

2.4.3. CLASIFICACIÓN DE MEDICAMENTOS

Los medicamentos según su forma de venta se clasifican en:

- **Originales.**

Son medicamentos que han sido descubiertos y son expedidos por el mismo laboratorio.

- **Segundas marcas**

Son los mismos medicamentos que los originales pero que son expandidos por otra empresa previa la autorización del descubridor.

- **Genéricos**

Son medicamentos sin registro de una marca, pero que tienen la misma validez que los anteriores y como característica especial es que en el mercado son más económicos.

2.5. SALUD

(Acevedo Gabriel y Otros, 2007, pág. 17) “La salud es el grado en que una persona o grupo es capaz de realizar sus aspiraciones y de satisfacer sus necesidades y enfrentarse adecuadamente al ambiente”.

La salud es un estado físico y mental que consiste en tener un alto grado de satisfacción de las necesidades de un individuo frente al ambiente en el que se desarrolla.

2.5.1. IMPORTANCIA DE SALUD

La salud es importante porque genera un equilibrio físico y mental en los individuos, y el ser humano siempre está en busca de aquel equilibrio; en caso de sufrir alguna enfermedad busca los medios necesarios para calamar la dolencia o prevenirla.

2.5.2. IMPACTOS DE LA SALUD

(Jácome, 2005, pág. 171) “Los impactos son posibles consecuencias que puedan presentarse cuando se establezca el proyecto, por lo tanto es importante analizar su efecto cualificado y cuantificado, porque permite establecer las posibles bondades o los posibles defectos que tiene el proyecto”.

Los impactos son las posibles consecuencias que pueden surgir antes, durante o después de iniciadas las operaciones de la empresa; son representados de forma cualitativa y cuantitativa.

2.6. ESTUDIO DE MERCADO

2.6.1. MERCADO

(Urbina, Formulación y Evaluación de Proyectos Informáticos, 2006, pág. 2) “Se entiende por mercado el área en que concluyan las fuerzas de la oferta y demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios determinados”.

El mercado es un espacio en el cual se unen tanto la oferta y la demanda, teniendo como finalidad realizar intercambios de bienes, servicios a un determinado precio.

2.6.1.1. ESTUDIO DE MERCADO

(Baca, 2010, pág. 7) “Con este nombre se denomina la primera parte de la determinación y cuantificación de la demanda y oferta, el análisis de precios y la comercialización”.

El estudio de mercado es el capítulo destinado a determinar la demanda, oferta, precios y comercialización de los productos o servicios que la empresa ofrece.

2.6.1.2. SEGMENTO DEL MERCADO

(Fred, 2003, pág. 278) “Es la subdivisión de un mercado en grupos menores y diferentes de clientes según sus necesidades y hábitos de compras”

Un segmento del mercado, es una subdivisión de la población total que ha sido objeto de estudio; las subdivisiones se realizan con el fin de agrupar de mejor manera ya sea por sus características o preferencias en común.

2.6.1.3. OFERTA.

(Arboleda, 2001, pág. 52) “Oferta es la cantidad de bienes o servicio que un cierto número de oferentes están dispuestos a poner a disposición del mercado a un precio determinado”

La oferta es la cantidad de productos o servicios que los oferentes de un mercado deciden poner a disposición de los demandantes a un precio expreso.

2.6.1.4. DEMANDA.

(Urbina, Evaluación de Proyectos, 2010) “Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado”.

La demanda es lo contrario de la oferta, es decir es lo que las personas necesitan para satisfacer sus necesidades pagando por ello a los oferentes

2.6.1.5. DEMANDA INSATISFECHA

(Hernández G. , 2006, pág. 108) “La demanda insatisfecha es aquella caracterizada porque lo producido u ofrecido no cubre los requerimientos del mercado”

La demanda insatisfecha es cuando a pesar de que existe una oferta de productos y servicios, la misma no alcanza a satisfacer las necesidades de la población.

2.6.1.6. MERCADOTECNIA

(Kotler, 1998, pág. 4) “Es una técnica moderna de mercadeo, armoniza los intereses de la empresa con los intereses de la sociedad de consumo, busca la satisfacción de las necesidades, deseos o preferencias del cliente actual. Posibilita el desarrollo de nuevos productos o servicios y permite que la comercialización sea más eficiente”.

Es una técnica actual que las empresas ponen en práctica para poder conocer las preferencias de sus clientes, ayuda a realizar una publicidad acorde al mercado demandante.

2.6.1.7. PRECIO

(Fernández, 2007, pág. 73) “el precio puede ser definido como la cantidad de dinero que un consumidor está dispuesto a pagar por un producto determinado”.

El precio es la expresión monetaria que el consumidor está dispuesto a pagar por un bien o servicio, y que los productores están dispuestos a aceptar.

2.6.1.7.1. IMPORTANCIA DE PRECIO

El precio es importante porque nos permite tener un prestigio y nos garantizará una ventaja competitiva. El precio debe estar acorde al segmento de mercado que se ha seleccionado.

2.6.1.8. PRODUCTO

(Arboleda, 2001, pág. 52) “En términos simples producto es el resultado natural la combinación o proceso productivo de “bienes y servicios” que ofrece la empresa al mercado meta”.

El producto es el resultado de un proceso productivo técnico o simple que la empresa ofrece al mercado con el fin de satisfacer las necesidades y recibir a cambio de ello un rédito económico.

2.6.1.9. COMERCIALIZACIÓN

(Urbina, Evaluación de Proyectos, 2010) “es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar.”

La comercialización son actividades encaminadas a proveer los productos de las empresas hacia los demandantes

2.7. EMPRESA.

(Bravo, 2009, pág. 12) “La empresa se define como una entidad integrada por el capital y el trabajo, como factores de la producción y dedicada a actividades industriales, mercantiles, o de prestación de servicios; pueden ser públicas, privadas, multinacionales, sociedades anónimas, etc.”

La empresa es una entidad pública o privada que ha sido creada con el fin de desarrollar actividades de producción, comercialización o prestación de servicios; los mismos que satisfagan las necesidades de la población.

2.7.1. IMPORTANCIA DE LA EMPRESA

La empresa es importante por aspectos tales como:

- ***Económico.***

Es importante este aspecto porque genera ingresos a las personas que laboran en ella y promueve la creación de nuevos productos en el mercado.

- ***Social.***

El trabajo es una fuente de dignidad y progreso con lo cual las personas pueden mejorar su estilo de vida. Comprometiéndose en lograr metas y objetivos planteados por las empresas. Es importante reconocer el valor social que le da a la comunidad en general, este valor también puede evidenciarse en los procesos productivos o comerciales, mediante el cuidado del ambiente y así obtener un desarrollo sustentable.

- ***Político.***

Es importante en el plano político porque las empresas están sujetas a los cambios que genera la política en un Estado, de igual manera las empresas con sus actividades y la generación de recursos económicos contribuyen a que el país cumpla con las necesidades esenciales en el desarrollo económico de la nación.

2.7.2. CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS

Para poder estudiar de mejor manera a la empresa es conveniente clasificarlas en grupos según sus características.

2.7.3. POR SU NATURALEZA.

Son aquellas que se dedican a la fabricación de productos naturales mediante la transformación de materias primas.

- ***Extractivas.***

Son las que se dedican a la extracción de materias básicas que se encuentran en la tierra también llamados recursos naturales.

- ***Manufactureras.***

Son las que se dedican a adquirir materia prima para mediante procesos propios de la empresa convertirlos en bienes o productos.

- ***Comerciales.***

Se dedican a la compra y venta de productos, convirtiéndose en mediadoras entre productores y consumidores.

- ***Servicios.***

Se dedican a la generación y venta de producto intangible destinado a satisfacer necesidades complementarias de seguridad, protección, desarrollo, tecnificación, mantenimiento, entre otras.

2.7.4. SEGÚN EL SECTOR AL CUAL PERTENECEN

- ***Públicas***

Son todas las empresas pertenecientes al sector público o controladas por el Estado, que se dedican a realizar las actividades industriales, comerciales o financieras, con la finalidad de dar un producto o servicio a la comunidad de dicho país y son vigiladas por organismos superiores de control.

- ***Privadas***

Son las empresas cuyas actividades pertenecen a personas particulares o privadas administrativas y controladas por las mismas.

- ***Mixtas***

Son las entidades formadas con el aporte de capital perteneciente al estado u organismos del sector público, y participan colectivamente con el capital privado, siendo además corresponsables en la gestión social de la misma.

2.8. SERVICIO

(Bon Jan y Otros, 2008, pág. 21) “Es un medio para entregar valor a los clientes, facilitando los resultados que los clientes quieren conseguir sin asumir costes o riesgos específicos.”

El servicio es un medio para satisfacer las necesidades de una o varias personas, evitando que las mismas incurran en costos directos en la realización del mismo y es subjetivo e intangible.

2.8.1. IMPORTANCIA DEL SERVICIO.

El servicio es importante en el diario vivir de los seres humanos para satisfacer sus carencias o necesidades. Ningún ser humano podría vivir carente de un servicio

cualquiera fuera este y a pesar de ser intangible las empresas deben precisar hacerlo bien.

2.8.2. CALIDAD DEL SERVICIO

La calidad del servicio en muchos casos se lo puede tomar como real y en otras como una simple percepción tanto del cliente como del empresario. Hay que tomar en cuenta que la calidad no se trata sólo cumplir con las normas y especificaciones impuestas por una Ley o Reglamento; es cumplir con las exigencias, parámetros y especificaciones precisas del cliente el cumplimiento de los estándares existentes de calidad.

2.8.3. CLASIFICACIÓN DEL SERVICIO:

2.8.3.1. POR EL SECTOR DE LA ACTIVIDAD

Esta clasificación se refiere al destino del servicio y a la prestación del mismo.

- Servicios de distribución.
- Servicios de producción.
- Servicios sociales.
- Servicios personales.

2.8.3.2. POR SU FUNCIÓN

Se refiere a la finalidad con la que atienden estos servicios.

- Servicios de gestión y dirección empresarial.
- Servicios de producción.
- Servicios de información y comunicación.

- Servicios de investigación.
- Servicios de personal.
- Servicios de ventas.
- Servicios operativos.

2.8.3.3. POR EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

Habla del comportamiento que tiene el consumidor frente al servicio a prestarse.

- Servicios de conveniencia
- Servicios de compra
- Servicios de especialidad
- Servicios especiales
- Servicios no buscados

2.8.3.4. POR EL ÁMBITO MACROECONÓMICO

Se encarga de adaptar a los servicios existentes en la sociedad según las políticas y criterios económicos.

2.8.3.5. POR SU NATURALEZA

Esta clasificación hace referencia a la esencia de la actividad.

- Servicios financieros
- Servicios profesionales
- Servicios de hostelería, viajes y turismo.
- Servicios relacionados con el deporte, el arte y la diversión.
- Servicios proporcionados por los poderes públicos o semipúblicos y organizaciones sin ánimo de lucro.

- Servicios de distribución, alquiler y leasing.
- Servicios de educación e investigación
- Servicios de telecomunicaciones
- Servicios personales y de reparaciones y mantenimiento.
- Servicios de salud

2.9. SERVICIO DE SALUD

(Gómez, 2006, pág. 140) “El servicio de salud es un conjunto de actuaciones que tienen como meta la consecución de unos objetivos de salud concretos con antelación, en una determinada población y con la realización de una evaluación en un tiempo concreto.”

El servicio de salud son acciones llevadas a cabo en un tiempo concreto y anticipado que tienen como finalidad atender a la población en cuestión de salud y su recuperación.

2.9.1. CLASIFICACIÓN EL SERVICIO DE SALUD.

Los servicios de salud se dividen de la siguiente manera:

2.9.1.1. SEGÚN EL TIPO DE MERCADO

- Mercado Monopólico
- Mercado Oligopólico
- Mercado Competitivo

2.9.1.2. SEGÚN USO DE LA TECNOLOGÍA

- Alta

- Baja

2.9.1.3. SEGÚN EL RECURSO HUMANO INVOLUCRADO

- Técnico
- Auxiliar.
- Profesional.

2.9.1.4. SEGÚN SU ORGANIZACIÓN

- Sistema de asistencia pública.
- Sistema privado.
- Sistema mixto.
- Sistema de seguridad social.

2.9.1.5. SEGÚN SU OBJETIVO

- Preventivos.
- Asistenciales.
- Promoción de salud.

2.9.1.6. SEGÚN LA DIVISIÓN TRADICIONAL DEL TRABAJO

- Servicio de atención a las personas.
- Servicio de consulta externa.
- Servicios generales o especializados.
- Servicio de diagnóstico.
- Urgencias.
- Cirugías.
- Servicio de farmacia.

- Servicio atención al ambiente.
- Saneamiento básico.
- Control sanitario.

Al haber revisado la clasificación que tiene el servicio de salud se llega a la conclusión de que la farmacia pertenece a la sub clasificación denominada el servicio a las personas, comprender estas tipologías ayuda a desarrollar de mejor manera el trabajo investigativo.

2.10. INGENIERÍA DEL PROYECTO

(Urbina, Formulación y Evaluación de Proyectos Informáticos, 2006)

“El estudio de la ingeniería del proyecto es resolver todo lo concerniente a la instalación y funcionamiento de la planta. Desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria, se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura jurídica y de organización que habrá de tener la planta productiva”

La ingeniería del proyecto describe a las actividades de la empresa de una manera más amplia con el fin de tener un panorama referente, la estructura física, administrativa y jurídica.

2.10.1. LOCALIZACIÓN

(Urbina, Formulación y Evaluación de Proyectos Informáticos, 2006)

“El estudio de la localización contempla o contribuye en mayor medida a establecer en forma definitiva a la ubicación final del proyecto, buscando que esta decisión logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio privado) u obtener el costo unitario mínimo (criterio social)”.

La localización del proyecto tiene como finalidad asesorar en la selección del lugar haciendo énfasis en los aspectos ecológicos, sociales y económicos que beneficien a la empresa, generando rentabilidad y buena imagen con su responsabilidad civil ante la sociedad.

2.10.1.1. MACRO LOCALIZACIÓN

(Jácome, 2005, pág. 133) “Se refiere a establecer con toda precisión el lugar geográfico donde va a llevarse a cabo el proyecto tomando en cuenta las siguientes consideraciones: provincia, cantón y parroquia”.

La macrolocalización es precisar un espacio físico y geográfico en donde se va a establecer la empresa, haciendo referencia desde lo más amplio a lo más pequeño provincia – parroquia.

2.10.1.2. MICROLOCALIZACIÓN

(Jácome, 2005, pág. 133) “En esta parte se establece que las condiciones específicas o particulares que permiten fácilmente establecer el lugar donde va a tener efecto el desarrollo del proyecto, para lo cual se adiciona la siguiente información: sector, ciudad, parroquia, calles longitudinales y transversales, dirección domiciliaria y telefónica de ser posible, croquis de ubicación”

La microlocalización establece el lugar con las características específicas: el barrio, calles y número de referencia, con el fin de que se tenga una clara imagen del lugar en donde se va a ubicar la empresa.

2.10.2. TAMAÑO DEL PROYECTO

(Urbina, Formulación y Evaluación de Proyectos Informáticos, 2006, pág. 84) “En términos generales, el tamaño del proyecto está conceptualizado por la capacidad instalada o de producción, y se expresa en unidades de producto en un período operacional determinado”.

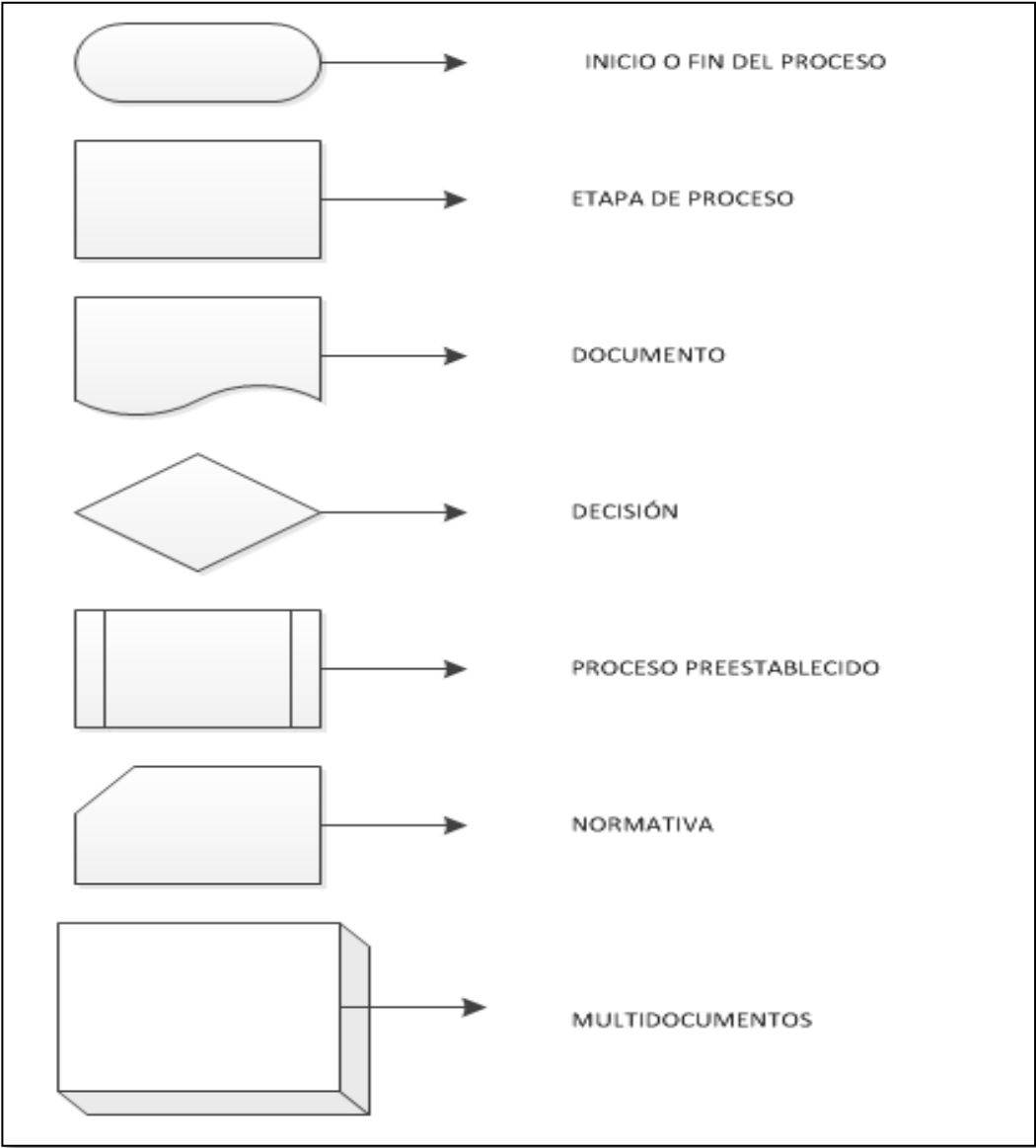
El tamaño del proyecto es la capacidad instalada que pretende tener la empresa y su producción se refleja en unidades de un determinado producto.

2.10.3. FLUJO GRAMA DE PROCESOS

(Cruz, 2010, pág. 69) “Este es un método para describir gráficamente un proceso mediante la utilización de símbolos, líneas y palabras, lo que permite conocerlo y comprenderlo a través de los diferentes pasos, documentos y unidades administrativas comprometidas en él.”

El flujograma de procesos ayuda a representar gráficamente las actividades que la empresa realiza, ayuda a comprender de mejor manera los pasos que tiene cada una de las actividades cotidianas.

2.10.4. SÍMBOLOS UTILIZADOS PARA ELABORAR LOS ESQUEMAS DEL FLUJOGRAMA.



FUENTE: Investigación Propia
ELABORACIÓN: Las Autoras

2.10.5. INVERSIONES

(Miranda, 2006, pág. 176) “Los resultados obtenidos con respecto al comportamiento del mercado del producto, a la técnica empleada y a la organización, proveen la información pertinente para la determinación de las inversiones del proyecto. Se trata de organizar la documentación con el fin de identificar la magnitud de los activos que requiere la empresa”.

Las inversiones son positivas siempre y cuando haya existido un buen análisis del mercado, también de las necesidades reales de la empresa para colocar un dinero en una actividad que genere más recursos.

2.10.6. COSTO DE OPORTUNIDAD

(Jácome, 2005, pág. 71) “El costo de oportunidad de una inversión es la erogación inicial del efectivo para comenzar un proyecto, representa el sacrificio de rentabilidad cuando se analizan diferentes alternativas de colocación del dinero en el mercado financiero”.

El costo de oportunidad, es el sacrificio que se debe hacer con la finalidad de recuperar el dinero colocado en un negocio; vale tomar en cuenta que el “sacrificio” puede ser económico o de otra índole, pero que va en beneficio de la actividad económica que se ha iniciado.

2.10.7. ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO

(Mercedes, 2008, pág. 200) “Se elabora al finalizar el período contable para evaluar con mayor objetividad la liquidez y solvencia de la empresa. El Estado de flujo del Efectivo reemplaza al Estado de Cambios

en la Posición Financiera, por cuanto satisface de forma adecuada y oportuna las necesidades de información de los usuarios”

El Flujo de Efectivo muestra la liquidez y la solvencia de la empresa, que ha generado con su actividad durante el período contable.

2.10.8. VALOR ACTUAL NETO (VAN)

(Chiriboga, 2010, pág. 257) “El cálculo del valor actual neto es necesario en la toma de decisiones financieras, en el tanto para el financiamiento, como para una inversión a futuro, no es otra cosa que la eliminación de las causas de distorsión del dinero a través del tiempo, mediante el cálculo de los flujos de fondos presentes y futuros, positivos y negativos en valores homogenizados o montos de igual valor, convirtiéndose en una de las herramientas indispensables de la Administración Financiera para la toma de decisiones tanto para el financiamiento, con el fin de calcular el costo real de financiamiento o para una inversión, con el fin de calcular el rendimiento real de la inversión y la forma como se recupera dicha inversión, así como el tiempo en el que se recupera”

El cálculo del VAN es importante para la toma de decisiones en la empresa porque nos ayuda a determinar el costo real que se necesita para el financiamiento o de la inversión del negocio.

2.10.9. TASA INTERNA DE RETORNO

(Bolívar, 2008, pág. 227) “La tasa interna de retorno se define como el valor de la tasa de actualización en que se iguala el valor actual de los ingresos con el valor actual de los egresos: para lo cual, es

necesario calcular un CASH-FLOW resultante de la operación anual durante la vida útil del proyecto considerando además el valor residual o valor de salvamento de los activos”

La TIR es la tasa con la que se puede visualizar la tasa actualizada en comparación de los ingresos con los egresos actuales.

2.10.10. COSTO BENEFICIO

(Bolívar, 2008, pág. 230) “Costo Beneficio se sustenta en el principio de obtener y alcanzar niveles considerables de producción con la mínima utilización de recursos”

Costo-beneficio es una herramienta financiera que mide la relación entre los costos y beneficios asociados a un proyecto de inversión con el fin de evaluar su rentabilidad, entendiéndose por proyecto de inversión no solo como la creación de un nuevo negocio, sino también, como inversiones que se pueden hacer en un negocio en marcha tales como el desarrollo de nuevo producto o la adquisición de nueva maquinaria.

2.10.11. PERÍODO DE RECUPERACIÓN

(Bolívar, 2008, pág. 233) “El conocimiento del periodo del tiempo necesario para recuperar la inversión, es un criterio tan importante como el de la rentabilidad, para inducir a realizar una inversión. Toda opción de invertir está asociada a la posibilidad de comparar el costo de oportunidad del dinero con el riesgo de la inversión; por eso, los proyectos deben ser debidamente sustentados y atractivos en sus rendimientos para poder ser ejecutados.”

El período de recuperación es el tiempo estimado para recuperar lo que hemos invertido, es de gran utilidad saber también el costo de oportunidad que se tiene.

2.10.12. PUNTO DE EQUILIBRIO

(Manuel, 2007, pág. 60) “Es aquel volumen de ventas donde los ingresos totales se igualan a los costos totales, en este punto la empresa no gana ni pierde.”

Es en donde el nivel de las ventas se iguala con los costos totales que se han presentado en la empresa, es decir no se gana ni se pierde.

2.10.13. MISIÓN

(Fleitman, 2005) “La misión es la identificación de la función básica de una empresa, por lo general la misión de un negocio es la producción y distribución de un producto o servicio”.

Se refiere a la razón de la existencia de una empresa, para qué fue creada y el propósito de la misma.

2.10.14. VISIÓN

(Fleitman, 2005) “Viene a ser el camino al cual se dirige la empresa a largo plazo y sirve de rumbo y aliciente para orientar las decisiones estratégicas de crecimiento junto a las de competitividad”.

La visión es definir los objetivos que se desea cumplir, encaminando los procesos y concienciado al personal para alcanzar las metas; se debe tomar en cuenta el talento humano y tecnología con que se dispone

2.10.15. ORGANIGRAMA

(Hernández C. , 2007, pág. 87) “Es la representación gráfica de la estructura formal de autoridad y de la división especializada del trabajo de una organización por niveles jerárquicos”

El organigrama es la representación gráfica de las funciones y niveles jerárquicos que tiene cada uno de los empleados en la empresa.

2.11. NIVELES ADMINISTRATIVOS

(Vásquez, 2002, pág. 176) “Los niveles administrativos por lo general responden, a un mismo tipo estructural, funcional y jurídico, diferenciándose únicamente en la amplitud de la responsabilidad, en la jurisdicción que tienen y en el tamaño de sus unidades.”

Los Niveles Administrativos dependen de la naturaleza de la empresa, así como el tipo estructural que los directivos deseen tener, según todos estos aspectos se considera la amplitud de los niveles.

2.11.1. PIRÁMIDE DE NIVELES ADMINISTRATIVOS



FUENTE: Investigación Propia
ELABORACIÓN: Las Autoras

2.11.1.1. NIVEL LEGISLATIVO

(Vásquez, 2002, pág. 177) “En varias entidades públicas y en casi la generalidad de las empresas, existe el nivel legislativo, cuya función básica es la de legislar sobre la política que debe seguir la organización, normar los procedimientos, dictar reglamentos, ordenanzas, resoluciones etc., decidir sobre los aspectos de mayor importancia de la organización.”

El Nivel Legislativo es el encargo de velar que la empresa cumpla con las leyes, normas y procedimientos que se han elaborado de acuerdo a la naturaleza de la misma y que la Constitución lo manda. Este Nivel normalmente está constituido por personas que están entendidas en la materia jurídica.

2.11.1.2. NIVEL DIRECTIVO

(Vásquez, 2002, pág. 177) “Este nivel toma decisiones sobre políticas generales y sobre las actividades básicas, ejerciendo la autoridad para garantizar su fiel cumplimiento.”

El Nivel Directivo está conformado por personas quienes tienen el poder de la toma de decisiones, es por ello que deben tener plena responsabilidad de las mismas.

2.11.1.3. NIVEL ASESOR

(Vásquez, 2002, pág. 178) “El nivel asesor aconseja, informa, prepara proyectos en materia jurídica, económica, financiera, técnica, contable, industrial y más áreas que tengan que ver con la entidad a la cual estás asesorando.”

El Nivel Asesor en una empresa es de suma importancia porque son las personas quienes conforman dicho nivel que ayudan orientando y guiando en varias actividades empresariales con el fin de que la empresa no tenga problemas especialmente legales.

2.11.1.4. NIVEL AUXILIAR

(Vásquez, 2002, pág. 178) “Es un nivel de apoyo a las labores ejecutivas, asesoras y operacionales. Generalmente se le conoce como nivel administrativo complementario.”

El Nivel Auxiliar se encarga de apoyar en las actividades de la empresa tales como: asesoras, operacionales entre otras, no es menos importante que el resto pero se lo considera como un nivel complementario en la empresa.

2.11.1.5. NIVEL OPERATIVO

(Vásquez, 2002, pág. 177) “El nivel operativo es el responsable directo de ejecutar las actividades básicas de la entidad o empresa. Es el ejecutor material de las órdenes emanadas por los órganos legislativo y directivo.”

El Nivel Operativo es el que está conformado por todos los obreros o empleados de la empresa, en este nivel se ejecutan todas las actividades que en los anteriores niveles se han planeado y aprobado.

2.12. MANUAL DE FUNCIONES

(Galindo, 2006, pág. 113) “Expresa todas las actividades que debe desarrollar un trabajador en determinado cargo. También debe contemplar las responsabilidades que le son inherentes, así como su nivel de interacción.”

El manual de funciones es una herramienta en donde expresa las responsabilidades y perfiles de los colaboradores de la empresa, su finalidad es describir detalladamente y servir de ayuda para el control por parte de la Administración en la contratación del personal.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. ANTECEDENTES.

Realizado el diagnóstico se pudo establecer que en el sector El Olivo no se cuenta con un servicio adecuado de una farmacia a pesar de la gran población, por lo tanto el presente estudio trata de confirmar que debería crearse una, para satisfacer las necesidades de los moradores, docentes y estudiantes de los centros educativos aledaños.

Para poder ratificar la necesidad de la farmacia en el sector se debe aplicar los instrumentos de investigación (encuestas, entrevistas). Las encuestas fueron aplicadas a los propietarios de los negocios, moradores del barrio, estudiantes y docentes de los centros educativos ubicados en el sector.

3.2. OBJETIVO GENERAL

Analizar la oferta y determinar la demanda existente en el sector El Olivo, para la creación de una farmacia.

3.3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

- Conocer la oferta que existe en el sector.
- Determinar la demanda de una farmacia para el sector El Olivo.
- Establecer rangos de los precios para los medicamentos según las disposiciones legales existentes.
- Identificar los canales de comercialización del producto.

3.4. VARIABLES

- Oferta.
- Demanda.
- Precio.
- Comercialización.

3.5. MECÁNICA OPERATIVA

3.5.1. POBLACIÓN Y UNIVERSO

Para proceder con el estudio de factibilidad de la implementación de la farmacia es necesario determinar el lugar del estudio, el mismo que se realizará en la ciudad de Ibarra, sector El Olivo, en donde se tiene planeada la ubicación del negocio; tomaremos como población.

- Estudiantes de la Universidad Técnica del Norte.
- Docentes y empleados de la Universidad Técnica del Norte.
- Habitantes del sector.

CUADRO No 3.1
ESTUDIANTES UTN

FACULTADES	ESTUDIANTES
	TOTAL
Ingeniería en Ciencias Aplicadas (FICA)	1.432
Ingeniería en Ciencias Agropecuarias (FICAYA)	1.160
Ciencias Administrativas y Económicas (FACAE)	1.610
Ciencias de la Salud (CCSS)	1.201
Educación Ciencia y Tecnología (FECYT)	1.902
TOTAL	7.305

FUENTE: Dirección de Planeamiento y Evaluación Integral
ELABORACIÓN: Las Autoras

ANÁLISIS: El total de estudiantes matriculados en la Universidad Técnica del Norte en el período académico comprendido entre octubre 2013 a febrero 2014 es de 7.305.

CUADRO No. 3.2
DOCENTES Y EMPLEADOS UTN

SERVIDORES PÚBLICOS	TOTAL
Docentes	236
Empleados	310
TOTAL	546

FUENTE: Dirección de Planeamiento y Evaluación Integral
ELABORACIÓN: Las Autoras
Datos actualizados a diciembre 2013

ANÁLISIS: El total de docentes de contrato y con nombramiento es de 236, y el total de empleados titulares y a contrato es de 310.

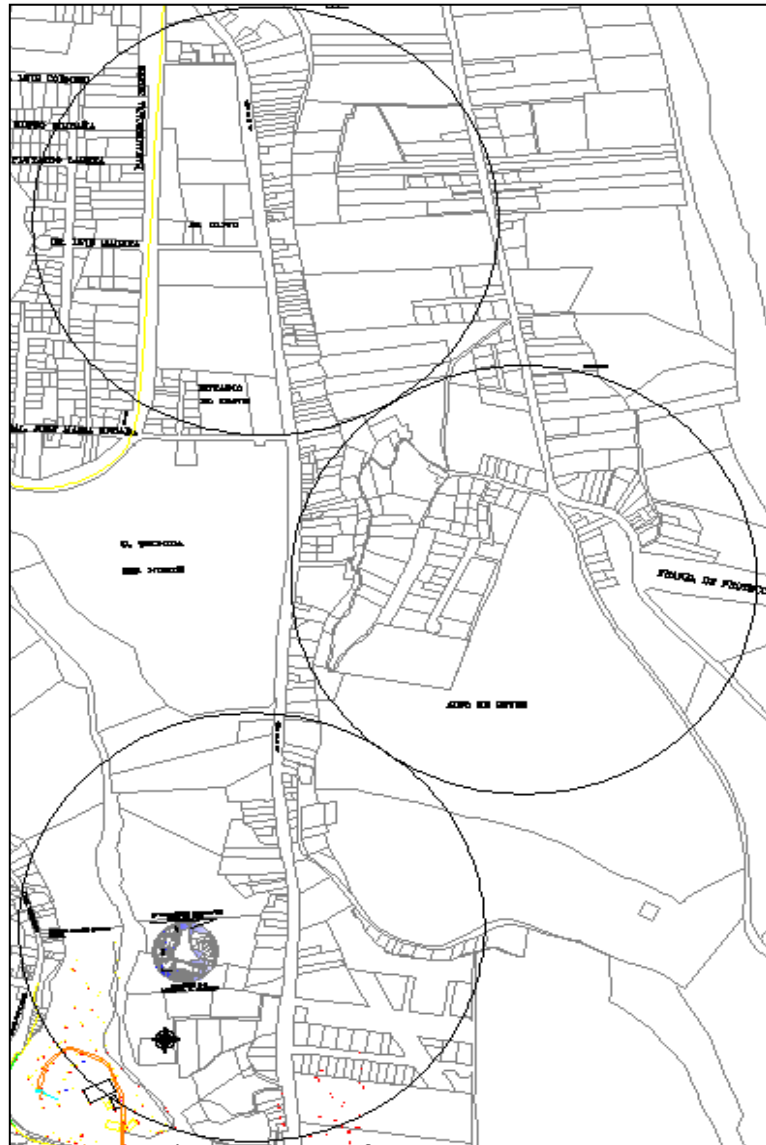
CUADRO No. 3.3 T
OTAL HABITANTES DEL SECTOR EL OLIVO

SECTOR	No. CASAS	% INEC	TOTAL POBLACIÓN
El Olivo	530	3,86	2046

FUENTE: Gobierno Descentralizado Municipal San Miguel de Ibarra
ELABORACIÓN: Las Autoras

ANÁLISIS: Para conocer el total del habitantes del sector El Olivo se ha limitado un perímetro que comprende desde la Universidad Técnica del Norte 300 metros, tanto a la derecha (El Olivo bajo) como a la izquierda (El Olivo Alto).

GRÁFICO No. 3.1
PREDIOS DE IBARRA



FUENTE: Gobierno Descentralizado Municipal San Miguel de Ibarra
ELABORACIÓN: José Andrés Guerrero.

Mediante mapa predial del Gobierno Descentralizado Municipal San Miguel de Ibarra se contabilizaron el número de casas de esta limitación y se multiplico por 3,86 miembros por familia, dato promedio tomado del INEC ,2011-2012, sin embargo, esta población incluye adultos y niños.

CUADRO No. 3.5

TOTAL HABITANTES CON CAPACIDAD DE COMPRA DEL SECTOR EL OLIVO

SECTOR	TOTAL POBLACIÓN	MIEMBRO CON CAPACIDAD DE COMPRA	POBLACIÓN CON CAPACIDAD DE COMPRA
El Olivo	2046	2	1060

FUENTE: Gobierno Descentralizado Municipal San Miguel de Ibarra
ELABORACIÓN: Las Autoras

ANÁLISIS: La población del sector El Olivo con capacidad de compra es de 1.060 habitantes, tomando en cuenta que por familia existen 2 adultos

3.6. DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA PROPUESTA

Para poder realizar el estudio se debe determinar una población representativa, por lo tanto es necesario diseñar el tamaño de la muestra que será de vital importancia en el trabajo.

Para efecto del estudio que estamos realizando se aplicará la siguiente fórmula, donde tomaremos en cuenta el universo que tenemos en los datos anteriores.

$$n = \frac{Z^2 d^2 N}{E^2 (N - 1) + Z^2 d^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 (8.911)(0,25)^2}{(8.911 - 1)(0,05)^2 + (1,96)^2 (0,25)^2}$$

$$n = \frac{9.897}{25,69}$$

n= 370 encuestas

SIMBOLOGÍA.

n = tamaño de la muestra.

N = Universo y población a estudiarse.

σ^2 = varianza a la población referente a las características a estudiar.

$N-1$ = corrección que se usa para la muestra

3.6.1. ESTRATIFICACIÓN DE LA MUESTRA

CUADRO No. 3.6
MUESTRA DE LA POBLACIÓN

ESTRATOS	POBLACIÓN	PORCENTAJE	MUESTRA
HABITANTES SECTOR			
OLIVO	2046	21%	76
ESTUDIANTES UTN	7305	74%	273
DOCENTES	236	2%	9
EMPLEADOS	310	3%	12
TOTAL POBLACIÓN	9897	100%	370

FUENTE: Cuadro No. 3.1; Cuadro No. 3.2; Cuadro No. 3.4
ELABORACIÓN: Las Autoras

ANÁLISIS: El total de la población es de 9.897, estratificando dicha población para realizar un estudio más minucioso tenemos que se realizaron 44 encuestas a los habitantes del Sector El Olivo, 302 encuestas aplicadas a los estudiantes de la UTN, 10 encuestas a los docentes, y 13 encuestas a los empleados.

3.7. INFORMACIÓN PRIMARIA

Como fuentes de información para realizar la investigación pertinente se han seleccionado las siguientes:

Primarias: Entrevistas, Cuestionarios, Fichas de Observación.

Secundarias: Ley y Reglamento expedido por el Ministerio de Salud Pública, Reglamento del Servicio de Rentas Internas, Boletines de las farmacias.

Todas estas fuentes de información se han utilizado como instrumentos de investigación necesarios para determinar la factibilidad de la implementación de la farmacia.

3.7.1. DISEÑO DE LA ENCUESTA

El cuestionario de las encuestas y las entrevistas fueron dirigidos a los habitantes del sector descrito anteriormente, y a los estudiantes de la Universidad Técnica del Norte, por ser los principales beneficiados.

Las preguntas están realizadas en base a las variables y los indicadores descritos en la Matriz de Relación Diagnóstica.

3.7.2. TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

ENCUESTAS APLICADAS A LOS CLIENTES

TABULACIÓN

1. ¿Considera que la accesibilidad que usted tiene a una farmacia es?

CUADRO No. 3.7

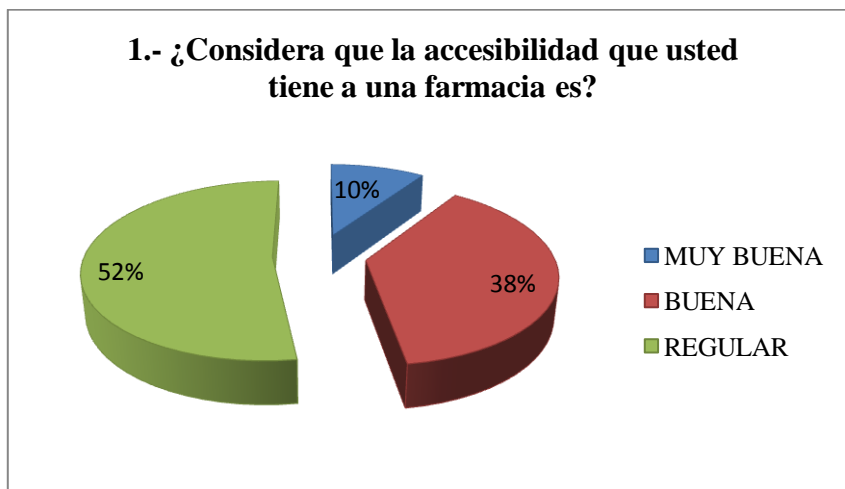
ACCESIBILIDAD A UNA FARMACIA

DESCRIPCIÓN	VARIABLE	FRECUENCIA
MUY BUENA	35	10%
BUENA	140	38%
REGULAR	195	52%
TOTAL	370	100%

FUENTE: Investigación Propia
ELABORACIÓN: Las Autoras

GRÁFICO No. 3.2

ACCESIBILIDAD A UNA FARMACIA



FUENTE: Investigación Propia
ELABORACIÓN: Las Autoras

ANÁLISIS: El 52% de la muestra manifiesta que en el sector el Olivo de la ciudad de Ibarra, existe poca accesibilidad a una farmacia, mientras que el 10% revela que sí, demostrando que las necesidades de la población encuestada no se encuentran totalmente cubiertas en lo que respecta a un negocio que expenda productos para la salud.

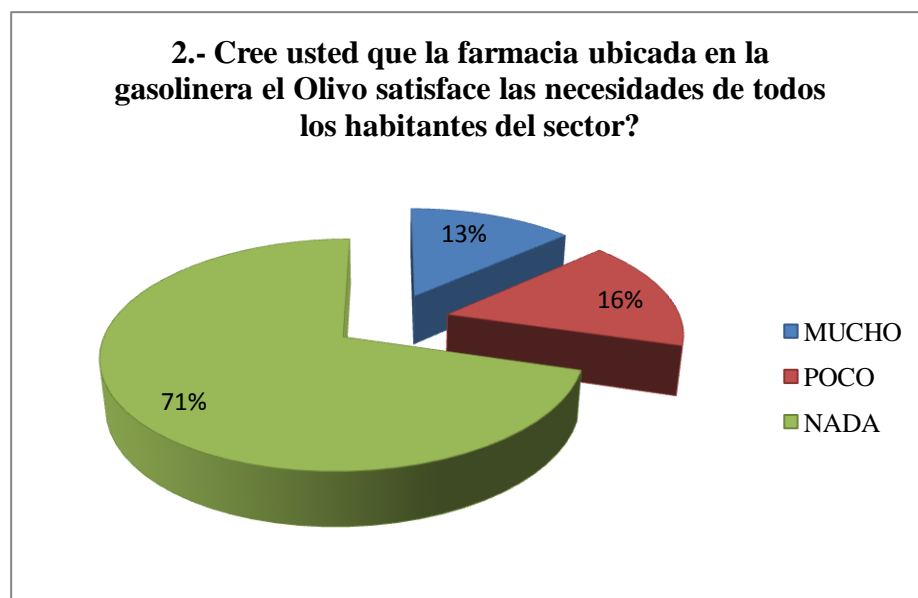
2. ¿Cree usted que la farmacia ubicada en la gasolinera Los Olivos satisface las necesidades de todos los habitantes del sector?

CUADRO No. 3.8
NIVEL DE SATISFACCIÓN

DESCRIPCIÓN	VARIABLE	FRECUENCIA
MUCHO	50	13%
POCO	60	16%
NADA	260	71%
TOTAL	370	100%

FUENTE: Investigación Propia
ELABORACIÓN: Las Autoras

GRÁFICO No. 3.3
NIVEL DE SATISFACCIÓN



FUENTE: Investigación Propia
ELABORACIÓN: Las Autoras

ANÁLISIS: El 71% de los encuestados manifiestan que la farmacia ubicada en la gasolinera Los Olivos, no satisface las necesidades de los habitantes de todo el sector; mientras el 13% expresa que si existe plena satisfacción. Este resultado evidencia que la actual farmacia no cuenta con los medicamentos necesarios, además se dedica a otra actividad económica generando inconformidad en los moradores del sector.

3. ¿Cree usted que es necesario que se instale una farmacia en el barrio El Olivo?

CUADRO No. 3.9

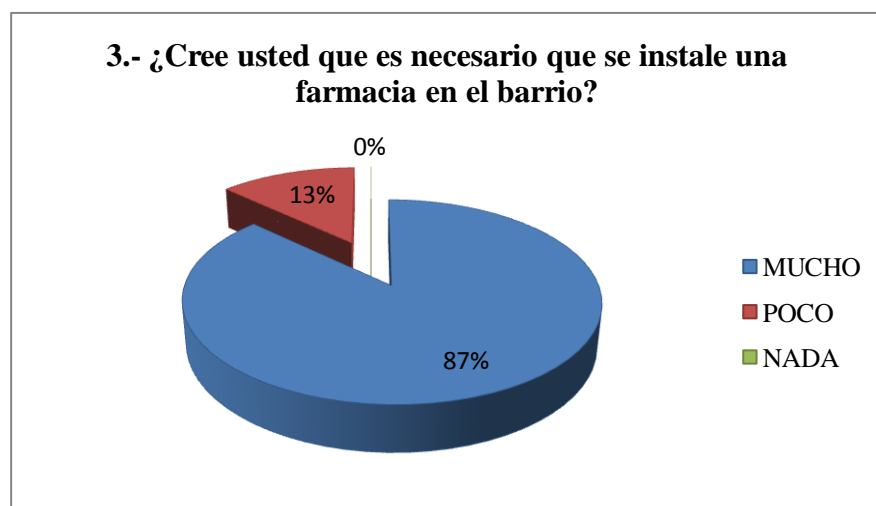
NECESIDAD DE UNA FARMACIA EN EL SECTOR

DESCRIPCIÓN	VARIABLE	FRECUENCIA
MUCHO	320	87%
POCO	50	13%
NADA	0	0%
TOTAL	370	100%

FUENTE: Investigación Propia
ELABORACIÓN: Las Autoras

GRÁFICO No. 3.4

NECESIDAD DE UNA FARMACIA EN EL SECTOR



FUENTE: Investigación Propia
ELABORACIÓN: Las Autoras

ANÁLISIS: El 87% de las personas encuestadas consideran que es de gran prioridad implementar una farmacia en el sector El Olivo; sin embargo el 13% considera que no es tan necesaria. Estos resultados revelan que la creación de una farmacia es indispensable para el sector, porque la mayoría de la población carece de un sitio en donde se expendan productos para el beneficio de la salud y la higiene.

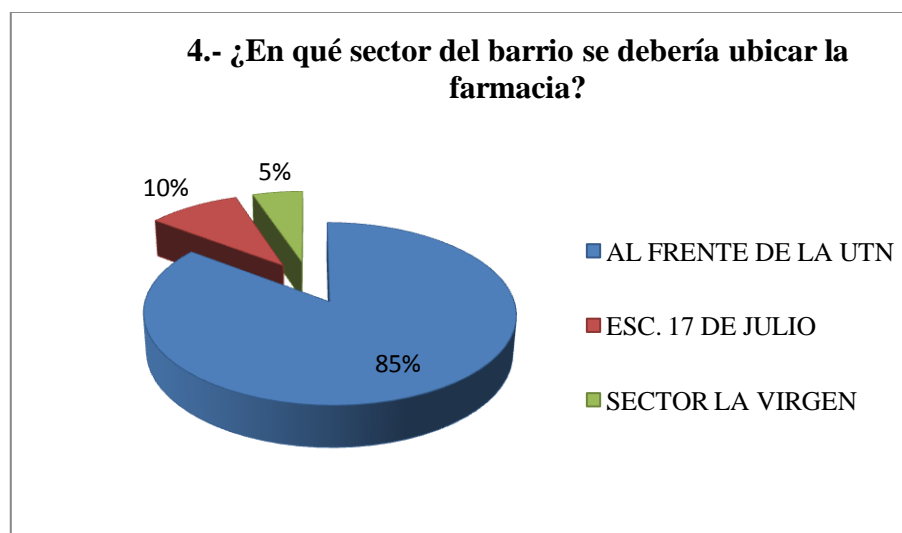
4. ¿En qué sector del barrio se debería ubicar la farmacia?

CUADRO No. 3.10
UBICACIÓN DE LA FARMACIA

DESCRIPCIÓN	VARIABLE	FRECUENCIA
AL FRENTE DE LA UTN	315	85%
ESC. 17 DE JULIO	35	10%
SECTOR LA VIRGEN	20	5%
TOTAL	370	100%

FUENTE: Investigación Propia
ELABORACIÓN: Las Autoras

GRÁFICO No. 3.5
UBICACIÓN DE LA FARMACIA



FUENTE: Investigación Propia
ELABORACIÓN: Las Autoras

ANÁLISIS: El 85% de las personas encuestadas consideran que la mejor ubicación para la farmacia en el caso de implementarla, es frente de la Universidad Técnica del Norte, este resultado demuestra que la mayoría de nuestros potenciales clientes son estudiantes y docentes que buscan la facilidad de acceso a la farmacia.

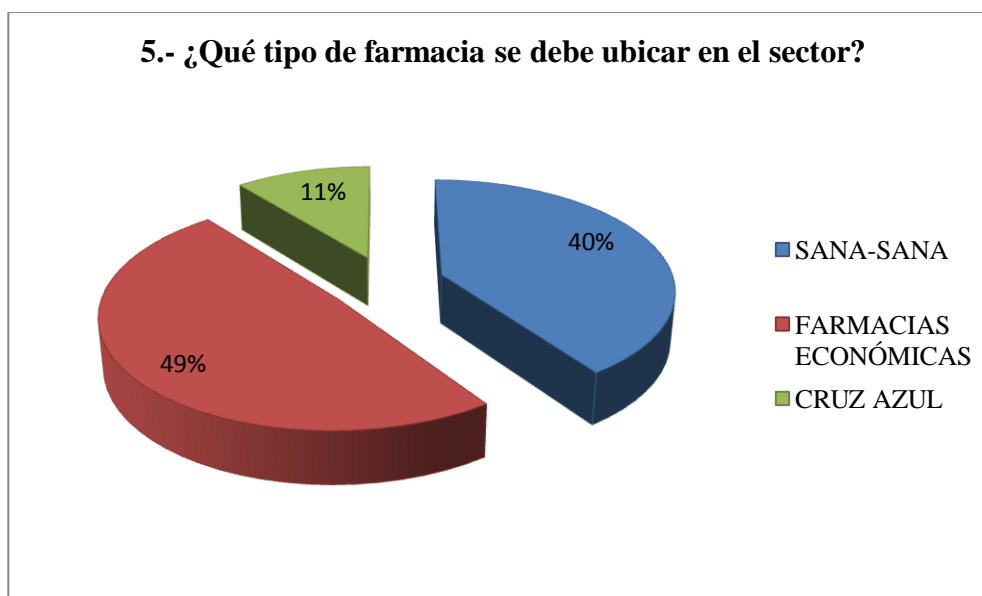
5. ¿Qué tipo de farmacia se debe ubicar en el sector?

CUADRO No. 3.11
TIPOS DE FRANQUICIA

DESCRIPCIÓN	VARIABLE	FRECUENCIA
SANA-SANA	150	40%
FARMACIAS ECONÓMICAS	180	49%
CRUZ AZUL	40	11%
TOTAL	370	100%

FUENTE: Investigación Propia
ELABORACIÓN: Las Autoras

GRÁFICO No. 3.6
TIPOS DE FRANQUICIA



FUENTE: Investigación Propia
ELABORACIÓN: Las Autoras

ANÁLISIS: El 49% de la muestra expresa el favoritismo hacia la cadena de farmacias Económicas, el 40% por las farmacias Sana-Sana y con un mínimo porcentaje las farmacias Cruz Azul, estos resultados expresan que una mínima

cantidad del 9% las farmacias económicas se posesionan en la mente del consumidor ya sea por las promociones, descuentos, bonos entre otras estrategias en Marketing; para nosotras es importante conocer esta preferencia de los posibles consumidores para implementar la farmacia bajo esta franquicia.

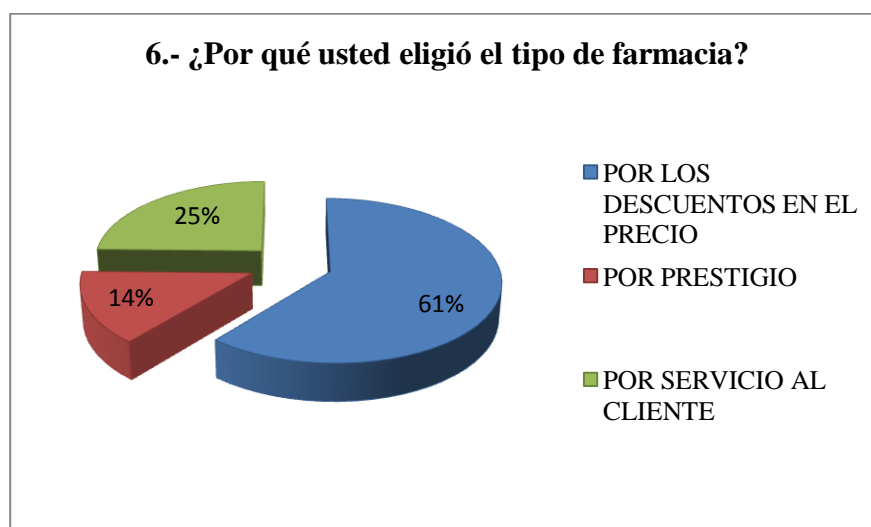
6. ¿Por qué usted eligió el tipo de farmacia?

CUADRO No. 3.12
RAZONES DE ACEPTACIÓN

DESCRIPCIÓN	VARIABLE	FRECUENCIA
POR LOS DESCUENTOS EN EL PRECIO	225	61%
POR PRESTIGIO	52	14%
POR SERVICIO AL CLIENTE	93	25%
TOTAL	370	100%

FUENTE: Investigación Propia
ELABORACIÓN: Las Autoras

GRÁFICO No. 3.7
RAZONES DE ACEPTACIÓN



FUENTE: Investigación Propia
ELABORACIÓN: Las Autoras

ANÁLISIS: La mayoría de los encuestados manifiestan que eligieron la cadena de farmacias por los descuentos en el precio de los productos, un 25% por servicio al cliente y un mínimo del 14% por prestigio, estos resultados confirman que la población tiene en su mente que Farmacias Económicas es la mejor opción para implementar en el sector.

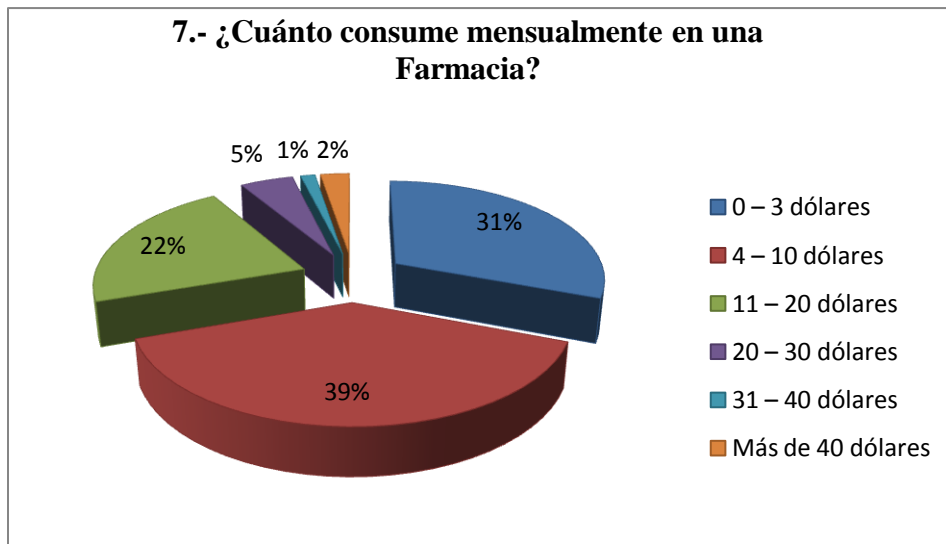
7. ¿Cuánto consume mensualmente en una farmacia?

CUADRO No. 3.13
CONSUMO MENSUAL

DESCRIPCIÓN	VARIABLE	FRECUENCIA
0 – 3 dólares	112	31%
4 – 10 dólares	144	39%
11 – 20 dólares	81	22%
20 – 30 dólares	18	5%
31 – 40 dólares	5	1%
Más de 40 dólares	10	3%
TOTAL	370	100%

FUENTE: Investigación Propia
ELABORACIÓN: Las Autoras

GRÁFICO No. 3.8
CONSUMO MENSUAL



FUENTE: Investigación Propia
ELABORACIÓN: Las Autoras

ANÁLISIS: Esta pregunta demuestra un promedio de consumo mensual en medicación, así tenemos el 39% se manifiesta que compran en un rango de 4 a 10 dólares mensuales, el 31 % entre 0 a 3 dólares y el 22% entre 11 a 20 dólares. Permitiéndonos obtener un promedio mensual de las compras de una persona en una farmacia.

3.8. DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS Y PRODUCTOS

Los productos que se están considerando ofrecer a la población meta, dentro del marco legal, y cumpliendo con todos los requerimientos establecidos por el Ministerio de Salud Pública del Ecuador para este tipo de negocio, básicamente son:

- Medicamentos en General.
- Cosméticos.
- Útiles de Aseo Personal.

3.8.1. MEDICAMENTOS EN GENERAL

En la farmacia se expenderá productos farmacéuticos aprobados por el Ministerio de Salud Pública, ya sean Genéricos (sin Patente), marcas reconocida (Laboratorios Internacionales), homeopáticos o naturales.

Los medicamentos que tengan impedimento de venta libre serán entregados al público bajo certificación médica (receta), en el caso de otros medicamentos tales como: analgésicos, antiácidos, paracetamol, acetaminofén (estos dos últimos siempre y cuando no sean destinados para curar o calmar un resfriado), metilcelulosas, ungüentos; que son considerados de libre venta serán entregados sin necesidad de receta.

- Los precios que tienen los diferentes medicamentos son impuestos por el Ministerio de Salud del país, y bajo estricto control sanitario, es decir tendrán:
 - Fecha de elaboración marcada en el envase o caja.
 - Fecha de expiración marcada en el envase o caja.
 - Laboratorio fabricante.
 - Cajas o envases pulcros.

- Precio de venta marcada en el envase o caja.
- Componentes.
- Restricciones de uso o consumo.

3.8.2. COSMÉTICOS

La farmacia también ofrecerá productos que son considerados como cosméticos tales como:

- ChapStick (brillo labial).
- Bases (polvo facial).
- Tónicos de limpieza facial.
- Crema capilar.
- Gel capilar.
- Protectores solares.
- Removedor de maquillajes para ojos.
- Máscaras para pestañas.
- Removedor de esmalte.
- Lociones para después de afeitarse.

Estos productos serán según las encuestas realizadas, de gran importancia para las estudiantes y damas del sector debido a que no se encuentran estos productos cerca de sus casas ni de la Universidad. Los cosméticos si están permitidas vender según la Dirección de Salud Provincial.

3.8.3. PRODUCTOS DE ASEO PERSONAL.

Los productos de aseo personal son de esencial importancia en la farmacia, debido a que según nuestras costumbres y forma de vivir a nivel local y nacional, una

farmacia sirve no sólo como un lugar de expendio de medicamentos sino que también vende productos de higiene; por lo tanto se pondrá a disposición productos tales como:

- Papel higiénico.
- Anti-transpirantes.
- Pañales.
- Toallas femeninas.
- Jabón de tocador.
- Shampoo.
- Acondicionadores de cabello.
- Cremas dentales.
- Preservativos.
- Cepillos de dientes.
- Hilo dental.
- Enjuague bucal.
- Talcos.
- Cremas humectantes.
- Gel antibacterial.
- Paños y toallitas húmedas.
- Bálsamo para después de afeitarse.
- Cremas de afeitar.
- Ceras depilatorias.
- Cremas depilatorias.
- Vaselina.

Los habitantes del sector en las encuestas manifiestan que muchas veces deben trasladarse hasta el centro de la ciudad por productos de higiene básica debido a que en el sector no se encuentra.

Consideramos importante que nuestra farmacia a más de ofrecer medicinas también brinde la posibilidad que tanto estudiantes como habitantes del sector tengan a su disposición productos de higiene personal y familiar.

Las promociones y descuentos por acumulación de puntos también es algo que se pretende poner a disposición del público, a medida que el negocio avance.

3.9. IDENTIFICACIÓN DEL CLIENTE

Los habitantes del sector, tanto como los estudiantes y funcionarios de la Universidad Técnica del Norte, se verán beneficiados con la implementación de la farmacia, ya que se considera un negocio que expenderá productos de primera necesidad.

3.9.1. GUSTOS Y PREFERENCIAS

El estudio de mercado nos indica que un 71% de la muestra consideran que no es suficiente la farmacia existente en la gasolinera del barrio El Olivo y debería abrirse una nueva.

Según el estudio realizado, las encuestas reflejan la importancia que la farmacia sea de cadena nacional, que cubra con servicio de calidad y proporcione productos y medicamentos necesarios con descuentos, promociones y otros beneficios.

3.9.2. CAPACIDAD DE COMPRA

En el caso de una farmacia y de acuerdo a las encuestas realizadas, las personas no toman en cuenta directamente el precio, debido a que al ser los medicamentos productos que están bajo el control de la Ley del Ministerio de Salud Pública, no están en constante incremento ni impuestas por la farmacia.

En las campañas publicitarias por parte del Ministerio de Salud han promovido la compra de medicamentos genéricos, la mayoría de las personas a pesar de no disponer de recursos económicos altos adquieren productos “de Marca”, pues consideran más efectivos, sin embargo se ha demostrado que tiene los mismo efectos.

La población a la que va a beneficiar la farmacia, considera como aspecto importante la implementación de la misma, debido a que deben desplazarse hasta el centro de la ciudad para conseguir medicamentos o productos de higiene lo que genera un gasto adicional, analizando por la parte de interés social, se incrementaría el valor de la plusvalía de las casas en el sector, al ser un negocio plenamente constituido.

3.9.3. DESTINO DEL DINERO

El Estado destina un 5% del PIB a la Salud, sin embargo, este rubro no es incluido dentro de los ingresos percibidos por las familias, por lo que el dinero designado para la Salud es de bolsillo; es decir, en casos de emergencia la gente evita realizar otro tipo de gasto para comprar la medicina

Fuente de información: Ministerio de Coordinación y Desarrollo Social.

3.9.4. FRECUENCIA DE COMPRA

Según la entrevista realizada a los propietarios de la farmacia ya existente se puede concluir que esta atiende un promedio de 12 clientes diarios y que sus ventas no pasan de \$100 al mes, por la falta de stock de sus productos.

Con este antecedente y debido a que es evidente la demanda insatisfecha demostrada en las encuestas podemos estimar que los productos que ofrecemos y el sitio estratégico elegido, existirán más clientes de los que actualmente la competencia satisface.

3.10. DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA

3.10.1 EL MERCADO AL QUE VA DIRIGIDO EL SERVICIO Y PRODUCTO

Este proyecto está enfocado a toda la población del sector El Olivo, habitantes del barrio, estudiantes y funcionarios de la Universidad Técnica del Norte, generando un beneficio social que contribuye al mejoramiento en la calidad de la atención a la salud.

El sector El Olivo no tiene acceso a una buena farmacia, la única que existe según los moradores no cumple con sus expectativas ni demanda. Nuestro proyecto es de carácter múltiple y sin distinción de sector de población beneficiario.

En nuestro proyecto se ha estimado una población de 9.897, entre los habitantes del sector, estudiantes y funcionarios de la UTN.

3.11. DESCRIPCIÓN DE LA COMPETENCIA

3.11.1. ¿QUIÉNES SON?

Existe una farmacia desde hace ya cuatro años, sin embargo en el sector El Olivo casi se desconoce de su existencia debido a que su letrero no llama la atención, ni ofrece un buen servicio a sus clientes.

Las actividades de publicidad son nulas y su mentalidad como negocio es de “sólo existir”, debido a que su dueño es también propietario de la gasolinera por lo tanto no pone mucho interés en ella.

Al momento de examinar al talento humano, esta no cuenta con personal especializado en dar este servicio.

3.11.2. PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE OFRECE LA COMPETENCIA

Dentro de los productos que ofrece, son básicos y en general son analgésicos o medicamentos que no tienen mucha importancia en el mercado.

Como servicios no tienen ninguno y sus horarios de atención son en la mañana hasta las 16h00, los fines de semana no hay atención.

3.11.3. CÁLCULO DE LA DEMANDA

CUADRO No. 3.14

TASA DE CRECIMIENTO ESTUDIANTES Y FUNCIONARIOS PÚBLICOS

AÑOS	No. ESTUDIANTES Y FUNCIONARIOS PÚBLICOS	% VARIACIÓN
2012	7741	
2013	7851	1,42%

FUENTE: Departamento de planificación de la UTN
ELABORACIÓN: Las Autoras

ANÁLISIS: El Departamento de Planificación de la UTN manifestó que habido un incremento significativo del año 2012 al 2013, de estudiantes y servidores públicos, determinando una tasa de crecimiento de 1,42%.

CUADRO No. 3.15

PROYECCIÓN ESTUDIANTES Y SERVIDORES PÚBLICOS UTN

AÑO	TASA DE DECREMENTO	POBLACIÓN ESTIMADA
BASE 2013		7.851
2014		7.963
2015		8.076
2016	1,42%	8.190
2107		8.307
2018		8.425

FUENTE: Cuadro No. 3.1; Cuadro No. 3.13
ELABORACIÓN: Las Autoras

ANÁLISIS: La proyección de los estudiantes se ha tomado en cuenta la tasa de crecimiento del 1,42% se proyectó cinco años, hasta el 2018.

CUADRO No. 3.16

PROYECCIÓN HABITANTES DEL SECTOR EL OLIVO

AÑO	TASA DE CRECIMIENTO	POBLACIÓN ESTIMADA
BASE 2013		2.046
2014		2.079
2015		2.112
2016	1,60%	2.146
2017		2.180
2018		2.215

FUENTE: INEC; Cuadro No .3.4
ELABORACIÓN: Las Autoras

ANÁLISIS: La proyección de los habitantes el Banco mundial y el INEC presentan una tasa de crecimiento demográfico del 1,6% hasta el año 2012, para el Ecuador.

3.12. CÁLCULO DE LA OFERTA

CUADRO No. 3.16

PROYECCIÓN HABITANTES DEL SECTOR EL OLIVO

AÑO	TASA DE CRECIMIENTO	POBLACIÓN ESTIMADA
BASE 2013		2.880
2014		2.926
2015		2.973
2016	1,60%	3.020
2017		3.069
2018		3.118

FUENTE: INEC; Investigación propia; INEC
ELABORACIÓN: Las Autoras

ANÁLISIS: De acuerdo con la entrevista realizada a los propietarios de la gasolinera Los Olivos, nos supieron manifestar que ellos atienden un promedio de 12 clientes por día. Se tomó la tasa de crecimiento poblacional 2012 para proyectar la oferta.

3.13. CÁLCULO DE LA DEMANDA INSATISFECHA

CUADRO No. 3.18

DEMANDA INSATISFECHA EN EL SECTOR EL OLIVO

AÑO	OFERTA	DEMANDA	DEMANDA INSATISFECHA
BASE 2013	2.880	9.897	7.017
2014	2.926	10.041	7.115
2015	2.973	10.188	7.215
2016	3.020	10.336	7.316
2017	3.069	10.487	7.418
2018	3.118	10.640	7.522

FUENTE: Cuadro No. 3.14; Cuadro No. 3.15; Cuadro No. 3.16
ELABORACIÓN: Las Autoras

ANÁLISIS: Tomando en cuenta que las necesidades del sector El Olivo no son satisfechas y que nuestra capacidad de atención será más alta que la competencia, se estima que se cubrirá toda la población restante

3.14. CÁLCULO DE LA DEMANDA POTENCIAL

CUADRO No. 3.19
DEMANDA POTENCIAL

AÑO	DEMANDA INSATISFECHA	% DE CUBRIMIENTO	DEMANDA POTENCIAL
2014	7.115		3.558
2015	7.215		3.607
2016	7.316	50%	3.658
2017	7.418		3.709
2018	7.522		3.761

FUENTE: Cuadro No. 3.14; Cuadro No. 3.15; Cuadro No. 3.16
ELABORACIÓN: Las Autoras

3.15. MARKETING PARA A NUEVA EMPRESA

La casa matriz es la encargada de realizar todo tipo de publicidad y promociones, además al ser una franquicia, el nuevo establecimiento no necesita de ningún tipo de publicidad impulsadora ya que se encuentra posesionada en la mente del consumidor, tal y como se refleja en las encuestas realizadas donde se eligió a esta franquicia como la más óptima.

3.15.1. ESTRATEGIAS DE PRECIO

- El precio no será mayor al que está establecido por la Ley.
- Se establecerán precios y formas de pago de acuerdo al volumen de ventas.

- Se realizará promociones, acordes a lo que la casa Matriz permita.

3.15.2. ESTRATEGIA DE COMERCIALIZACIÓN

Tener como misión la venta de los productos enmarcada en los parámetros de calidad tanto en el servicio, como en los artículos que se expende.

Realizar las estrategias de Marketing que la Casa Matriz permita.

CAPÍTULO IV

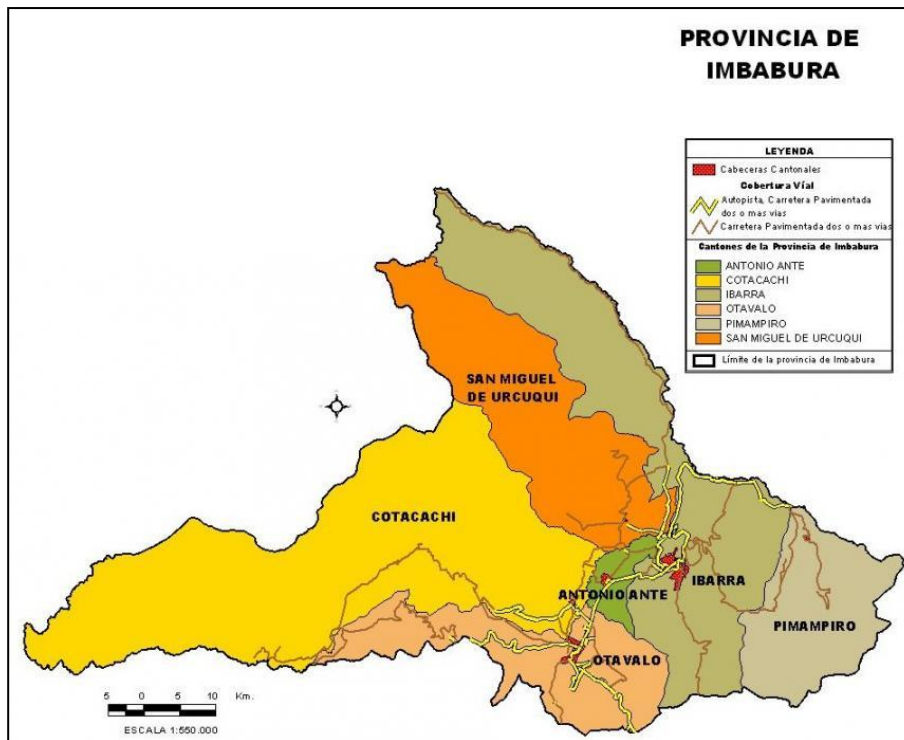
4. ESTUDIO TÉCNICO DEL PROYECTO

4.1. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

4.1.1. MACROLOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.

La farmacia estará ubicada en la República del Ecuador, Provincia de Imbabura, cantón Ibarra, parroquia El Sagrario.

GRÁFICO No. 4.1
MAPA DE LA PROVINCIA DE IMBABURA



FUENTE: Gobierno Descentralizado Municipal San Miguel de Ibarra

4.1.1.1. PROVINCIA

La farmacia se implementará en la provincia de Imbabura del norte de la serranía de Ecuador, conocida como la provincia de los Lagos, porque en ella se encuentran la mayoría de lagos del país como son el lago San Pablo y las lagunas de Cuichocha y Yahuarcocha. La población provincial zona urbana es de 139.721 habitantes y zona rural: 181.175 habitantes. La capital de la provincia es la ciudad de Ibarra, sus cantones son: Urcuquí, Pimampiro, Ibarra, Antonio Ante, Cotacachi, Otavalo.

4.1.1.2. CANTÓN

Luego de haber realizado el estudio de la provincia, ha sido seleccionado el cantón San Miguel de Ibarra ubicado en la región andina al norte del Ecuador. Conocida históricamente como "La Ciudad Blanca" por sus fachadas y representada como la "ciudad a la que siempre se vuelve" por su pintoresca Campiña, clima veraniego y amabilidad de sus habitantes.

4.1.1.3. PARROQUIA

El proyecto que se pretende implementar, se encontrará localizado entre la parroquia El Sagrario y la parroquia El Priorato.

4.1.2. MICRO LOCALIZACIÓN

GRÁFICO No 4.2
CROQUIS DE UBICACIÓN



FUENTE: Gobierno Descentralizado Municipal San Miguel de Ibarra

4.1.2.1. SECTOR

El sector donde se va a ejecutar el proyecto es una zona urbana localizada a la entrada norte de la ciudad Ibarra.

4.1.2.2. DIRECCIÓN

El proyecto se encontrará ubicado en el barrio El Olivo, calle 17 de Julio, frente a la Universidad Técnica del Norte

4.1.2.3. VÍAS DE ACCESO

El lugar donde se ubicará la farmacia cuenta con vías de accesos asfaltados, así como la Panamericana Norte, Av. 17 de Julio, calle General José María Endara.

4.2. FACTORES INTERVINIENTES

FACTORES FÍSICOS

- Calidad del suelo.
- Factores comerciales.
- Posición estratégica.
- Flujo de personas.
- Servicios básicos.
- Seguridad.
- Accesibilidad.
- Costumbres
- Abastecimiento de materia prima e insumos.
- Disponibilidad de mano de obra cualificada.
- Costo del suelo.

- Factores sociales.
- Apoyo.
- Generación de empleo indirecto (a los alrededores).
- Mejoramiento de calidad de vida.

FACTORES AMBIENTALES.

- Manejo de desechos.
- Polución del aire (del sector no lo que genera el proyecto).
- Aguas residuales.
- Contaminación por ruido.

FACTORES LEGALES

- Ordenanza municipal.
- Patente.
- Permiso sanitario.
- RUC.
- Todos los requisitos para la farmacia.

4.3. TAMAÑO O CAPACIDAD PRODUCTIVA DEL PROYECTO

Al ser un proyecto económico comercial, para establecer su tamaño se parte de la capacidad de alcance a cubrir una parte de la demanda insatisfecha, determinada en el estudio de mercado.

4.3.1. FACTORES QUE AFECTAN EL TAMAÑO

El análisis de estos factores permite tener una visión más certera y amplia de los riesgos y beneficios que tiene la implementación de este proyecto. Dando a

conocer las circunstancias que encierran al proyecto, se puede dar una pauta a los inversionistas para que la toma de decisión sea más fácil y acertada.

Para determinar la capacidad del proyecto, se parte del planteamiento de cinco aspectos:

- Disponibilidad de recursos financieros.
- Materias primas e insumos.
- La tecnología a utilizar.
- Objetivos de crecimiento.

4.3.1.1. DISPONIBILIDAD DE RECURSOS FINANCIEROS

Para la implementación de la farmacia se debe contar con un espacio de 89 m², distribuidos estratégicamente con el fin de dar un servicio de calidad a los clientes; de acuerdo a las entrevistas realizadas a los comerciantes de la Av. 17 de Julio, se pudo determinar que el costo del arriendo es de 600 dólares mensuales aproximadamente.

4.3.1.2. LA TECNOLOGÍA A UTILIZAR

La tecnología que se utilizará en la farmacia básicamente será lo que se refiere a las cajas recaudadoras– contabilidad.

Los productos que se expenderá no necesitan de refrigeración, deduciendo que no requiere de ningún tipo de tecnología.

4.3.1.3. MATERIAS PRIMAS E INSUMOS

Los medicamentos son directamente adquiridos mediante la empresa que nos auspicia la Franquicia “Farmacias Económicas”, de esta manera se nos facilita la adquisición y selección de los mismos porque cuentan con los estándares de calidad adecuados.

4.3.1.4. LA ORGANIZACIÓN

La farmacia no cuenta con una compleja estructura organizacional, por lo que el personal idóneo para la misma debería ser mínimo estudiantes de segundo nivel para el área de ventas, para el cargo de Bio farmacéutico y área administrativa con título de tercer nivel, para que puedan desempeñarse su trabajo de manera eficiente y responsable.

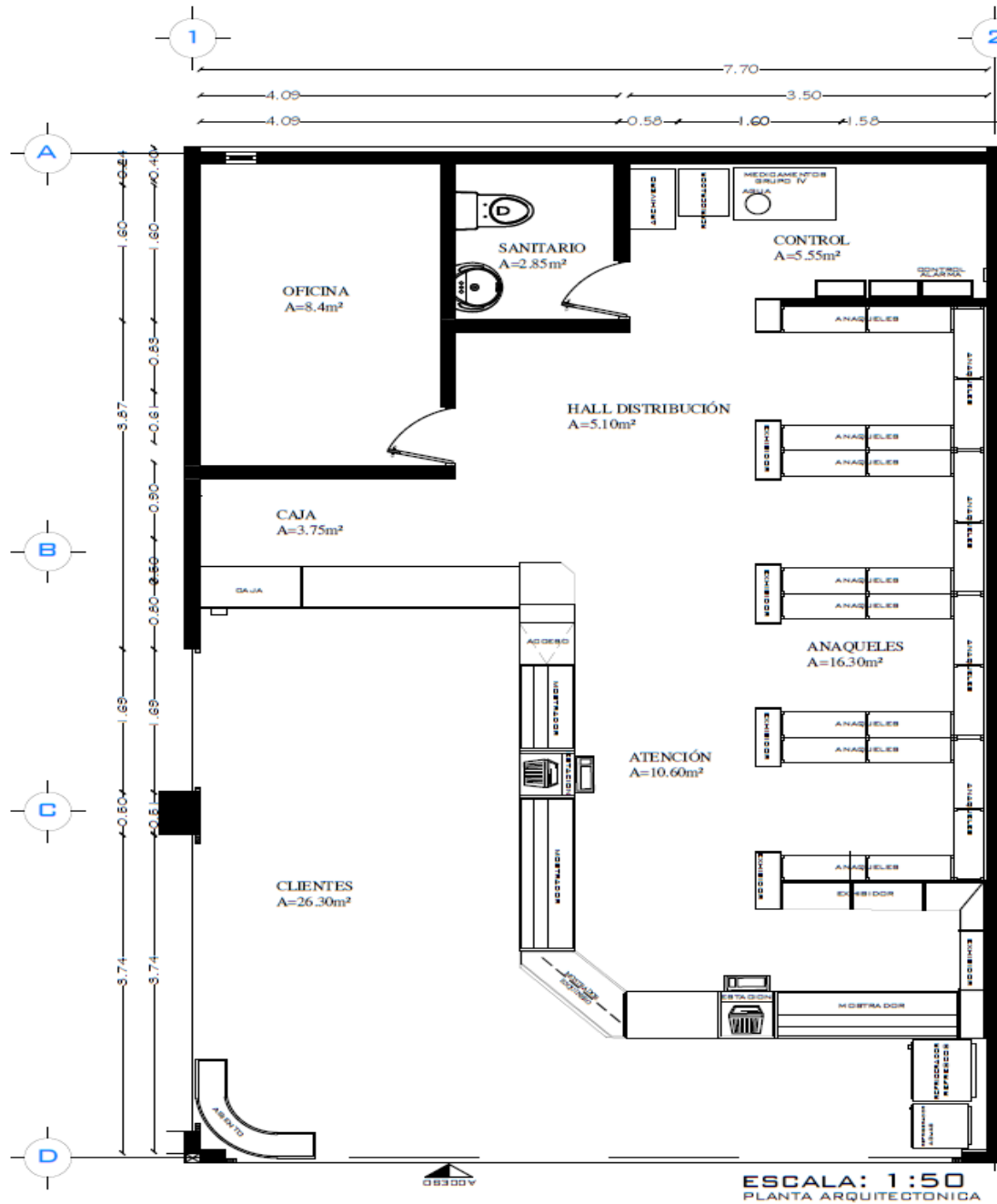
4.4. ANÁLISIS TÉCNICO O INGENIERÍA DEL PROYECTO

4.4.1. REQUERIMIENTO DE INFRAESTRUCTURA CIVIL

Es el espacio físico con el que se cuenta para el desenvolvimiento de las actividades.

GRÁFICO No. 4.3

PLANOS FARMACIA



ELABORACIÓN: José Andrés Guerrero

CUADRO N°. 4.1
DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

	ÁREAS	EXTENSIÓN M2
ÁREA DE VENTAS	Caja	14,35
	Hall de distribución	5,10
	Sala clientes	26,30
	Anaqueles	16,30
ÁREA DE ADMINISTRATIVO	Oficina	8,40
	Sanitario	2,85
	Entrada y espacios extras	15,70
	TOTAL:	89,00

ELABORACIÓN: José Andrés Guerrero

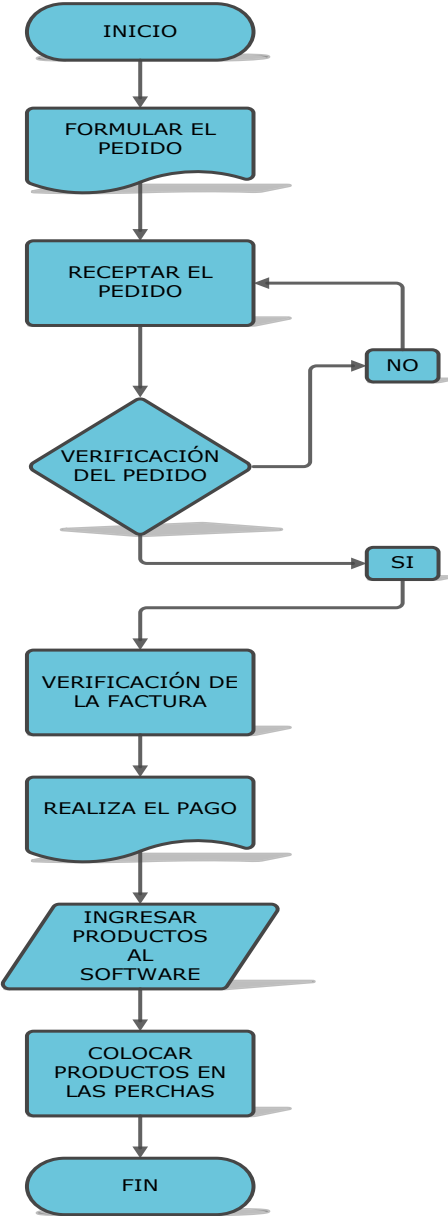
4.4.2. PROCESO DEL NEGOCIO Y DE LOS SERVICIOS

A continuación se visualizan los procesos que normalmente se realizan en la farmacia, con el fin de demostrar de mejor manera las actividades de la misma.

- Compra y Almacenamiento de medicamentos
- Venta.

4.5. DIAGRAMA DE PROCESOS

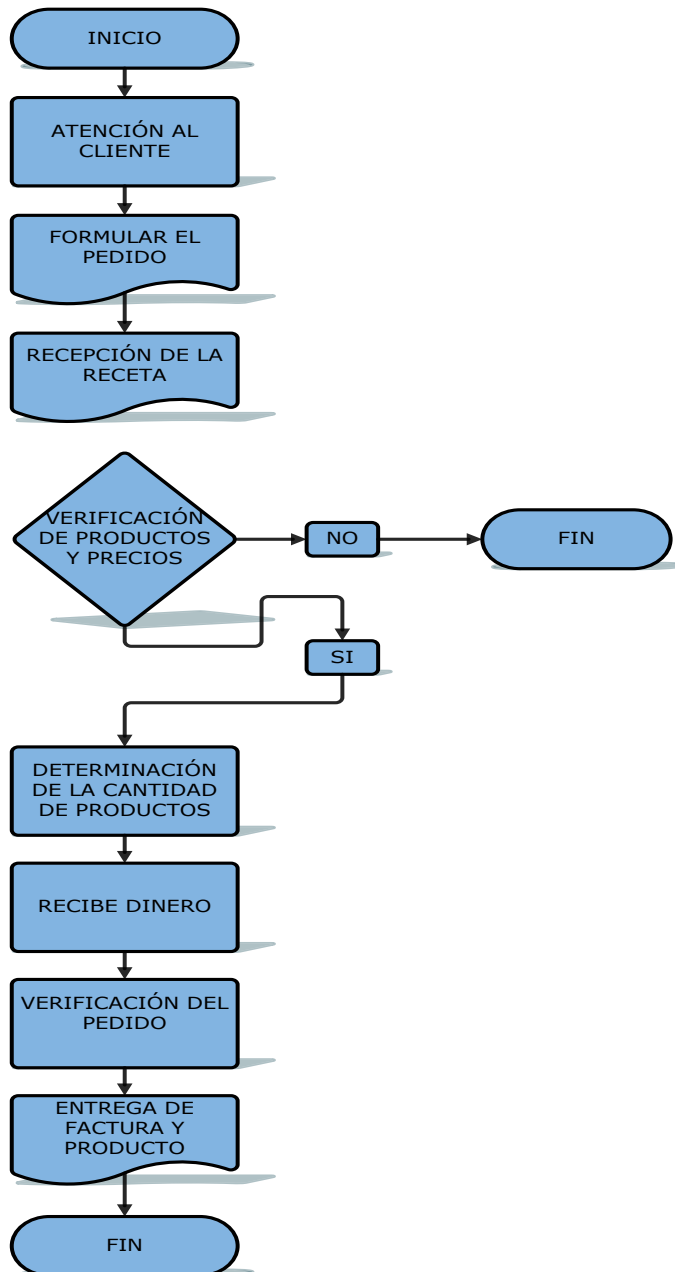
RÁFICO No. 4.4
COMPRA DE MEDICAMENTOS A PROVEEDORES



FUENTE: Farmaenlace
ELABORACIÓN: Las Autoras

4.5.1. DIAGRAMA DE PROCESOS

GRÁFICO No. 4.5
ENTA DE MEDICAMENTOS



FUENTE: Farmaenlace
ELABORACIÓN: Las Autoras

4.6. PRESUPUESTO TÉCNICO

4.6.1. INVERSIONES FIJAS

CUADRO N° 4.2

ACTIVOS FIJOS

ÁREA	DETALLE	CANTIDAD	VALOR DÓLARES
ADMINISTRATIVA	EQUIPO INFORMÁTICO		
	Computadores	2	1.419,64
	EQUIPO DE OFICINA		
	Calculadora	1	8,03
	Teléfono	1	33,00
	Fax	1	122,00
	Escritorio Gerente	1	218,75
	Escritorio Contadora	1	147,32
	Sillas Giratorias	2	220,53
	Archivadores	3	214,29
VENTAS	EQUIPO INFORMÁTICO		
	Computadores	2	1.294,64
	Software	1	1.600,00
	MUEBLES Y ENSERES		
	Sillas	2	200,00
	Lector de Códigos	2	303,58
	Cajas	2	794,00
	Sillas de espera	1	156,25
	Mostradores	8	1.680,00
	Perchas de 5 divisiones	10	550,00
TOTAL			8.962,03

FUENTE: Varias Empresas

ELABORACIÓN: Las Autoras

CUADRO N° 4.3
MATERIALES GENERALES

DESCRIPCIÓN	CANT.	VALOR DÓLARES
LÁMPARAS O FOCOS	20	1.000,00
ESCOBAS	2	4,92
TRAPEADORES	2	5,96
BOTELLÓN DE AGUA Y PORTA	1	18,00
BASUREROS	4	340,00
TOTAL		1.368,88

FUENTE: Cuadro No. 4.2
ELABORACIÓN: Las Autoras

CUADRO N° 4.4
EQUIPOS DE SEGURIDAD

DESCRIPCIÓN	CANT.	VALOR DÓLARES
EXTINTOR	3	195,00
CANDADOS	6	30,00
DETECTOR DE HUMO	5	375,00
CÁMARA DE VIGILANCIA	3	225,00
ALARMA	1	820,00
TOTAL		1.645,00

FUENTE: Cuadro No. 4.2
ELABORACIÓN: Las Autoras

CUADRO N° 4.5
EQUIPAMIENTO FARMACIA

DESCRIPCIÓN	VALOR
MUEBLES	2.830,25
EQUIPO INFORMÁTICO	4.617,86
EQUIPO DE OFICINA	963,92
EQUIPO DE SEGURIDAD	1.645,00
MATERIALES GENERALES	1.368,88
ESTANTERÍAS	550,00
TOTAL	11.975,91

FUENTE: Cuadro No. 4.2
ELABORACIÓN: Las Autoras

4.6.2. INVERSIÓN DIFERIDAS

Los Gastos de Constitución de la Empresa tienen los siguientes rubros:

CUADRO No 4.6
GASTOS DE CONSTITUCIÓN

DETALLE	VALOR DÓLARES
ESTUDIO TÉCNICO	800,00
REGISTRO SANITARIO	400,00
ORDENANZA MUNICIPAL	30,00
GASTO DE PUESTA EN MARCHA	220,00
PERMISO BOMBEROS	25,00
FRANQUICIA	8.000,00
TOTAL	9.475,00

FUENTE: Gobierno Descentralizado Municipal San Miguel de Ibarra y Farmaenlace
ELABORACIÓN: Las Autoras

ANÁLISIS: La NIIF 4 y NIC 38, hablan sobre los activos intangibles, indicando que estos debe registrarse en los activos no circulantes y amortizarse en 5 años.

CUADRO No. 4.7
INVERSIONES VARIABLES

DESCRIPCIÓN	VALOR
MERCADERÍA	25,000.00
TOTAL	25.000.00

FUENTE: Farmaenlace
ELABORACIÓN: Las Autoras

CUADRO No 4.8
RESUMEN DE INVERSIONES REQUERIDAS.

DESCRIPCIÓN	VALOR DÓLARES	PORCENTAJE
INVERSIÓN VARIABLE	25.000,00	55%
INVERSIÓN DIFERIDA	9.475,00	21%
INVERSIÓN FIJA	11.975,91	25%
TOTAL	46.450,91	100%

FUENTE: Cuadros No. 4.2; Cuadro No. 4.4; Cuadro No. 4.5
ELABORACIÓN: Las Autoras

4.6.3. ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO

El financiamiento, se realizará con el aporte propio de los inversionistas.

Para la mercadería en consignación se dará una garantía del 40% del valor total de los productos, es así que el 60% de la mercadería se considera como aporte de la casa matriz

CUADRO No 4.9

ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO

DESCRIPCIÓN	VALOR
APORTE CASA MATRIZ	15.000,00
CAPITAL PROPIO	31.450,91
TOTAL	46.450,91

FUENTE: Investigación Propia
ELABORACIÓN: Las Autoras

4.7. DETERMINACIÓN DEL CAPITAL DE TRABAJO

El capital de trabajo es la inversión líquida que debe aportarse para que la farmacia inicie su actividad de servicio a la población del sector El Olivo. El capital de trabajo está constituido por todos los rubros que se necesitan por el periodo de un mes.

CUADRO N° 4.10

CAPITAL DE TRABAJO

CONCEPTO	VALOR MENSUAL DÓLARES
ARRIENDO	600,00
SERVICIOS BÁSICOS	60,00
TOTAL	660,00

FUENTE: Investigación Propia
ELABORACIÓN: Las Autoras

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO FINANCIERO

El presente estudio financiero tiene como intención analizar las inversiones requeridas, su financiamiento y amortización de crédito; la proyección de volúmenes de producción, proyección de precios, proyección de ingresos por ventas; determinar los gastos o egresos; presentar los estados financieros proforma del proyecto y efectuar la evaluación financiera que sustente la factibilidad y viabilidad del mismo en un futuro.

El Estudio se integra generalmente con la formulación de presupuestos de ingresos, costos y gastos, así como la determinación y las fuentes de financiamiento que se requieren durante la instalación y operación del proyecto. Toda esta información es muy útil al momento de efectuar la evaluación financiera, para saber si el proyecto es viable o no.

5.1. PRESUPUESTO DE INGRESOS

Para llegar a cuantificar los ingresos por ventas, es necesario tomar en cuenta la demanda insatisfecha del sector y su posible crecimiento así:

CUADRO N°. 5.1
PROYECCIÓN DE INGRESOS POR VENTAS

AÑO	POBLACIÓN	GASTO DE MENSUAL POR PERSONA	TOTAL INGRESOS
2014	3.558	7,00	298.830,67
2015	3.607	7,35	318.164,02
2016	3.658	7,72	338.748,03

2017	3.709	8,10	360.663,60
2018	3.761	8,51	383.996,85

FUENTE: Estadístico N° 3.17 Encuestas.
ELABORACIÓN: Las Autoras.

El sector El Olivo cuenta con una farmacia la cual únicamente satisface el 32% de la población, con la apertura de una nueva farmacia se cubriría el 50% de la demanda insatisfecha

5.1.2. PROYECCIÓN DEL PRECIO

El precio de los diferentes productos está basado de acuerdo a una lista expedida por el Ministerio de Salud Pública, los mismos que por Ley no pueden ser modificados de acuerdo a la conveniencia de la farmacia.

5.1.3. PROYECCIÓN DEL INGRESO POR VENTAS

De acuerdo a los resultados emitidos por las encuestas realizadas en el estudio de mercado se estableció un medio de consumo por persona de \$ 7 dólares, es así que se determinó las ventas para el año 2013 y para la proyección de los 5 años siguiente se aumentó la respectiva tasa de inflación y el crecimiento poblacional.

5.2. PRESUPUESTO DE EGRESOS

Son los flujos de egresos de dineros que la compañía realiza para ejecutar las operaciones.

5.2.1. GASTOS ADMINISTRATIVOS

En los gastos administrativos se ha tomado en cuenta el pago de sueldo del personal administrativo, arriendo, servicios de comunicación, los servicios básicos.

CUADRO N° 5.2
GASTOS SERVICIOS BÁSICOS

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
	DÓLARES	DÓLARES
ENERGÍA ELÉCTRICA	15,00	180,00
SERVICIO TELEFÓNICO	15,00	180,00
AGUA POTABLE	12,00	144,00
INTERNET	18,00	216,00
TOTAL	60,00	720,00

FUENTE: Investigación Propia
ELABORACIÓN: Las Autoras.

CUADRO N° 5.3
RESUMEN GASTOS ADMINISTRATIVOS

GASTOS ADMINISTRATIVOS DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
	DÓLARES	DÓLARES
Servicios Básicos	60,00	720,00
Arriendo	600,00	7.200,00
Mantenimiento equipos de computación	22,00	264,00
TOTAL	682,00	8.184,00

FUENTE: Investigación propia
ELABORACIÓN: Las Autoras

5.2.2. GASTO DEPRECIACIÓN

Depreciación de activos fijos de la empresa se presentan en el cuadro siguiente. El método utilizado para los cálculos de la depreciación es el de línea recta, que tiene la siguiente fórmula:

Depreciación = Costo / Vida útil

CUADRO N° 5.4
DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS

DESCRIPCIÓN	VALOR	%	AÑO				
			1	2	3	4	5
Muebles	2.830,25	10%	283,0	283,0	283,0	283,0	283,0
			3	3	3	3	3
Equipo informático	4.617,86	33%	1.523,89	1.523,89	1.523,89		
Equipo de Oficina	963,92	10%	96,39	96,39	96,39	96,39	96,39
Equipo de Seguridad	1.645,00	10%	164,50	164,50	164,50	164,50	164,50
Materiales Generales	1.368,88	10%	136,89	136,89	136,89	136,89	136,89
Estanterías	550,00	10%	55,00	55,00	55,00	55,00	55,00
Reposición de Equip. Info	4.617,86	33%				1.523,89	1.523,89
TOTAL	16.593,77		2.259,70	2.259,70	2.259,70	2.259,70	2.259,70

FUENTE: Cuadro Estadístico 4.3; SRI
ELABORACIÓN: Las Autoras

5.2.3. AMORTIZACIÓN GASTOS DE CONSTITUCIÓN

Esta amortización se refiere a gastos pre-operacionales incurridos, como son la constitución de la empresa y los estudios de factibilidad. La amortización se la realiza para un período de 5 años, en proporciones iguales de \$1.895.00.

CUADRO N° 5.5.

AMORTIZACIÓN GASTOS DE CONSTITUCIÓN

DESCRIPCIÓN		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
GASTOS DE CONSTITUCIÓN		1.895,00	1.895,00	1.895,00	1.895,00	1.895,00

FUENTE: Cuadro Estadístico 4.4; SRI
ELABORACIÓN: Las Autoras.

5.3. ESTADOS FINANCIEROS PROFORMA

5.3.1. ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

El balance inicial se labora al empezar las operaciones de la farmacia, es la presentación ordenada de los valores iniciales.

FARMACIAS ECONÓMICAS
CUADRO N° 5.6
ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

ACTIVOS		PASIVOS	
ACTIVOS DISPONIBLES		OBLIGAC.	CORTO
		PLAZO	
Inventario de Mercadería	10.000,00		
Mercadería en consignación	15.000,00		0,00
TOTAL	ACTIVOS	TOTAL PASIVOS	0,00
DISPONIBLES	25.000,00		
ACTIVOS FIJOS			
Muebles	2.830,25		
Equipo informático	4.617,86		
Equipos de Oficina	963,92		
Estanterías	550,00		
Equipo de Seguridad	1645		
Materiales Generales	1368,88		
TOTAL ACTIVOS FIJOS	11.975,91	PATRIMONIO	
ACTIVOS DIFERIDOS		Aporte Accionistas	31.450,91
Franquicias	8.000,00	Aporte Casa Matriz	15.000,00
Gastos de Constitución	1.475,00		
TOTAL	ACTIVOS		
DIFERIDOS	9.475,00		
TOTAL ACTIVOS	\$	TOTAL PASIVO	+
	46.450,91	PATRIMONIO	\$
			46.450,91

FUENTE: Cuadro estadístico No. 4.3; Cuadro No. 4.4; Cuadro No. 4.5
ELABORACIÓN: Las Autoras.

5.3.2. ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

El Estado de resultados proyectado muestra las gestiones y operaciones que realicen las empresas. Tiene por finalidad encontrar utilidad o pérdida al término de un año económico, esto depende de las decisiones y acciones que se hayan determinado, como se muestra a continuación:

FARMACIAS ECONÓMICAS
CUADRO N° 5.7.
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS

DESCRIPCIÓN	2014	2015	2016	2017	2018
INGRESOS					
Ventas Proyectadas	298.830,6	318.164,0	338.748,03	360.663,6	383.996,85
	7	2		0	
Ingresos Propios	23.906,45	25.453,12	27.099,84	28.853,09	30.719,75
UTILIDAD BRUTA	23.906,45	25.453,12	27.099,84	28.853,09	30.719,75
(-) GASTOS					
ADMINISTRATIVOS	8.184,00	8.593,20	9.022,86	9.474,00	9.947,70
(-) GASTOS					
DIFERIDOS	1.895,00	1.895,00	1.895,00	1.895,00	1.895,00
Depreciación	2.259,70	2.259,70	2.259,70	2.259,70	2.259,70
UTILIDAD					
OPERATIVA	11.567,75	12.705,22	13.922,28	15.224,39	16.617,35
(-)22% Impuesto Renta	2.544,91	2.795,15	3.062,90	3.349,36	3.655,82
UTILIDAD NETA PROYECTADA	9.022,85	9.910,07	10.859,38	11.875,02	12.961,53

FUENTE: Cuadro estadístico No. 5.1; Cuadro No. 5.3.; Cuadro No. 5. 4
ELABORACIÓN: Las Autoras.

ANÁLISIS: El total de las ventas realizadas son depositadas en la cuenta Bancaria de la casa Matriz diariamente, al final de cada mes esta se encarga de pagar los gastos de sueldos, gastos de publicidad y el franquiciado recibe el 8% de las ventas.

El 15% de la utilidad destinada a los trabajadores es cancelada igualmente por la casa matriz.

El 22% del impuesto a la renta lo cancela al Servicio de Rentas Interna el franquiciado, debido a que él cuenta con propio RUC.

5.3.3. FLUJO DE CAJA

El flujo de caja refleja las entradas y salidas de efectivo, derivada de los ingresos y egresos proyectados que la empresa genere. Constituye el circulante que tiene la empresa para seguir operando. En definitiva, se trata de estimaciones de entrada y salida de efectivo, siendo una referencia importante que nos permite evaluar la liquides o solvencia en que se encuentra la empresa.

CUADRO N° 5.8.

FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO

DESCRIPCIÓN	2013	2014	2015	2016	2017	2018
N						
INGRESOS	(46.450,9 1)					
UTILIDAD		9.022,85	9.910,07	10.859,3	11.875,0	12.961,5
NETA				8	2	3
PROYECTAD						
A						
VALOR DE						8.586,36

RESCATE						
DEPRECIACIÓN		2.259,70	2.259,70	2.259,70	2.259,70	2.259,70
TOTAL		11.282,5	12.169,7	13.119,0	14.134,7	23.807,5
INGRESOS		5	7	8	2	9
EGRESOS						
REINVERSIÓN		-	-	-	4.617,86	-
TOTAL		-	-	-	4.617,86	-
EGRESOS						
FLUJO NETO	(46.450,9	11.282,5	12.169,7	13.119,0	9.516,86	23.807,5
	1)	5	7	8		9

FUENTE: Cuadro No. 5.7; Cuadro No. 5.4
ELABORACIÓN: Las Autoras.

La depreciación en el Estado de Resultados Projectado se resta por considerarse un gasto, sin embargo en el Flujo de Caja se suma por ser un rubro no considerado como salida de efectivo.

5.3.4. CÁLCULO DEL COSTO DE OPORTUNIDAD

El cálculo del costo de oportunidad del proyecto se lo obtendrá de acuerdo a la inversión fija que por condición de donación se les considera como aporte propio ya que están disponibles para iniciar la empresa, además la inversión variable que sirve para cubrir los costos y gastos iniciales en los primeros dos meses para el normal funcionamiento de las operaciones de la empresa comercial:

Recepción y, Expendio de los artículos farmacéuticos.

5.3.4.1. COSTO DE OPORTUNIDAD DE LA INVERSIÓN

El aporte para la implementación de la farmacia será \$46.450,91. Si se considera la tasa pasiva del 4,53% por \$31.450,91 de la inversión propia y el 8,17% como tasa activa de la inversión financiada, \$15.000,00, se obtiene un costo de oportunidad del 5,29%.

Tanto la tasa pasiva como la tasa activa son extraídas del Banco Central del Ecuador www.bce.fin.ec con fecha del 16 de noviembre del 2013.

CUADRO N° 5.9.
COSTO DE LA INVERSIÓN

DESCRIPCIÓN	VALOR	% PORC.	TASA PONDERACIÓN	DE VALOR PONDERADO
INVERSIÓN PROPIA	31.450,91	79,00	4,53	357,87
INVERSIÓN FINANCIADA	15.000,00	21,00	8,17	171,57
TOTAL	46.450,91	100,00	12,70	529,44

FUENTE: Cuadro No. 4.6
ELABORACIÓN: Las Autoras.

Tasas activa y pasiva tomadas del Banco Central del Ecuador.

TASA DE RENDIMIENTO MEDIO

$$\begin{aligned} \text{TRM} &= (1 + \text{COSTO DE CAPITAL})(1 + \text{INFLACIÓN}) - 1 \\ \text{TRM} &= (1 + 0,0529) * (1 + 0,0416) - 1 \\ \text{TRM} &= 9,67\% \end{aligned}$$

5.4. EVALUACIÓN FINANCIERA

La Evaluación Financiera es aquella que analiza los beneficios netos que se obtendrán del proyecto en ejecución, que debe estar sustentado teóricamente y que será económicamente rentable, para ello se cuenta con las siguientes técnicas e instrumentos de evaluación:

5.4.1. CÁLCULO DEL VAN

Este muestra la rentabilidad en términos del dinero con poder adquisitivo presente y permite avizorar si es o no pertinente la inversión en el horizonte de la misma. Es el valor monetario que resulta de restar la inversión inicial la suma de flujos de efectivo descontados. Los resultados pueden dar: VAN mayor que cero, se considera una inversión atractiva; VAN igual a cero, significa no viable la inversión; y, si el VAN es menor que cero, significa que el proyecto no generará rentabilidad y por tanto la inversión no será factible de realizar.

VAN > 0 ; VIABLE
VAN = 0 ; INDIFERENTE
VAN < 0 ; NO ES VIABLE

El VAN se determinó, calculando el valor de los flujos de caja presentes y futuros para los 5 años del horizonte del proyecto, originados por la inversión. Para esto se actualiza los flujos futuros a través de la tasa de descuento, a este valor se le resta la inversión inicial, de tal modo que el valor obtenido es el valor actual neto del proyecto, que este caso nos indica si va o no a recuperar la inversión.

Matemáticamente se determina con la siguiente fórmula:

$$VAN = \frac{\text{Flujo Año 1}}{(1+i)^1} + \frac{\text{Flujo Año 2}}{(1+i)^2} + \frac{\text{Flujo Año 3}}{(1+i)^3} + \frac{\text{Flujo Año 4}}{(1+i)^4} + \frac{\text{Flujo Año 5}}{(1+i)^5} - \text{Inversión}$$

VAN \$ 50.657,77 INVERSIÓN -\$ 46.450,91

El Valor Actual Neto del presente proyecto es de 50.657,77 positivo, a una tasa activa del 8,17%, que nos muestra que el proyecto es rentable, lo que significa que se justifica la inversión.

El proyecto resulta ser factible por cuanto el VAN es positivo, siendo por lo tanto, factible la creación de la farmacia.

5.4.2. CÁLCULO DEL TIR

La tasa interna de retorno, nos muestra la rentabilidad que devuelve el proyecto durante su vida útil, tomando en cuenta los flujos de caja proyectados y se obtienen dos VAN, un positivo y un negativo. Para el cálculo se consideran el VAN obtenido que es positivo y calculamos el VAN negativo con una tasa de descuento superior.

$$TIR = Ti + \left(\frac{(Ts - Ti) \times VAN Ti}{VAN Ts - VAN Ti} \right)$$

Tasa Interna de Retorno es de 13,73%, superior a la tasa de oportunidad calculada que es de 10,55%, esto significa que el proyecto es rentable.

5.4.3. COSTO/BENEFICIO

Es la relación entre los flujos incrementales positivos, con los flujos incrementales negativos.

$$\frac{\sum \langle B \div (1+i)^n \rangle}{\sum \langle C \div (1+i)^n \rangle}$$

R; B/C > A 1; VIABLE
R; B/C = A 1; INDIFERENTE
R; B/C < A 1; NO VIABLE

CUADRO No 5.10.
COSTO BENEFICIO

AÑO	INGRESOS PROYECTADOS	ING. /(1+i)ⁿ	EGRESOS PROYECTADOS	EGR. /(1+i)ⁿ
2014	9.022,85	8.161,45	2.259,70	2.043,97
2015	9.910,07	8.108,19	2.259,70	1.848,83
2016	10.859,38	8.036,66	2.259,70	1.672,33
2017	11.875,02	7.949,30	-2.358,16	-1.578,58
2018	12.961,53	7.848,27	10.846,06	6.567,35
TOTAL	54.628,85	40.103,87	15.267,00	10.553,89

FUENTE: Cuadro estadístico No. 5.8.
ELABORACIÓN: Las Autoras.

De acuerdo al análisis de flujos de ingresos y egresos se puede determinar que el proyecto es viable ya que la relación Beneficio – Costo es de 3,80% es decir, que por cada dólar de gasto se genera \$3,80 dólares de ingresos y \$2,80 centavos de Utilidad

5.4.4. PERÍODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL

El tiempo de recuperación de la inversión es importante conocerlo, es la evaluación financiera que nos permite conocer en qué tiempo se recuperará la inversión del proyecto, para poder tomar la decisión de si se realiza o no dicha inversión.

CUADRO No. 5.11
PERÍODO DE RECUPERACIÓN

AÑO	INVERSIÓN	FLUJOS ANUALES PROYECTADOS
0	(46.450,91)	
1		11.282,55
2		12.169,77
3		13.119,08
4		9.516,86
5		23.807,59
TOTAL	-46.450,91	69.895,85

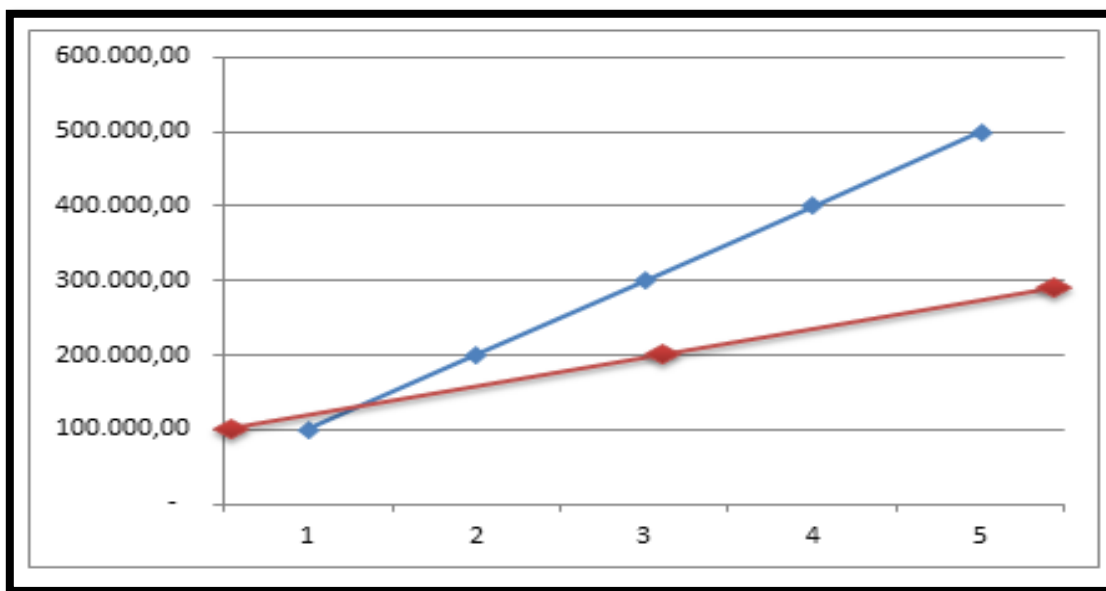
FUENTE: Cuadro No. 5.8
ELABORACIÓN: Las Autoras.

El proyecto se muestra totalmente realista, por cuanto la inversión será recuperada cuatro años y seis días.

5.4.5. PUNTO DE EQUILIBRIO

La empresa Matriz planea cada mes ventas metas, es decir, si la franquicia debe llegar a este nivel de ventas, para hacerse acreedores a bonificaciones extras.

Sin embargo debemos calcular el punto de equilibrio, para determina las ventas mínimas que nos permitan pagar el gastos administrativos.



Las ventas mínimas serán de \$ 102.300,00

5.5. EVALUACIÓN FINANCIERA

El propósito de realizar el resumen de indicadores de evaluación financiera es para tener una perspectiva general de las condiciones de factibilidad del proyecto.

CUADRO 5.12.
INDICADORES DE EVALUACIÓN FINANCIERA

INDICADOR	VALOR	CONCLUSIÓN
VALOR ACTUAL NETO	\$ 50.657,77	VIABLE
TASA INTERNA DE RETORNO	13,73%	VIABLE
COSTO / BENEFICIO	\$ 3,80	VIABLE
PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN	4 años y 6 días	VIABLE
PUNTO DE EQUILIBRIO	\$ 102.300,00	VIABLE

FUENTE: Cálculo de Evaluadores Financieros
ELABORACIÓN: Las Autoras

CAPÍTULO VI

6. ESTRUCTURA ORGÁNICA Y FUNCIONAL DE LA EMPRESA

6.1. TIPO DE EMPRESA

La Ley de Compañías en su Art. 2.- manifiesta: “Hay cinco especies de compañías de comercio, a saber:

- La compañía en nombre colectivo;
- La compañía en comandita simple y dividida por acciones;
- La compañía de responsabilidad limitada;
- La compañía anónima; y,
- La compañía de economía mixta.

Estas cinco especies de compañías constituyen personas jurídicas”.

Del análisis realizado a los diferentes tipos de compañías, se determina que, la que más se ajusta a los requerimientos y finalidades de la empresa que se formará es la Compañía de Responsabilidad Limitada.

Así pues, la mejor alternativa que permita formalizar adecuadamente la farmacia, es mediante la creación de una empresa de responsabilidad limitada, en la ciudad de Ibarra, Barrio El Olivo; con el fin de contribuir en el desarrollo de este barrio.

6.2. NOMBRE Y LOGOTIPO

Es un elemento que forma parte de la marca que coadyuva a una identificación y reconocimiento del producto



6.3. ELEMENTOS ESTRATÉGICOS

6.3.1. MISIÓN

“Somos una empresa dedicada a comercializar productos que a nuestros clientes les brinde bienestar y salud, trabajando con honestidad y eficiencia, buscando que la excelencia en servicio sea nuestro pilar fundamental de crecimiento, fomentando desarrollo y nuevas fuentes de trabajo en el Ecuador.

6.3.2. VISIÓN

“Ser líderes con alta eficiencia en la comercialización de productos para la salud y bienestar de los clientes, con una cultura diferenciadora en atención al cliente, mejoramiento continuo, crecimiento del personal y rentabilidad de la empresa”

6.4. OBJETIVOS

Los objetivos de la farmacia son:

- Comercializar productos farmacéuticos de alta calidad.
- Satisfacer las necesidades de salubridad de la población radicada en el barrio El Olivo.
- Brindar atención farmacéutica profesional y personal al paciente.
- Minimizar los costos del tratamiento de enfermedades.

6.5. POLÍTICAS DE LA EMPRESA

La farmacia operará enmarcada en las siguientes políticas:

- Atender las necesidades de pacientes/usuarios y de su entorno familiar.
- Proporcionar toda la información necesaria al paciente/usuario, para que éste haga el mejor uso de los productos que les son dispensados.
- Apoyar de forma constante el uso racional de los medicamentos.
- Control mensual de inventario.
- Control y monitoreo diario de cajas.
- Ejecución de un programa de incentivos para el Talento Humano.

6.6. VALORES CORPORATIVOS

6.6.1. LEALTAD

Nuestros colaboradores trabajan en equipo, demuestran compromiso y respeto a los valores de la empresa, somos recíprocos con la confianza depositada en cada uno de nosotros.

6.6.2. RESPONSABILIDAD

Entendemos como el cumplimiento de las funciones, dentro de la autoridad asignada. Nos comprometemos con la sociedad, el servicio a los demás. Asumimos y reconocemos las consecuencias de nuestras acciones.

6.6.3. LIDERAZGO

Somos personas comprometidas en dar ejemplo, influyendo positivamente en el trabajo de los demás, generando un trabajo de equipo que produce resultados exitosos.

6.6.4. TOMA DE DECISIÓN

Ante los eventos empresariales, tenemos la capacidad de dar soluciones y actuar frente a situaciones diversas, en un tiempo aceptable.

6.6.5. EXCELENCIA EN EL SERVICIO

Nos consideramos competentes para satisfacer continuamente las expectativas de nuestros clientes internos y externos, con actitud, agilidad y anticipándonos a sus necesidades.

6.6.6. EFICIENCIA

Utilizamos de forma adecuada los medios y recursos con los cuales contamos, para alcanzar nuestros objetivos y metas programadas, optimizando el uso de los recursos y el tiempo disponibles

6.7. ESTRUCTURA ORGÁNICA

La estructura orgánica de la empresa, es vertical que evidencia la lógica de la línea de mando, y los medios de control y dirección. Conforme crezca la empresa se deberá ampliar la estructura organizativa, acorde a las necesidades de la compañía.

6.7.1. ORGANIGRAMA

GRAFICO No. 6.1
ESTRUCTURA FUNCIONAL



FUENTE: Investigación Propia
ELABORACIÓN: Autora

6.8. NIVELES ESTRUCTURALES

La estructura orgánico-funcional de la farmacia Cía. Ltda. Estará formada de la siguiente manera.

6.8.1. NIVEL ADMINISTRATIVO.

El nivel Administrativo está compuesto por los socios de la compañía que conforman La Junta General de Socios y son responsables de la planificación, normativa y toma de decisiones.

6.8.2. NIVEL EJECUTIVO.

Este nivel Directivo o Ejecutivo está integrado por el Gerente de la compañía, quien es responsable de dirigir, orientar, conducir y supervisar la ejecución de las políticas, y las actividades de la empresa.

6.8.3. NIVEL ASESOR

El nivel asesor está conformado por la unidad de Asesoría Jurídica, constituye la instancia de consulta, consejo o asesoramiento, en la toma de decisiones, su relación de autoridad es indirecta respecto a las unidades de mando de línea u operación, su función se canaliza a través del Gerente.

6.8.4. NIVEL AUXILIAR.

El nivel auxiliar está integrado por la unidad de contabilidad y secretaría, que realizará las funciones de apoyo necesarias para el cumplimiento de las actividades de la compañía.

6.8.5. NIVEL OPERATIVO.

Nivel operativo que lo integran las unidades de producción venta, diagnóstico, serán los responsables de ejecutar los planes para cumplir con los objetivos y metas que se ha trazado la compañía.

6.9. MANUAL DE FUNCIONES

6.9.1. NIVEL LEGISLATIVO

6.9.1.1. JUNTA GENERAL DE SOCIOS.

Está constituido por los socios de la compañía y serán los responsables de la conducción de la misma, hacia la obtención de los objetivos que ella persigue, que es la comercialización de los productos farmacéuticos de alta calidad y a precios económicos. Su función básica es legislar las políticas que debe seguir la empresa, aprobar la planificación y las metas anuales, normar los procedimientos, dictar reglamentos internos, nombrar al Gerente y tomar decisiones sobre la marcha de la organización.

FUNCIONES:

A la Junta General de Socios le corresponde las siguientes funciones y atribuciones:

- Designar y remover al gerente y fijar su remuneración;
- Aprobar las cuentas y los balances que presente el gerente;
- Convenir en la cesión de los aportes sociales y en la admisión de nuevos socios;
- Decidir el aumento o disminución del capital y la prórroga del contrato social;
- Resolver, si en el contrato social no se establece otra cosa, el gravamen o la enajenación de inmuebles propios de la compañía;
- Resolver la disolución anticipada de la compañía;
- Acordar la exclusión del socio por las causales previstas en el Art. 82 de esta Ley que son las siguientes:
- El socio administrador que se sirve de la firma o de los capitales sociales en provecho propio; o que comete fraude en la administración o en la

contabilidad; o se ausenta y, requerido, no vuelve ni justifica la causa de su ausencia;

- El socio que interviniera en la administración sin estar autorizado por el contrato de la compañía;
- El socio que constituido en mora no hace el pago de su cuota social.
- El socio que quiebra; y,
- En general, los socios que falten gravemente al cumplimiento de sus obligaciones sociales.
- El socio excluido no queda libre del resarcimiento de los daños y perjuicios que hubiere causado.
- Disponer que se entablen las acciones correspondientes en contra del gerente;
- En caso de negativa de la junta general, una minoría representativa de por lo menos un veinte por ciento del capital social, podrá recurrir al juez para entablar las acciones indicadas en esta letra;
- Las demás funciones que no estuvieren otorgadas en esta Ley o en el contrato social a los gerentes, administradores u otro organismo;
- Aprobar los planes, programas, presupuestos anuales y sus reformas y responsabilizar al gerente por su ejecución;
- Autorizar la celebración de actos y contratos relativos al giro de la compañía cuya cuantía no exceda de 20.000 dólares;
- Autorizar la venta o hipoteca de bienes de la compañía;
- Interpretar o reformar el estatuto y resolver aumentos o disminuciones de capital social, de acuerdo con las disposiciones legales pertinentes; y,
- Aprobar las políticas, reglamentos internos, manuales, instructivos, procedimientos, etc.

6.9.2. NIVEL EJECUTIVO

6.5.2.1. GERENTE

El gerente es la máxima autoridad ejecutiva y representante legal de la compañía, será designado por la junta general de socios y ejercerá sus funciones por el periodo de tres años, pudiendo ser reelegido. Será responsable de la administración de la compañía, determinará las estrategias, organizará el trabajo, administrará al personal, implantará sistemas: de motivación, de información, de decisiones, de control. Jerárquicamente dependerá de la junta general de socios.

FUNCIONES:

- Representar judicial y extrajudicialmente a la compañía;
- Convocar a las sesiones de Junta General de Socios y actuar como secretario;
- Formular los planes y programas que debe cumplir la compañía y someterlos a aprobación de La Junta General de Socios;
- Dirigir y coordinar las actividades de la compañía y velar por la correcta y eficiente marcha de la misma;
- Presentar hasta el 30 de noviembre de cada año el presupuesto y el flujo de fondos para el próximo ejercicio económico, para la aprobación de La Junta General de Socios;
- Gestionar préstamos y efectivizarlos, previo la autorización de La Junta General de Socios;
- Seleccionar, contratar y remover al personal de la compañía previo conocimiento de La Junta General de Socios;
- Coordinar los programas de capacitación del personal;

- Someter a la aprobación de La Junta General de Socios el orgánico estructural y funcional de la compañía, reglamentos internos, manuales, y sus modificaciones y velar por su aplicación;
- Negociar la compra de vehículos usados previo el diagnóstico respectivo;
- Supervisar el trabajo de todas las dependencias;
- Presentar con la oportunidad del caso, los estados financieros a La Junta General de Socios para su aprobación y luego enviar a la Superintendencia de Compañías;
- Ejecutar las decisiones que se tomen en La Junta General de Socios;
- Cumplir y hacer cumplir las disposiciones de las leyes dentro del ámbito de la compañía;
- Supervisar que se realicen los pagos de impuestos en los plazos establecidos;
- Administrar de forma eficiente y efectiva los recursos de la compañía;
- Supervisar permanentemente las instalaciones de la compañía que se mantengan en excelentes condiciones de funcionamiento; y,
- Las demás funciones que le fueran asignados por La Junta General de Socios.

REQUISITOS DEL CARGO:

- Estudios superiores en administración, Economía, Contador Auditor
- Capacitación en administración y gestión del Talento Humano.
- Capacitación en formación de empresa.
- Competencias técnicas del puesto.
- Generación de ideas.
- Habilidad analítica (análisis de prioridad, criterio lógico sentido común).
- Inspección de productos o servicios
- Manejo de recursos financieros.
- Pensamiento estratégico.
- Pensamiento crítico.

- Juicio y toma de decisiones.
- Monitoreo y control.

6.9.4. NIVEL AUXILIAR

6.9.4.1. CONTADORA

Esta unidad es la encargada del manejo y control de las comunicaciones internas y externas como su archivo, brindar apoyo en ciertos aspectos administrativos coordinados por la gerencia; también es la encargada de elaborar los estados financieros de forma oportuna y razonable, jerárquicamente depende del gerente.

FUNCIONES:

- Velar por el orden, seguridad y privacidad de los documentos de la compañía;
- Preparar la documentación y los informes que correspondan a la gerencia;
- Recibir las llamadas telefónicas y correos electrónicos e informar al gerente; así como realizar las llamadas telefónicas institucionales;
- Archivar correctamente la documentación;
- Orientar a los clientes que acuden a la gerencia, con buen trato y calidez;
- Programar, organizar, dirigir, ejecutar y controlar las actividades contables;
- Asesorar al Gerente y a La Junta General de Socios en aspectos contables;
- Presentar a la gerencia un informe diario de disponibilidad de efectivo;
- Elaborar los comprobantes de pago y los cheques para los pagos acompañando las facturas u otros documentos que los respalden, de los compromisos adquiridos legalmente por la compañía.

- Realizar las recaudaciones por las ventas de la compañía adjuntando toda la documentación que justifique y diariamente realizar un parte de recaudaciones y máximo al día siguiente realizar los depósitos en el banco;
- Registrar diariamente todas las transacciones en los registros contables basándose en el manual de contabilidad;
- Elaborar con la oportunidad del caso los estados financieros, sus anexos y notas aclaratorias y someterlos a la aprobación del gerente y La Junta General de Socios;
- Realizar los roles de pago mensuales de los servidores de la compañía y proceder a su pago;
- Cancelar al SEIS, los aportes de los servidores de la compañía, realizar las actividades de agente de retención y proceder al pago de los impuestos de forma oportuna;
- Preparar conjuntamente con el gerente el presupuesto y el flujo de fondos hasta el 15 de octubre;
- Mantener de forma ordenada el archivo de contabilidad; y,
- Otras funciones que se le encomiende.
- Requisitos del cargo
- Estudios en contable
- Conocimientos de secretariado
- Experiencia en el manejo contable
- Conocimientos de PCGA, NIC. Entre otras.

DESTREZAS

- Comprensión escrita
- Comprensión oral.
- Manejo de recursos financieros
- Manejo de recursos financieros.

- Pensamiento conceptual.

6.9.5. NIVEL OPERATIVO.

6.9.5.1. FARMACÉUTICO

Es el encargado de realizar todo el proceso de comercialización y almacenamiento de los productos farmacéuticos.

FUNCIONES:

- Verificar que los medicamentos estén en buen estado y con fecha vigente.
- Verificar el número adecuado de medicamentos según el pedido.
- Exender los productos a los clientes.
- Dar una atención certificada y personalizada a los clientes
- Almacenar
- Requisitos del cargo
- Educación básica
- Tener conocimiento en sanidad.
- Experiencia en la comercialización.
- Experiencia en atención al cliente.
- Competencias técnicas del puesto - destrezas
- Comprensión Oral.
- Comprobación.
- Detección de averías.
- Inspección de productos o servicios.

6.9.5.2. VENDEDOR

Es el encargado de realizar todo el proceso de comercialización y atención al cliente.

FUNCIONES:

- Recibir la receta médica del cliente.
- Verificar que la receta tenga el sello y firma del Doctor tratante.
- Comprobar el número adecuado de medicamentos según el pedido.
- Recibir el dinero por parte del cliente.
- Exender los productos a los clientes.
- Dar una atención certificada y personalizada a los clientes
- Requisitos del cargo
- Educación básica
- Tener conocimiento en sanidad.
- Experiencia en la comercialización.
- Experiencia en atención al cliente.
- Competencias técnicas del puesto - destrezas
- Comprensión Oral.
- Comprobación.
- Detección de averías.
- Inspección de productos o servicios.

6.10. ASPECTO LEGAL PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA

6.10.1. ASPECTO LEGAL

Para intervenir en la constitución de una compañía de responsabilidad limitada, se requiere de capacidad civil para contratar; lo que garantiza la creación de un ente jurídico y aspecto del cual gozan todos los socios interesados en crear la compañía;

La compañía de responsabilidad limitada podrá tener como finalidad la realización de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles permitidas por la ley; la que garantizará la creación de la farmacia.

El capital de la compañía estará formado por las aportaciones de los socios y no será inferior al monto fijado por la Superintendencia de Compañías; esta dentro de las expectativas del capital que desean aportar los socios; el monto determinado por la Superintendencia de Compañías, según la resolución N.º 99.1.1.1.3008 de fecha 7 de septiembre de 1999, publicado en el Registro Oficial N.º 278 del jueves 16 del mismo mes y año, que manifiesta que es 400 dólares como mínimo.

Al constituirse la compañía, el capital estará íntegramente suscrito, y pagado por lo menos en el cincuenta por ciento de cada participación. Las aportaciones pueden ser en numerario o en especie y, en este último caso, consistir en bienes muebles o inmuebles que correspondan a la actividad de la compañía. El saldo del capital deberá integrarse en un plazo no mayor de doce meses, a contarse desde la fecha de constitución de la compañía; lo que anima a los futuros socios para conformar el capital con dinero en efectivo y ciertos bienes que ellos dispongan y que son útiles para el funcionamiento de la compañía.

La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre tres o más personas y no debe pasar de 15, lo que se ajusta a los requerimientos de los futuros socios que son cinco;

Que los socios, solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social, aspecto que no involucra al patrimonio privado de cada socio ya que se pone en riesgo el patrimonio aportado;

La compañía entregará a cada socio un certificado de aportación en el que constará, necesariamente, su carácter de no negociable y el número de las participaciones que por su aporte le correspondan, lo que manifiestan los futuros socios que les da la seguridad de su capital y mantener el grupo de socios.

La participación que tiene el socio en la compañía de responsabilidad limitada es transferible por acto entre vivos, en beneficio de otro u otros socios de la compañía o de terceros, si se obtuviere el consentimiento unánime del capital social, aspecto importante que garantiza la sociedad y entra dentro de las expectativas que tienen.

La creación de la compañía se hará por escritura pública, acogiendo todos los aspectos legales que exige la Superintendencia de Compañías y las formalidades legales del Notario, y se inscribirá en el Registro Mercantil; lo que se formalizará la creación de un nuevo ente jurídico que garantice llevar adelante las actividades para la cual se crea la misma y además garantice los intereses y aspiraciones de los socios. El notario incorporará al protocolo o insertará en la escritura, el certificado del representante de la sociedad que acredite el cumplimiento del requisito referido en el inciso anterior. En el libro respectivo de la compañía se inscribirá la cesión y, practicada ésta, se anulará el certificado de aportación correspondiente, extendiéndose uno nuevo a favor del cesionario.

6.10.2. PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO

Previa entrevista con las autoridades del barrio El Olivo y posteriormente con el jefe del departamento de Rentas se determinó que no existe ninguna dificultad para que se implemente una empresa de esta naturaleza en este sector. Para el funcionamiento de la empresa es necesario contar con los siguientes requisitos:

- Registro único de contribuyente (RUC)
- Permiso de funcionamiento.
- Registro Sanitario.
- Cédula del representante legal.
- Copia del certificado de votación.
- Factura del pago de un servicio básico.
- Requisitos para obtener la patente municipal por primera vez.
- Declaración juramentada del inicio de la actividad económica empresarial.
- Requisitos para obtener el permiso de funcionamiento y el registro sanitario en el ministerio de salud pública
- Permiso de la Intendencia.
- Ficha de inspección.
- Permiso del cuerpo de bomberos.
- Certificado de salud (Original y Copia)

6.11. FORMACIÓN DE LA EMPRESA

Para la formación de la compañía se desarrollará aspectos fundamentales para la formación de la entidad legal y la celebración de la escritura de constitución.

Entidad legal.- Se constituirá como compañía de responsabilidad limitada;

Socios.- La compañía se conformará con cuatro socias y socios en donde constaran los nombres y apellidos, estado civil, nacionalidad.

CUADRO N° 6.1.
NÓMINA DE SOCIOS

NOMBR ES	APELLI DOS	ESTA DO CIVI L	NACION AL.	DIRECC IÓN	TIPO DE INVERSIÓN	MONTO DÓLAR ES
Karen	Cisneros			Ibarra-		
Gabriela	Portilla	Solter a	Ecuadorian a	La Victoria	EFFECTIVO	7.862,73
Gabriela	Farinang			Ibarra –		
Alexandr a	o Vinueza	Solter a	Ecuadorian a	Los Ceibos	EFFECTIVO	7.862,73
Henry	Cadena Povea	Solter o	Ecuadorian o	Ibarra- Centro de la ciudad.	EFFECTIVO	7.862,73
Carlos	Portilla			Quito-		
Elías	Benavide s	Casad o	Ecuadorian o	Colegio Einstein	EFFECTIVO	7.862,73
FARMAENLACE					MERCADER ÍA	15.000,00
TOTAL						46.450,91

FUENTE: Investigación Propia
ELABORACIÓN: Autoras

Obligaciones Sociales.- Los socios responderán individualmente hasta por el monto de sus aportaciones; en este caso es de 7.862, 73, dólares cada socio.

Y la casa matriz proporciona el 60% del total de la mercadería, es decir 15.000, dólares.

Desarrollo de las Actividades.- Las actividades de comercialización de la farmacia se desarrollaran con el nombre de FARMACIAS ECONÓMICAS.

Objetivo social.- Comercializar productos farmacéuticos.

Capital.- Las aportaciones de cada uno de los socios serán de \$7.206,35 y FARMAENLACE “\$15.000; dando un total de capital social de \$46.450,91.

Suscripción y pago de las aportaciones.- Los socios suscribirán 1 participación cada uno y el pago se realizará en efectivo, en el momento de la conformación de la compañía.

Tiempo para la que se constituye.- La compañía tendrá una duración de 50 años.

Domicilio.- EL domicilio será la República del Ecuador, Provincia de Imbabura, Cantón Ibarra, Parroquia El Sagrario, Barrio El Olivo.

Participación de los socios.- Es transferible por acto entre vivos, en beneficio de otro u otros socios de la compañía o de terceros, si se obtuviere el consentimiento unánime del capital social;

Las deliberaciones se realizarán democráticamente, dando oportunidad de expresarse a todos los accionistas y las decisiones se tomarán por mayoría, las convocatorias a Junta General de Accionistas se realizará por escrito por parte del gerente con 4 días de anticipación, pudiendo ser convocatorias ordinarias o extraordinarias.

La creación de la compañía se realizará por medio de una escritura pública, en la cual se establecerá todo lo expuesto en los puntos anteriores y todo lo que obligue la ley de Compañías para este tipo de empresa;

Esta escritura será aprobada por el Superintendente de Compañías y se publicará el extracto de la escritura en un periódico de la ciudad de Ibarra;

Inscripción en el Registro Mercantil.- Con la autorización del Superintendente se procederá a inscribir legalmente la compañía;

Estatutos.- Con la aprobación y la inscripción de la escritura se procederá a elaborar los estatutos de la compañía para la aprobación respectiva de la Superintendencia de Compañías; y,

Los demás pactos lícitos y condiciones especiales que los socios juzguen conveniente establecer, siempre que no se opongan a lo dispuesto en esta Ley.

CAPÍTULO VII

7. ANÁLISIS DE IMPACTOS

Se sustenta la investigación realizada con el análisis técnico de impactos, utilizando una matriz de impactos la que funciona con la asignación de una calificación a los componentes del entorno o indicadores en los que se está trabajando, para lo cual se emplea la siguiente escala de medición:

7.1. ANÁLISIS DE POSIBLES IMPACTOS

Los posibles impactos que se esperan en la ejecución del proyecto son: socio-económico, comercial, empresarial, ambiental para lo cual se aplicará una matriz de impactos, siguiendo el procedimiento que a continuación se detalla:

- Señalar el impacto a analizarse.
- Estructurar una base de indicadores, los mismos que serán calificados de acuerdo a la siguiente matriz:

CUADRO No 7.1

IMPACTOS

-3	-2	-1	0	1	2	3	
Alto	Medio	Bajo	No hay	Bajo	Medio	Alto	
Impacto							
-	NEGATIVO		-	+	POSITIVO		+

FUENTE: Investigación Propia
ELABORACIÓN: Autoras

Una vez analizada la matriz, procedemos al análisis de cada uno de los impactos utilizando la siguiente fórmula.

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \frac{\text{Sumatoria de calificación}}{\text{Número de Indicadores}}$$

7.1.1. IMPACTO SOCIO-ECONÓMICO

CUADRO No 7.2

MATRIZ DE IMPACTO SOCIO-ECONÓMICO

Nº	INDICADOR	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
1	Fuentes de empleo					X			1
2	Efecto multiplicador						X		2
3	Seguridad Social					X			1
4	Salud						X		2
5	Ingresos					X			1
	TOTAL								7

FUENTE: Investigación Propia
ELABORACIÓN: Autoras

$$\text{NI} \frac{1+2+1+2+1}{3} = \frac{7}{3} = 2,33$$

El puntaje de la matriz de impacto socio-económico se encuentra en un nivel medio positivo (2), lo cual significa que con la creación de la farmacia propuesta en el presente proyecto, se genera fuentes de empleo mitigando el desempleo, además de brindar un nuevo servicio que ayudaría a la salud de todo el sector El Olivo.

7.1.2. IMPACTO COMERCIAL

CUADRO No 7.3
MATRIZ DE IMPACTO COMERCIAL

Nº	INDICADOR	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
1	Competencia					X			1
2	Tipo de Mercado							X	3
3	Segmento de Mercado						X		2
4	Canales de Distribución					X			1
5	Atención y Servicio al Cliente							X	3
TOTAL									10

FUENTE: Investigación Propia
ELABORACIÓN: Autoras

$$NI \frac{1+3+2+1+3}{3} = \frac{10}{3} = 3,33$$

El puntaje de la matriz se encuentra en un nivel medio alto, lo que refleja que de acuerdo a este impacto los resultados son favorablemente positivos, ya que los factores que se consideran son de gran importancia para el desarrollo del proyecto.

7.1.3. IMPACTO EMPRESARIAL

CUADRO No 7.4
MATRIZ DE IMPACTO EMPRESARIAL

Nº	INDICADOR	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
1	Creatividad					X			1
2	Mejoramiento Continuo						X		2
3	Rentabilidad						X		2
TOTAL									5

FUENTE: Investigación Propia
ELABORACIÓN: Autoras

$$NI \frac{1+2+2}{3} = \frac{5}{3} = 1,67$$

El puntaje de la matriz se encuentra en el nivel bajo, lo que determina que los aspectos considerados no tendrán mayor influencia para con el proyecto. Por lo tanto no indica que debemos poner énfasis en estos aspectos.

7.1.4. IMPACTO AMBIENTAL

CUADRO No 7.5
MATRIZ DE IMPACTO AMBIENTAL

Nº	INDICADOR	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
1	Manejo de Desechos					x			1
2	Contaminación de Olor					x			1
	TOTAL								2

FUENTE: Investigación Propia
ELABORACIÓN: Autoras

$$NI \frac{1 + 1}{3} = \frac{2}{3} = 0,667$$

El puntaje de la matriz se encuentra en el nivel bajo, lo que determina que el manejo de los desechos y la contaminación de Olor, no son manejados correctamente, lo cual nos afectan directamente al desarrollo de las actividades de la farmacia.

7.1.5. IMPACTO GLOBAL DEL PROYECTO

CUADRO No 7.6
MATRIZ DE IMPACTO GLOBAL

IMPACTO	EVALUACIÓN
SOCIO-ECONÓMICO	2,33
COMERCIAL	3,33
EMPRESARIAL	1,67
AMBIENTAL	0,67
TOTAL	8,00

FUENTE: Investigación Propia
ELABORACIÓN: Autoras

$$EVALUACIÓN = \frac{\sum IMPACTOS}{NÚMERO}$$

$$= 8,00 / 4$$

$$= 2,00 \text{ Impacto global del proyecto}$$

7.2. MITIGACIÓN DE IMPACTOS

Las medidas correctivas servirán como documento guía para mitigar el impacto bajo negativo ecológico hallado como resultado del análisis de impactos.

OBJETIVOS

Los objetivos generales de las medidas correctivas son:

- Analizar las posibles acciones a ejecutar para atenuar el impacto ecológico bajo negativo hallado como resultado del análisis de impactos.

- Describir los procesos, tecnologías, diseño, operación, y otros que se consideren necesarios para corregir (acciones correctivas) y controlar el impacto bajo negativo hallado.
- Priorizar la ejecución de actividades correctivas y preventivas para producir un mínimo impacto al ambiente.

METAS

- Comprometer a la alta dirección de la empresa para la protección de sus empleados y clientes a través del manejo ambientalmente seguro de todos sus procesos.
- Cumplir con la legislación ambiental propuesta implementando programas de manejo de desechos sólidos.

RESPONSABLES

La alta gerencia es responsable de:

- Implementar, comunicar y cumplir con las medidas correctivas.
- Asignar responsabilidades con respecto a seguridad ocupacional y protección ambiental.
- Proveer los recursos necesarios para la implementación de las medidas correctivas.
- Motivar a la participación de todos los empleados en las medidas correctivas.
- Valorar la efectividad de las medidas correctivas.

RECURSOS

Los recursos precisados para la ejecución de las medidas correctivas deberán ser provistos por la Gerencia General, después de analizar las necesidades para los mismos, los recursos pueden ser de carácter económico, técnico o humano.

7.2.1. PRESENTACIÓN

Las medidas correctivas están compuestas por pasos que conducirán a reducir, evitar o eliminar cualquiera de los componentes del impacto ecológico bajo negativo. Incluyendo acciones de mitigación que permitan establecer equilibrio entre la actividad de producción y el ambiente natural, la presente propuesta contiene un conjunto de acciones dentro de cada programa.

7.2.1.2. OBJETIVO

Elaborar medidas correctivas para prevenir, controlar o mitigar el impacto ecológico bajo negativo referente a los residuos generados por la farmacia.

7.2.1.3. PROGRAMAS DE MANEJO

Los programas de manejo organizan las acciones que conducirán al cumplimiento del objetivo de las medidas correctivas definiendo dos programas: Manejo de desechos sólidos no domésticos y programas especiales, cada uno con los respectivos subprogramas, proyectos y actividades.

CONCLUSIONES

- El diagnóstico situacional elaborado en la parroquia El Sagrario, barrio El Olivo de la ciudad de Ibarra, permitió caracterizar a la zona donde estará situada la Farmacia y del área de influencia del Proyecto formulado. Se analizaron aspectos tales como: la historia de formación de este barrio, su geografía, demografía, y sobre todo conocer de la actividad y desarrollo económico, todos estos datos fueron cimientos estables para ejecutar los siguientes pasos del proyecto. Se logró determinar que en El Olivo, provincia de Imbabura, tienen la necesidad de que un negocio de este tipo se implemente.
- Las bases teórico-científicas desarrolladas proporcionaron la información suficiente sobre el estado de la investigación del tema propuesto, lo que permitió sustentar científicamente cada una de las fases del proyecto diseñado. Consultas bibliográficas y aportes personales que enfocan conceptos y definiciones importantes de los variados aspectos y variables descritas para la formulación del presente proyecto.
- El desarrollo del estudio de mercado permitió demostrar la existencia de una demanda potencial insatisfecha, que fácilmente puede ser captada por la nueva empresa a constituirse. Esta parte del estudio realizado nos proporcionó valiosa información relacionada a la demanda, oferta, precios y formas de comercialización de los productos farmacéuticos para la satisfacción de los posibles clientes. Se identificó la demanda y oferta del producto en el barrio El Olivo, dándonos una pauta positiva, para la creación de la Farmacia.
- En el estudio técnico, se estableció como lugar de constitución y funcionamiento de la Farmacia, en el Barrio El Olivo ubicado en la ciudad de Ibarra, parroquia El Sagrario, debido a que los productos que se ofrecerán son

de manejo delicado, son expendidos con responsabilidad social, sanitaria y ecológica.

- En el estudio financiero y económico se pudo establecer que el proyecto es factible. La inversión inicial se recupera en cuatro años y seis días; dentro de los cinco años. Se tiene una tasa interna de retorno del 13,73% y un valor actual neto positivo de \$ 50.657,77; costo beneficio se ubica en \$ 3,80 de lo que garantiza la ejecución del proyecto para la creación de la Farmacia.
- En lo referente a la estructura orgánica y funcional, ésta ha sido diseñada de tal manera que facilitará el desempeño y normal desenvolvimiento de las actividades administrativas de la Farmacia. Se definió el aspecto legal de creación de la empresa, su misión, visión, principios corporativos, las funciones y responsabilidades de cada integrante o empleado de la compañía, por tal razón una vez establecido los términos de funcionamiento y organización no existirá errores y deslindo de trabajos ni de responsabilidades.
- El nivel de los impactos analizados es positivo, lo que determina que el proyecto a ejecutarse es totalmente viable, en la zona de influencia como es el barrio El Olivo, parroquia El Sagrario

RECOMENDACIONES

- El lugar donde se pretende crear la Farmacia, tiene gran movimiento económico, que debe ser aprovechado pero con responsabilidad social; generar un crecimiento económico y demográfico de forma planeada para que no exista problemas con la hacinación de personas y negocios.
- Se debe tomar en cuenta que el sustento teórico, sirve como base y apoyo para cualquier disposición que puedan tomar más adelante los dueños o directivos de una empresa.
- Brindar un servicio de calidad; para satisfacer las expectativas del cliente. Se debe implementar estrategias de comercialización para posicionarse en el mercado tomando en cuenta que la competencia a nivel de la ciudad es fuerte.
- Se debe comercializar productos de calidad y con una visión de responsabilidad social, respetando al consumidor, el ambiente, y las costumbres de las personas del Barrio.
- Se debe implementar esta empresa por su atractiva rentabilidad y pronta recuperación de la inversión.
- Dar a conocer a los empleados y trabajadores la organización y funcionamiento de la empresa la designación de funciones, los procesos productivos, de distribución, estatutos, las responsabilidades de cada empleado, para evitar malos entendidos en el desarrollo y funcionamiento de la empresa.

- Se deberá mantener los niveles positivos de impactos; y, en caso de que en la ejecución del proyecto existieran variaciones, tratar de emendar errores y solucionar los inconvenientes.

BIBLIOGRAFÍA

Acevedo Gabriel y Otros. (2007). *Manual de Salud Pública*. Argentina: Encuentro.

Arboleda, G. (2001). *Proyectos*, AC – Cali – Colombia

Baca, U. G. (2010). *Evaluación de Proyectos*. Costa Rica: McGraw-Hill.

Bon Jan y Otros. (2008). *Fundamentos de la Gestión de Servicios de TI Basada en ITIL*

Bravo, M. (2009). *Contabilidad General*, Séptima Edición, Editorial Nuevodia, Quito Ecuador.

Chiliquinga M, C. (2007). *Ibarra. Costos*, Primera Edición 2007, Ibarra, Ecuador.

Chiriboga, L. (2010). *Sistema Financiero*. Quito: Jokama.

Cruz, A. (2010). *Gestión Tecnológica Hospitalaria*, Editorial Universidad del Rosario.

Fernández, R. (2007). *Manual para Elaborar un Plan de Mercadotecnia*. México: McGraw-Hill.

Fleitman, J. (2005). *Evaluación Integral para implantar modelos de calidad*, Editorial Pax, México.

- Fred, D. (2003). *Conceptos de Administración Estratégica*. México: Cámara Nacional de Industria.
- Galindo, C. (2006). (2008). *Manual para la Creación de Microempresa*. Colombia.
- Gómez, D. (2006). "Contabilidad de Costos", Tercera Edición, Colombia.
- Hernández, C. (2007). *Planificación y Programación*, Editorial Universidad San José.
- Hernández, G. (2006). *Diccionario en Economía*. Colombia: Universidad Cooperativa.
- Hidalgo, R. D. (2007). *Fiscalidad de los contratos civiles y mercantiles*. España: CISS, Mayo 2007.
- Jácome, W. (2005). *Bases Teóricas Y Prácticas Para El Diseño Y Evaluación De Proyectos Productivos Y De Inversión*. Ibarra, Ibarra, Ecuador: Propia.
- Joseph, F. (2003). *Farmacología*. Buenos Aires: 20, Médica Panamericana.
- Kotler, P. (2008). *Diccionario de Mercadotecnia*. México: Trillas
- Mendoza, N (2008). *Farmacología Médica*. México: 2, Médica Panamericana.
- Miranda, J. J. (2006). *Gestión de Proyectos*.
- Urbina, G. B. (2006). *Formulación y Evaluación de Proyectos Informáticos*. México: McGraw-Hill Interamericana.
- Urbina, G. B. (2010). *Evaluación de Proyectos*. México: McGraw-Hill.

LINCOGRAFÍA

- ✓ http://www.ecuafranquicias.com/_estrategia_de_expansion__4845.htm
- ✓ <http://www.princetonhcs.org/>
- ✓ <http://www.farmaenlace.com/farmaenlace/marcas/medicity.html>
- ✓ <http://www.definicionabc.com/general/farmacia.php>
- ✓ <http://www.wordreference.com/definicion/farmacia>
- ✓ http://www.portalfarma.com/Profesionales/organizacionfcolegial/planfuturofarmaciacomunitaria/Documents/Servicios%20Farmaceuticos_mayo%202013.pdf
- ✓ <http://www.sigre.es/Diccionario/25-MEDICAMENTO/>
- ✓ <http://www.cedimcat.info/html/es/dir2434/doc10636.html>
- ✓ http://portal.ayto-santander.es/portal/page/portal/inet_santander/%5Bhtdocs%5D/%5Bsalud%5D/Sabemos%20c%C3%B3mo%20utilizar%20los%20alimentos.pdf
- ✓ <http://www.medicinanatural.org.mx/>
- ✓ <http://geosalud.com/medicinatural/Medicina%20Natural.htm>
- ✓ <http://www.aefran.org/>
- ✓ <http://www.e-conomic.es/programa/glosario/definicion-franquicia>
- ✓ <http://www.crecenegocios.com/definicion-de-franquicia/>
- ✓ <http://www.gerencie.com/la-franquicia.html>
- ✓ <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/precio-definicion-concepto.html>
- ✓ <http://www.econlink.com.ar/definicion/precio.shtml>

ANEXOS

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

DIRECCIÓN DE PLANEAMIENTO Y EVALUACIÓN INTEGRAL

ESTUDIANTES MATRICULADOS EN LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

PERÍODO ACADÉMICO OCTUBRE 2013 A FEBRERO 2014

FACULTADES	ESTUDIANTES	
	Total	%
Ingeniería en Ciencias Aplicadas (FICA)	1432	20%
Ingeniería en Ciencias Agropecuarias (FICAYA)	1160	16%
Ciencias Administrativas y Económicas (FACAE)	1610	22%
Ciencias de la Salud (CCSS)	1201	16%
Educación Ciencia y Tecnología (FECYT)	1902	26%
Total	7305	100%

DOCENTES TITULARES POR UNIDADES ACADÉMICAS Y GÉNERO (2013)						
UNIDADES ACADÉMICAS	GÉNERO				TOTAL	%
	FEMENINO	%	MASCULINO	%		
Ciencias Administrativas y Económicas	3	6,5	22	17,2	25	14,4
Ingeniería en Ciencias Aplicadas	3	6,5	31	24,2	34	19,5
Ingeniería en Ciencias Agropecuarias y Ambientales	4	8,7	26	20,3	30	17,2
Educación Ciencia y Tecnología	6	13,0	31	24,2	37	21,3
Ciencias de la Salud	26	56,5	6	4,7	32	18,4
Instituto de Educación Física	4	8,7	11	8,6	15	8,6
Instituto de Posgrado	0	0,0	1	0,8	1	0,6
Total	46	100,0	128	100,0	174	100,0

Fuente: Sistema de RRHH (Septiembre 2013)

DOCENTES TITULARES POR UNIDADES ACADÉMICAS Y GÉNERO (2013)

UNIDADES ACADÉMICAS	GÉNERO				TOTAL	%
	FEMENINO	%	MASCULINO	%		
Ciencias Administrativas y Económicas	0	0,0	3	9,1	3	4,8
Ingeniería en Ciencias Aplicadas	0	0,0	2	6,1	2	3,2
Ingeniería en Ciencias Agropecuarias y Ambientales	2	6,9	7	21,2	9	14,5
Educación Ciencia y Tecnología	5	17,2	8	24,2	13	21,0
Ciencias de la Salud	9	31,0	2	6,1	11	17,7
Vicerrectorado Académico	3	10,3	1	3,0	4	6,5
Centro Académico de Idiomas	10	34,5	10	30,3	20	32,3
Total	29	100,0	33	100,0	62	100,0

Fuente: Sistema de Roles (Septiembre 2013)

SERVIDORES PÚBLICOS

TITULARES POR FUNCIONES Y POR GÉNERO (2013)

FUNCIÓN	GÉNERO				TOTAL	%
	MASCULINO	%	FEMENINO	%		
Función Docencia	36	28,3	72	52,6	108	40,9
Biblioteca	6	300,0	7	700,0	13	433,3
Colegio Universitario UTN	1	1,5	2	3,6	3	2,5
Centro Académico de Idiomas	0	0,0	1	11,1	1	6,3
Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas	3	2,4	11	8,0	14	5,3
Facultad de Ingeniería en Ciencias Aplicadas	5	3,9	12	8,8	17	6,4
Facultad de Ingeniería en Ciencias Agropecuarias y Ambientales	7	5,5	12	8,8	19	7,2
Facultad de Educación Ciencia y Tecnología	7	5,5	9	6,6	16	6,1
Facultad Ciencias de la Salud	6	4,7	9	6,6	15	5,7
Instituto de Educación Física	1	0,8	1	0,7	2	0,8
Instituto de Posgrado	0	0,0	3	2,2	3	1,1
Vicerrectorado Académico	0	0,0	5	3,6	5	1,9
Función Investigación	2	1,6	1	0,7	3	1,1
Cuicyt	2	1,6	1	0,7	3	1,1
Función Gestión	65	51,2	55	40,1	120	45,5
Administración Central	61	48,0	42	30,7	103	39,0
Auditoría Interna	2	1,6	1	0,7	3	1,1
Bienestar Universitario	1	0,8	10	7,3	11	4,2
Centro de Biología	0	0,0	1	0,7	1	0,4
Centro de Física	0	0,0	1	0,7	1	0,4
Centro de Química	1	0,8	0	0,0	1	0,4
Función Vinculación con la Colectividad	24	18,9	9	6,6	33	12,5
Cudic	1	0,8	0	0,0	1	0,4
Comunicación Organizacional	23	18,1	9	6,6	32	12,1
Total	127	100,0	137	100,0	264	100,0

Fuente: Sistema de RRHH (septiembre 2013)

SERVIDORES PÚBLICOS

PERSONAL CÓDIGO DE TRABAJO / CONTRATO INDEFINIDO POR FUNCIONES Y POR GÉNERO (2013)

FUNCIÓN	GÉNERO				TOTAL	%
	MASCULINO	%	FEMENINO	%		
Función Docencia	14	53,8	1	50,0	15	53,6
Facultad de Ingeniería en Ciencias Agropecuarias y Ambientales	12	46,2	0	0,0	12	42,9
Facultad Ciencias de la Salud	1	3,8	1	50,0	2	7,1
Instituto de Posgrado	1	3,8	0	0,0	1	3,6
Función Gestión	12	46,2	1	50,0	13	46,4
Administración Central	11	42,3	1	50,0	12	42,9
Bienestar Universitario	1	3,8	0	0,0	1	3,6
Total	26	100,0	2	100,0	28	100,0

Fuente: Sistema de RRHH (septiembre 2013)

SERVIDORES PÚBLICOS						
PERSONAL DE LOSEP / POR FUNCIONES Y POR GÉNERO (2013)						
FUNCIÓN	GÉNERO				TOTAL	%
	MASCULINO	%	FEMENINO	%		
Función Docencia	1	12,5	6	60,0	7	38,9
Centro Académico de Idiomas	0	0,0	1	10,0	1	5,6
Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas	1	12,5	0	0,0	1	5,6
Facultad de Ciencias de la Salud	0	0,0	1	10,0	1	5,6
Facultad de Educación Ciencia y Tecnología	0	0,0	1	10,0	1	5,6
Facultad de Ciencias Aplicadas	0	0,0	1	10,0	1	5,6
Facultad de Ingeniería en Ciencias Agropecuarias y Ambientales	0	0,0	2	20,0	2	11,1
Función Gestión	0	0,0	3	30,0	3	16,7
Administración Central	0	0,0	1	10,0	1	5,6
Bienestar Universitario	0	0,0	2	20,0	2	11,1
Función Vinculación con la Colectividad	7	87,5	1	10,0	8	44,4
Cudic	3	37,5	0	0,0	3	16,7
Comunicación Organizacional	4	50,0	1	10,0	5	27,8
Total	8	100,0	10	100,0	18	100,0

Fuente: Sistema de RRHH (septiembre 2013)

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA
DIRECCIÓN DE PLANEAMIENTO Y EVALUACIÓN INTEGRAL
ESTUDIANTES MATRICULADOS CURSO DE NIVELACIÓN 2013**

FACULTADES	CARRERAS	GÉNERO		
		Femenino	Masculino	Total
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS	Ingeniería Comercial	41	26	67
	Ingeniería en Contabilidad y Auditoría	90	31	121
	Ingeniería en Economía Mención Finanzas	15	11	26
	Ingeniería en Mercadotecnia	17	14	31
TOTAL FACULTAD		163	82	245
CIENCIAS DE LA SALUD	Licenciatura en Enfermería	58	13	71
	Licenciatura en Terapia Física Médica	26	8	34
	Licenciatura en Nutrición y Salud Comunitaria	34	1	35
	TOTAL FACULTAD	118	22	140
INGENIERÍA EN CIENCIAS AGROPECUARIAS Y AMBIENTALES	Ingeniería Forestal	14	19	33
	Ingeniería en Recursos Naturales Renovables	44	26	70
	Ingeniería Agroindustrial	22	9	31
	Ingeniería Agropecuaria	30	28	58
TOTAL FACULTAD		112	16	128
EDUCACIÓN CIENCIA Y TECNOLOGÍA	TOTAL FACULTAD	122	98	220
	Ingeniería en Mantenimiento Automotriz	1	36	37
	Ingeniería en Mantenimiento Eléctrico	2	27	29
	Ingeniería en Turismo	17	13	30
	Licenciatura en Diseño Gráfico	8	22	30
	Licenciatura en Artes Plásticas	10	7	17
	Licenciatura en Educación Física	0	1	1
	Licenciatura en Inglés	2	1	3
	Licenciatura en Física y Matemática	3	0	3
	Licenciatura en Psicología Educativa y Orientación Vocacional	4	3	7
	Licenciatura en Diseño y Publicidad	3	14	17
	Licenciatura en Secretariado Ejecutivo en Español	38	4	42
	Licenciatura en Entrenamiento Deportivo	0	4	4
	Licenciatura en Docencia en Educación Parvularia	1	0	1
TOTAL FACULTAD	89	132	221	
INGENIERÍA EN CIENCIAS APLICADAS	Ingeniería Electrónica y Redes de Comunicación	9	26	35
	Ingeniería en Sistemas Computacionales	7	27	34
	Ingeniería en Mecatrónica	8	29	37
	Ingeniería Textil	20	11	31
TOTAL FACULTAD		18	20	38
TOTAL FACULTAD		62	113	175
TOTAL UNIVERSIDAD		554	447	1001

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

DIRECCIÓN DE PLANEAMIENTO Y EVALUACIÓN INTEGRAL

DOCENTES TITULARES POR UNIDADES ACADÉMICAS Y GÉNERO

UNIDADES ACADÉMICAS	GÉNERO		TOTAL
	MASCULINO	FEMENINO	
Ciencias Administrativas y Económicas	28	3	31
Ingeniería en Ciencias Aplicadas	34	3	37
Ingeniería en Ciencias Agropecuarias y Ambientales	38	4	42
Educación Ciencia y Tecnología	51	5	56
Ciencias de la Salud	7	30	37
Instituto de Educación Física	11	4	15
Total	169	49	218

Fuente: Sistema Estadístico Integrado

UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE

DIRECCIÓN DE PLANEAMIENTO Y EVALUACIÓN INTEGRAL

DOCENTES A CONTRATO POR UNIDADES ACADÉMICAS Y GÉNERO

UNIDADES ACADÉMICAS	GÉNERO		TOTAL
	MASCULINO	FEMENINO	
Ciencias Administrativas y Económicas	20	13	33
Ingeniería en Ciencias Aplicadas	27	7	34
Ingeniería en Ciencias Agropecuarias y Ambientales	13	3	16
Educación Ciencia y Tecnología	18	3	21
Ciencias de la Salud	17	24	41
Instituto de Educación Física	1	0	1
Centro Académico de Idiomas	10	12	22
Vicerrectorado Académico	1	4	5
Total	107	66	173

Fuente: Sistema Estadístico Integrado

UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE
DIRECCIÓN DE PLANEAMIENTO Y EVALUACIÓN INTEGRAL

SERVIDORES PÚBLICOS			
A NOMBRAMIENTO POR DEPENDENCIAS Y GÉNERO			
FUNCIÓN	GÉNERO		TOTAL
	MASCULINO	FEMENINO	
Función Docencia	35	70	105
Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas	3	12	15
Facultad de Ingeniería en Ciencias Aplicadas	5	13	18
Facultad de Ingeniería en Ciencias Agropecuarias y Ambientales	8	12	20
Facultad de Educación Ciencia y Tecnología	10	13	23
Facultad Ciencias de la Salud	5	10	15
Vicerrectorado Académico	0	2	2
Biblioteca	4	8	12
Centros	2	3	5
Centro de Biología	0	1	1
Centro de Física	0	1	1
Centro de Idiomas	1	1	2
Centro de Química	1	0	1
Función Gestión	102	73	175
Administración Central	75	54	129
Bienestar Universitario	1	8	9
Comunicación Organizacional	20	5	25
Investigación Científica y Tecnológica	2	2	4
Vinculación con la Colectividad	4	4	8
Total	139	146	285

Fuente: Sistema Estadístico Integrado

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

DIRECCIÓN DE PLANEAMIENTO Y EVALUACIÓN INTEGRAL

SERVIDORES PÚBLICOS A CONTRATO POR FUNCIÓN Y GÉNERO (2012)

FUNCIÓN	GÉNERO		TOTAL
	MASCULINO	FEMENINO	
Función Docencia	5	7	12
Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas	1	1	2
Facultad de Ingeniería en Ciencias Aplicadas	0	1	1
Facultad de Ingeniería en Ciencias Agropecuarias y Ambientales	2	2	4
Facultad de Educación Ciencia y Tecnología	2	2	4
Facultad Ciencias de la Salud	0	1	1
Centro de Idiomas	0	1	1
Centro de Idiomas	0	1	1
Función Gestión	11	26	37
Bienestar Universitario	0	5	5
Departamento de Informática	1	4	5
Dirección Financiera	0	3	3
Dirección de Recursos Humanos	1	4	5
Instituto de Estudios Socioeconómicos	1	0	1
Procuraduría General	0	1	1
Rectorado	0	1	1
Unidad de Mantenimiento	0	1	1
Vicerrectorado Administrativo	0	1	1
Instituto de Posgrado	0	2	2
Vinculación con la Colectividad	4	1	5
Comunicación Organizacional	4	3	7
Total	16	34	50

Fuente: Sistema Estadístico Integrado

LINEA NUEVA

m o b i l i a r i o C i a L t d a

PROFORMA
N°02489

RUC:1091734547001

Ibarra, 03 DE AGOSTO DE 2013

Cliente: **FARMAENLACE**

Dirección: **IBARRA**

TELF: 2644651

Conf.	Detalle	V. Unitario	V. Total
1	ESTACION DE TRABAJO Modelo "BIG ECO" Elaborada en Melaminico Duraplac Doble Cara de 25mm Con filo PVC muy resistente, Tamaño 1.40cm x 1.60cm con "L", Contiene 1 Faldón en Melaminico, 1 Placa Lateral, 1 Base Mixta (Metal y Melaminico) (1) Cajonera Triple en Melaminico con seguridad para las 3 gavetas, (1) Porta Teclado de Riel con portaplápices frontal (1) Pasacable Redondo de plástico.		218.75
1	ESCRITORIOS INDIVIDUALES, Elaborados en Melaminico Duraplac de 19mm Doble Cara con filo PVC muy resistente, Tamaño 1.20cmx 0.60cm Incluye 1 Cajonera Triple en Melaminico Con Seguridad para las tres gavetas, 1 Porta Teclado de Riel, 1 Pasacable Redondo de Plástico.		147.32
2	SILLA CAJERO, Neumática s/brazos, con Sistema de Regulación de altura, Aro Plástico, Base 5 Puntas con garuchas Plásticas, Tapiz Cuerna Negra.	100.00	200.00
3	ARCHIVADOR O CANCEL AÉREO, Fabricados en Melaminico Tamaño 0,90cm de Ancho x0,40cm de Alto x0,30cm de Profundidad. Con Sistema de riel interno en la Tapa. Con Chapa de Seguridad.	71.43	214.29
1	SILLON PRESIDENTE 1161 C/B IMPORTADO base 5 puntas regulación de altura y Reclinación Tapiz cuerna negra		151.78
1	Silla Focus Sin Brazos tapiz cuerna negra neumática. Base 5 puntas.		68.75
1	Sillón Espera Grafiti TRIPERSONAL c/b Cuerna Negra		158.26
Tiempo de Entrega: 15 días Laborables		Subtotal \$	1,157.14
Forma de Pago: 60% al Pedido y 40% a la Entrega			
Validez Proforma: Quince días		IVA 12%	138.56
Tiempo de Garantía: Un Año de Garantía por Daños de Fabrica		TOTAL \$	1,295.70

LINEA NUEVA
m o b i l i a r i o C i a L t d a
RUC: 1091734547001

Entregué Conforme
Irene Játiva

Recibí Conforme

Reinventamos espacios
Muebles para Oficina y Hogar

Exhibición: Pedro Moncayo y Olmedo Esq.
(Frente al Banco Pacifico) Telfs: 2953-400 / 2953-401
Fábrica: Juan Montalvo 6-59 y Oviedo
(Frente Iglesia San Francisco) Telf: 2612-791
Ibarra - Ecuador

COMPUTOTAL

Todo para su computador.

COMPUTADORES Y SUMINISTROS DE COMPUTACIÓN
RUC:0400734109001

PROFORMA

CLIENTE: GABRIELA FARINANGO

RUC. 100368465-9

FECHA: 3 DE AGOSTO 2013

TEL: 2958463

DIR. LOS CEIBOS



CANT.	DESCRIPCIÓN	VALOR U.	VALOR T.
2	COMPUTADORAS CORE I5 3.0 GHZ COMBO CASE (TECLADO, MOUSE, PARLANTES) MAINBOARD INTEL H61CR PROCESADOR CORE I5 DE 3.0 GHZ MEMORIA DE 4GB. DISCO DURO DE 1 THB. DVDWRITER 22X SAMSUNG / LG LECTOR DE TARJETAS MONITOR DE 18.5" LG EN LED REGULADOR DE VOLTAJE COBERTORES, PADS MOUSE SILLA HIDRAHULICA FLASH DE 8GB.	647,32	1.294,64
GARANTIA: UN AÑO		SUB TOTAL	1.294,64
		12% IVA	155,36
		TOTAL	1.450,00

Nota: Esta Proforma es válida por 15 días

 **COMPUTOTAL**
COMPUTADORES Y SUMINISTROS
RUC: 0400734109001
VENTAS
BARRA - ECUADOR

COMPAQ

Local 1: Av. Atahualpa 14-125 y Teodoro Gómez de la Torre-frente al ITSITelf: (06) 2603 687-Telefax: (06) 2953 470
Local 2: Bolívar 12-115 entre Rafael Larrea y Obispo Mosquera Telf: (06) 2605 086-Telefax: (6) 2957 626
Email: ventas@computotal.com

COMPUTOTAL

Todo para su computador.

COMPUTADORES Y SUMINISTROS DE COMPUTACIÓN
RUC:0400734109001



PROFORMA

CLIENTE: GABRIELA FARINANGO

RUC: 100368465-9

FECHA: 3 DE AGOSTO 2013

TEL: 2958463

DIR. LOS CEIBOS

CANT.	DESCRIPCIÓN	VALOR U.	VALOR T.
3	CAMARAS DE VIGILANCIA TV-IP751 WC MARCA TRENDNET WIRELESS	129,46	388,39
1	CALCULADORA XTRATECH STANDARD	8,03	8,03
2	LECTORES DE CODIGO DE BARRA. VOYAGER.	151,79	303,57
GARANTIA: UN AÑO		SUB TOTAL	699,99
		12% IVA	83,99
		TOTAL	783,99

Nota: Esta Proforma es válida por 15 días

COMPUTOTAL
RUC: 0400734109001
VENTAS
Ecuador

COMPAQ

Local 1: Av. Atahualpa 14-125 y Teodoro Gómez de la Torre-frente al ITS Telf: (06) 2603 687-Telefax: (06) 2953 479
Local 2: Bolívar 12-115 entre Rafael Larrea y Obispo Mosquera Telf: (06) 2605 086-Telefax: (6) 2957 626
E-mail: compu@compu4u@hotmail.com Ibarra - Ecuador



WORLD COMPUTERS
Su inversión Inteligente



Razón Social para Emisión de Retención: **NORMA YOLANDA CORDOVA PALADINES**

RUC: 0701084121001

CONTRIBUYENTE ESPECIAL Resolución N°466 - NO EFECTUAR RETENCIÓN DEL IVA

Señores : FARMACIA LACT
Atención : Sra. Gabriela Cisneros
Teléfono : 2644651
Dirección : IBARRA
Fecha de Envío : 03 de Agosto del 2013

PROFORMA

Contacto: Srta. Tanya Armas Cel. 0994 039 492

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
4	Computadores de Escritorio Procesador INTEL Pentium Dual Core 2.9 Ghz Board Biostar H61MLV1155/DOR3 Disco duro 500 Gb SATA Seagate 7200Rpm RAM 4 Gb DDR3 PC-1333Mhz Kingston DVD Writer / Lector de Tarjetas Monitor 19.5" LED LG 19EN33S-B 1360x768 Teclado, Mouse, Parlantes Genius Regulador de Voltaje / Padmouse y Cobertoras	449,00	1.796,00
2	Multifunción HP 2515: Impresora, Copiadora y Scanner	56,00	112,00
2	Lector Código de Barras Honeywell Voyager 1200G	149,00	298,00
2	Impresora Matricial Epson TM-U220PD Paralela	220,00	440,00
2	Caja Registradora SAMSUNG 4S ER350	397,00	794,00
3	Camara Vigilancia Trendnet TV-IP781WC - Dot Mov-wireless	96,00	288,00
1	Fax Panasonic KX-FT501 Papel Termico	122,00	122,00
1	Telefono Panasonic KX-TG4061 Inalámbrico	33,00	33,00
Garantía: 3 años Intel y Kingston / 1 accesorios Opcional: Lic. Windows 8 680+iva		Subtotal	3.883,00
		IVA 12%	465,96
		Total	4.348,96

La Garantía y Confianza es lo más importante...

Importante: Si necesita mayor información y asesoramiento no dude en llamarnos

ESTAMOS A SU SERVICIO

23 AÑOS DE EXPERIENCIA SERIEDAD Y CONSTANCIA

Pedro Moncayo 2-53 y Rocahuerta

Teléfonos: 2608-010 / 2 640-333 / 2950-008 / 2 640-444 Telefax 2 643_036



<http://www.farmaenlace.com>

Dirección: Av. Capitan Rafel Ramos E2-210 Y Castelli
Quito
Pichincha

Contacto: Desarrollo Humano

Correo-E: daniломendez@farmaenlace.com

Información sobre la empresa:

Farmaenlace Cía. Ltda., con sede en Quito – Ecuador, es una empresa dedicada a la distribución y comercialización de productos farmacéuticos y artículos de primera necesidad. Nace en el año de 2005 luego de la realización de una alianza estratégica entre dos importantes empresas distribuidoras farmacéuticas: Representaciones Ortiz Cevallos y Farmacéutica Espinosa

Farmacéutica Espinosa ingresó en el año de 1981, contaba con Difarmes como punto de venta mayorista y Farmacias Medicity Representaciones Ortiz Cevallos ingresó al mercado 1990 como distribuidora farmacéutica y se incorporó dentro de su negocio a la marca de Farmacias Way´s.

Farmaenlace Cía. Ltda. Actualmente es propietaria de las marcas

- * Farmacias Económicas
- * Medicity
- * Farmadescuentos
- * Zermat,

* Difarmes.

Ya en el año 2006 Farmaenlace ocupa el puesto 175 dentro de las 500 mejores empresas en el país y en el 2012 en el puesto 76.

Nuestra Actividad Implica:

- * Servir a nuestros clientes con una cultura diferenciadora de atención al cliente.
- * Mantener altos estándares de servicio y calidad con nuestra atención personalizada.
- * Atender las necesidades de nuestros clientes.
- * Dar seguridad y respaldo a través de un equipo capacitado y calificado.

Puestos vacantes:

1. - Dependientes/Mostradores de farmacia (Bolívar)

Somos una empresa dedicada a la distribución y comercialización de productos para el bienestar, salud, belleza y cuidado personal. Tenemos presencia a nivel nacional siendo líderes en varias líneas de negocio. Actualmente, nos encontramos en la búsqueda de Administradores y Mostradores para Farmacia para el Valle de Tumbaco (Quito). REQUISITOS Formación Académica: Bachiller como mínimo. Experiencia Profesional: En funciones y cargos similares de por lo menos un año dentro de farmacias. Disponibilidad: (continúa)

Localidad: Bolivar - Bolívar

Salario: Básico+Horas Extras +Comisiones

Fecha: 21 de agosto de 2013

2. - Dependientes/Mostradores de farmacia (Chimborazo)

Somos una empresa dedicada a la distribución y comercialización de productos para el bienestar, salud, belleza y cuidado personal. Tenemos presencia a nivel nacional siendo líderes en varias líneas de negocio. Actualmente, nos encontramos en la búsqueda de Administradores y Mostradores para Farmacia para el Valle de Tumbaco (Quito). REQUISITOS Formación Académica: Bachiller como mínimo. Experiencia Profesional: En funciones y cargos similares de por lo menos un año dentro de farmacias. Disponibilidad: (continúa)

Localidad: Riobamba - Chimborazo

Salario: Básico+Horas Extras +Comisiones

Fecha: 21 de agosto de 2013

3. - Dependientes/Mostradores de farmacia (Cotopaxi)

Somos una empresa dedicada a la distribución y comercialización de productos para el bienestar, salud, belleza y cuidado personal. Tenemos presencia a nivel nacional siendo líderes en varias líneas de negocio. Actualmente, nos encontramos en la búsqueda de Administradores y Mostradores para Farmacia para el Valle de Tumbaco (Quito). REQUISITOS Formación Académica: Bachiller como mínimo. Experiencia Profesional: En funciones y cargos similares de por lo menos un año dentro de farmacias. Disponibilidad: (continúa)

Localidad: Latacunga - Cotopaxi

Salario: Básico+Horas Extras +Comisiones

Fecha: 21 de agosto de 2013

4. - **Dependientes/Mostradores de farmacia (El Oro)**

Somos una empresa dedicada a la distribución y comercialización de productos para el bienestar, salud, belleza y cuidado personal. Tenemos presencia a nivel nacional siendo líderes en varias líneas de negocio. Actualmente, nos encontramos en la búsqueda de Administradores y Mostradores para Farmacia para el Valle de Tumbaco (Quito). REQUISITOS Formación Académica: Bachiller como mínimo. Experiencia Profesional: En funciones y cargos similares de por lo menos un año dentro de farmacias. Disponibilidad: (continúa)

Localidad: Machala - El Oro

Salario: Básico+Horas Extras +Comisiones

Fecha: 21 de agosto de 2013

5. - **Dependientes/Mostradores de farmacia (Imbabura)**

Somos una empresa dedicada a la distribución y comercialización de productos para el bienestar, salud, belleza y cuidado personal. Tenemos presencia a nivel nacional siendo líderes en varias líneas de negocio. Actualmente, nos encontramos en la búsqueda de Administradores y Mostradores para Farmacia para el Valle de Tumbaco (Quito). REQUISITOS Formación Académica: Bachiller como mínimo. Experiencia Profesional: En funciones y cargos similares de por lo menos un año dentro de farmacias. Disponibilidad: (continúa)

Localidad: Imbabura - Imbabura

Salario: Básico+Horas Extras +Comisiones

Fecha: 21 de agosto de 2013

6. - **Dependientes/Mostradores de farmacia (La Concordia)**

Somos una empresa dedicada a la distribución y comercialización de productos para el bienestar, salud, belleza y cuidado personal. Tenemos presencia a nivel nacional siendo líderes en varias líneas de negocio. Actualmente, nos encontramos en la búsqueda de Administradores y Mostradores para Farmacia para el Valle de Tumbaco (Quito). REQUISITOS Formación Académica: Bachiller como

mínimo. Experiencia Profesional: En funciones y cargos similares de por lo menos un año dentro de farmacias. Disponibilidad: (continúa)

Localidad: La Concordia - Esmeraldas

Salario: Básico+Horas Extras +Comisiones

Fecha: 21 de agosto de 2013

7. - **Dependientes/Mostradores de farmacia (Los Ríos)**

Somos una empresa dedicada a la distribución y comercialización de productos para el bienestar, salud, belleza y cuidado personal. Tenemos presencia a nivel nacional siendo líderes en varias líneas de negocio. Actualmente, nos encontramos en la búsqueda de Administradores y Mostradores para Farmacia para el Valle de Tumbaco (Quito). REQUISITOS Formación Académica: Bachiller como mínimo. Experiencia Profesional: En funciones y cargos similares de por lo menos un año dentro de farmacias. Disponibilidad: (continúa)

Localidad: Babahoyo - Los Ríos

Salario: Básico+Horas Extras +Comisiones

Fecha: 21 de agosto de 2013

8. - **Dependientes/Mostradores de farmacia (Manabi)**

Somos una empresa dedicada a la distribución y comercialización de productos para el bienestar, salud, belleza y cuidado personal. Tenemos presencia a nivel nacional siendo líderes en varias líneas de negocio. Actualmente, nos encontramos en la búsqueda de Administradores y Mostradores para Farmacia para el Valle de Tumbaco (Quito). REQUISITOS Formación Académica: Bachiller como mínimo. Experiencia Profesional: En funciones y cargos similares de por lo menos un año dentro de farmacias. Disponibilidad: (continúa)

Localidad: Portoviejo - Manabí

Salario: Básico+Horas Extras +Comisiones

Fecha: 21 de agosto de 2013

9. - **Dependientes/Mostradores de farmacia (Sucumbios)**

Somos una empresa dedicada a la distribución y comercialización de productos para el bienestar, salud, belleza y cuidado personal. Tenemos presencia a nivel nacional siendo líderes en varias líneas de negocio. Actualmente, nos encontramos en la búsqueda de Administradores y Mostradores para Farmacia para el Valle de Tumbaco (Quito). REQUISITOS Formación Académica: Bachiller como mínimo. Experiencia Profesional: En funciones y cargos similares de por lo menos un año dentro de farmacias. Disponibilidad: (continúa)

Localidad: Nueva Loja - Sucumbíos
Salario: Básico+Horas Extras +Comisiones
Fecha: 21 de agosto de 2013

10. - **Dependientes/Mostradores de farmacia (Tungurahua)**

Somos una empresa dedicada a la distribución y comercialización de productos para el bienestar, salud, belleza y cuidado personal. Tenemos presencia a nivel nacional siendo líderes en varias líneas de negocio. Actualmente, nos encontramos en la búsqueda de Administradores y Mostradores para Farmacia para el Valle de Tumbaco (Quito). REQUISITOS Formación Académica: Bachiller como mínimo. Experiencia Profesional: En funciones y cargos similares de por lo menos un año dentro de farmacias. Disponibilidad: (continúa)

Localidad: Ambato - Tungurahua
Salario: Básico+Horas Extras +Comisiones
Fecha: 21 de agosto de 2013

11. - **Cosmetólogas Vendedoras**

Somos una empresa dedicada a la distribución y comercialización de productos para el bienestar, salud, belleza y cuidado personal. Tenemos presencia a nivel nacional siendo líderes en varias líneas del negocio. Actualmente nos encontramos en la búsqueda de Cosmetólogas y Estilistas para la ciudad de Quito. Formación Académica: Título de Cosmetóloga, Cosmiatra o Estilista Experiencia profesional: Mínimo 1 año en cargos similares Disponibilidad: Tiempo completo e inmediato. Residencia: Que (continúa)

Localidad: Quito - Pichincha
Salario: 323 más comisiones
Fecha: 26 de agosto de 2013

12. - **Cosmetólogas Vendedoras**

Somos una empresa dedicada a la distribución y comercialización de productos para el bienestar, salud, belleza y cuidado personal. Tenemos presencia a nivel nacional siendo líderes en varias líneas del negocio. Actualmente nos encontramos en la búsqueda de Cosmetólogas y Estilistas para la ciudad de Guayaquil. Formación Académica: Título de Cosmetóloga, Cosmiatra o Estilista Experiencia profesional: Mínimo 1 año en cargos similares Disponibilidad: Tiempo completo e inmediato. Residencia: (continúa)

Localidad: Guayaquil - Guayas
Salario: 323 más comisiones
Fecha: 26 de agosto de 2013

13. - **Animador de Eventos**

Somos una empresa dedicada a la distribución y comercialización de productos para el bienestar, salud, belleza y cuidado personal. Tenemos presencia a nivel nacional, siendo líderes en varias líneas del negocio. Actualmente nos encontramos en la búsqueda de un Asistente de Eventos. Formación Académica: Estudios secundarios concluidos con título de Bachiller deseable con estudios superiores en Marketing, Administración de Empresas, Artes, carrera no concluida. Experiencia Profesional: Mínimo un año (continúa)

Localidad: Guayaquil - Guayas

Salario: Sueldo Base + Bono por Objetivos

Fecha: 27 de agosto de 2013

14. - **Asistente Junior de Tesorería**

Somos una empresa dedicada a la distribución y comercialización de productos para el bienestar, salud, belleza y cuidado personal. Tenemos presencia a nivel nacional, siendo líderes en varias líneas de negocio. Actualmente, nos encontramos en la búsqueda de un Asistente Junior de Tesorería. Formación Académica: Titulados de Bachiller, con estudios superiores en el área de Contabilidad y Tesorería. Experiencia Profesional: Mínimo 1 año en funciones y cargos similares. Disponibilidad: Tiempo (continúa)

Localidad: Quito - Pichincha

Salario: \$400 + \$50 por cumplimiento de objetivos

Fecha: 5 de septiembre de 2013

15. - **Dibujante**

Somos una empresa dedicada a la distribución y comercialización de productos para el bienestar, salud, belleza y cuidado personal. Tenemos presencia a nivel nacional siendo líderes en varias líneas del negocio. Actualmente, nos encontramos en la búsqueda de un Dibujante Arquitectónico para integrar nuestro equipo de trabajo. REQUISITOS: Formación Académica: Educación Técnica con experiencia en Dibujante arquitectónico, o carreras afines. Experiencia Profesional : En funciones y cargos similares (continúa)

Localidad: Quito - Pichincha

Salario: \$450

Fecha: 5 de septiembre de 2013

16. - **Administradores y Mostradores de Farmacia para la ciudad de Ambato y Baños**

Somos una empresa dedicada a la distribución y comercialización de productos para el bienestar, salud, belleza y cuidado personal. Tenemos presencia a nivel nacional siendo líderes en varias líneas de negocio. Actualmente, nos encontramos en la búsqueda de Administradores de Farmacia para la ciudad de Ambato. REQUISITOS Formación Académica: Bachiller como mínimo. Experiencia Profesional: En funciones y cargos similares de por lo menos un año dentro de farmacias. Indispensable experiencia en (continúa)

Localidad: Ambato - Tungurahua

Salario: Sueldo Base + Comisiones + Horas Extras

Fecha: 24 de septiembre de 2013

17. - **Administradores y Mostradores de Farmacia para la ciudad de Huaquillas**

Somos una empresa dedicada a la distribución y comercialización de productos para el bienestar, salud, belleza y cuidado personal. Tenemos presencia a nivel nacional siendo líderes en varias líneas de negocio. Actualmente, nos encontramos en la búsqueda de Administradores de Farmacia para la ciudad de Huaquillas REQUISITOS Formación Académica: Bachiller como mínimo. Experiencia Profesional: En funciones y cargos similares de por lo menos un año dentro de farmacias. Indispensable experiencia en (continúa)

Localidad: Huaquillas - Los Ríos

Salario: Sueldo Base + Comisiones + Horas Extras

Fecha: 24 de septiembre de 2013

18. - **Administradores y Mostradores de Farmacia para la ciudad de Riobamba.**

Somos una empresa dedicada a la distribución y comercialización de productos para el bienestar, salud, belleza y cuidado personal. Tenemos presencia a nivel nacional siendo líderes en varias líneas de negocio. Actualmente, nos encontramos en la búsqueda de Administradores de Farmacia para la ciudad de Riobamba y sus alrededores REQUISITOS Formación Académica: Bachiller como mínimo. Experiencia Profesional: En funciones y cargos similares de por lo menos un año dentro de farmacias. (continúa)

Localidad: Riobamba - Chimborazo

Salario: Sueldo Base + Comisiones + Horas Extras

Fecha: 24 de septiembre de 2013

19. - **Administradores y Mostradores de Farmacia para la ciudad de Shushufindi y sus alrededores**

Somos una empresa dedicada a la distribución y comercialización de productos para el bienestar, salud, belleza y cuidado personal. Tenemos presencia a nivel nacional siendo líderes en varias líneas de negocio. Actualmente, nos encontramos en la búsqueda de Administradores de Farmacia para la

ciudad de Shushufindi y sus alrededores. REQUISITOS Formación Académica: Bachiller como mínimo. Experiencia Profesional: En funciones y cargos similares de por lo menos un año dentro de farmacias. (continúa)

Localidad: Shushufindi - Sucumbíos

Salario: Sueldo Base + Comisiones + Horas Extras

Fecha: 24 de septiembre de 2013

20. - **Administradores y Mostradores de Farmacia para la ciudad de Ibarra**

Somos una empresa dedicada a la distribución y comercialización de productos para el bienestar, salud, belleza y cuidado personal. Tenemos presencia a nivel nacional siendo líderes en varias líneas de negocio. Actualmente, nos encontramos en la búsqueda de Administradores de Farmacia para la ciudad de Ibarra y sus alrededores REQUISITOS Formación Académica: Bachiller como mínimo. Experiencia Profesional: En funciones y cargos similares de por lo menos un año dentro de farmacias. Indispensable (continúa)

Localidad: Ibarra - Imbabura

Salario: Sueldo Base + Comisiones + Horas Extras

Fecha: 24 de septiembre de 2013

21. - **Administradores y Mostradores de Farmacia para la ciudad de Babahoyo**

Somos una empresa dedicada a la distribución y comercialización de productos para el bienestar, salud, belleza y cuidado personal. Tenemos presencia a nivel nacional siendo líderes en varias líneas de negocio. Actualmente, nos encontramos en la búsqueda de Administradores de Farmacia para la ciudad de Babahoyo y sus alrededores REQUISITOS Formación Académica: Bachiller como mínimo. Experiencia Profesional: En funciones y cargos similares de por lo menos un año dentro de farmacias. (continúa)

Localidad: Babahoyo - Los Ríos

Salario: Sueldo Base + Comisiones + Horas Extras

Fecha: 24 de septiembre de 2013

RESUMEN DE LA ENTREVISTA #1

El Doctor Segundo Carranco concedió la entrevista en donde supo manifestar que:

- ✓ En la actualidad la mayoría de las farmacias no tienen personal especializado para la atención de las mismas.
- ✓ La mayoría de las farmacias no tienen clara la actividad para la que están creadas que es el servicio a la comunidad, más no sólo un rédito económico.
- ✓ El maneja sus ingresos y realiza directamente los pedidos con las distribuidoras farmacéuticas.
- ✓ La atención al cliente es personalizada debido a que el guía a sus clientes en las recetas que puede comprar o los medicamentos genéricos.
- ✓ El público al que está dirigido su negocio es en su mayoría a gente de escasos recursos.
- ✓ En su local se dedica a realizar pequeños análisis de laboratorio y la venta exclusiva de medicamentos o insumos farmacéuticos.
- ✓ El no realiza actividades de publicidad debido a que el considera que brinda un servicio excelente y que los pacientes reconocen eso y vuelven sin necesidad de llamar la atención.
- ✓ Trabaja con una asistente y él, argumenta que no es necesario más personal.

RESUMEN DE LA ENTREVISTA #2

El Señor Patricio Chiriboga propietario de la Farmacia Económica Santa Mónica, ubicada en las Av. Teodoro Gómez de la Torre y Atahualpa; en la entrevista supo manifestar que:

- Una farmacia debe tener Dirección técnica y responsabilidad de un profesional químico farmacéutico o bioquímico farmacéutico.

- Las farmacias pueden expender exclusivamente medicamentos de uso y consumo humano, especialidades farmacéuticas, productos naturales procesados de uso medicinal, productos biológicos, insumos, dispositivos médicos, cosméticos y productos dentales.
- Los productos que se venden deben estar con las etiquetas sin alteración, identificadas las fechas de elaboración y expedición, no deberán ser muestras médicas o donaciones.
- Pone énfasis en que en la actualidad la presentación de la receta es obligatoria la misma que debe ser emitida por profesionales de la salud facultados por ley para hacerlo, salvo en los casos de medicamentos de venta libre.
- Deben tener los suficientes medicamentos y los artículos autorizados para expender al momento de iniciar sus actividades.
- El gasto de los salarios es asumido por la casa matriz, el departamento de Talento Humano es encargado de reclutar el personal idóneo para todas las franquicias del país mediante publicaciones web.
- El ingreso diario es depositado en la cuenta bancaria del franquiciante, en este caso Farmaenlace, y a mediados del mes de deposita el 8% de total de ingresos al franquiciado como ganancias neta de este.
- El gasto de publicidad también corre por cuenta de Farmaenlace, y se maneja la misma en todas las franquicias.
- Mensualmente la casa matriz impone una meta de ventas según la ubicación de franquicia, con el objetivo de incentivar al personal ya que si cumplen con lo establecido reciben comisiones extras.
- El inventario de mercadería, debe estar respaldado por una garantía la cual es el 40% de la misma, es decir, el 60% corresponde al franquiciante como mercadería en consignación.
- Los muebles y equipo de computación son de propiedad de los franquiciados, sin embargo, la matriz es la encargada de buscar los proveedores de estos.

OPINIÓN DE EXPERTOS

La Dra. Yu Lin Reascos en calidad de Directora Zonal de Salud en la entrevista concedida manifestó los requisitos que se debe cumplir para la apertura y funcionamiento de una farmacia:

Requisitos para la apertura de la farmacia:

- La Dirección Provincial de Salud hará el análisis de la densidad poblacional y la cantidad de establecimientos similares en el lugar tentativo.

- a) Solicitud debidamente suscrita por el dueño o representante legal y el profesional técnico responsable, por cuadruplicado, donde constarán los siguientes datos:
 - ✓ Nombre del propietario o representante legal.
 - ✓ Nombre, razón social o denominación del establecimiento.
 - ✓ N° de RUC y cédula de ciudadanía o identidad del propietario o representante legal del establecimiento.
 - ✓ Ubicación del establecimiento.
 - ✓ Nombre del profesional químico-farmacéutico o bioquímico-farmacéutico responsable con título debidamente registrado en el Ministerio de Salud Pública.

- b) Plano del local, a escala 1:50, el mismo que deberá tener un área mínima de cuarenta metros cuadrados.

- c) Récord policial del propietario, representante legal y profesional técnico responsable.

- d) Documentos que acrediten la personería jurídica.

NOTA: si cumple con esto manifiesta que realizarán una inspección física para comprobar si todo es verídico se acepta caso contrario se archiva la solicitud.

El local deberá cumplir con:

- ✓ El local deberá ser destinado exclusivamente para la farmacia y no para otra actividad o vivienda.
- ✓ Deberá poseer luz natural y artificial suficiente y una ventilación adecuada.
- ✓ Los pisos del local deben ser impermeables y lisos, de baldosa, vinyl u otro material que pueda lavarse, paredes de superficie lisa y adecuadamente pintadas.
- ✓ Deberá poseer una ventanilla para atención nocturna al público cuando deba cumplir con los turnos establecidos.
- ✓ Instalación de agua potable, batería sanitaria y lavabo de manos, convenientemente aislados del área de trabajo de acuerdo a las disposiciones sanitarias.
- ✓ Basureros, Instalación eléctrica, extintor de incendios.
- ✓ Rótulo con el nombre de la farmacia, y otro letrero adicional, luminoso, con la palabra TURNO, ubicado en el exterior del local y en un sitio visible.
- ✓ Perchas o vitrinas apropiadas y en número suficiente, para los medicamento.
- ✓ Perchas o vitrinas ubicadas en ambientes separados y debidamente rotulados para medicamentos homeopáticos y productos naturales de Uso medicinal.
- ✓ Perchas o vitrinas para exhibición de cosméticos, perfumes, productos higiénicos y de tocador, separadas de las de medicamentos.
- ✓ Bodega para almacenamiento de productos farmacéuticos.
- ✓ Facturas, notas de venta legalmente autorizadas por SRI.
- ✓ Listas oficiales de precios a disposición permanente del público.
- ✓ Archivo de recetario. Todas las recetas antes de su archivo, deberán tener el sello de despacho y la respectiva fecha.
- ✓ Mandiles de color blanco para uso diario del personal que labora en la farmacia.

Para obtener el permiso de funcionamiento anual es necesario presentar los siguientes requisitos:

- Licencias para el manejo y dispensación de medicamentos que contienen sustancias estupefacientes y psicotrópicas, concedidas por el Instituto Nacional de Higiene INH.
- Certificado de cumplimiento de buenas prácticas de dispensación y farmacia.
- Copia del título del responsable químico farmacéutico o bioquímico farmacéutico, debidamente registrado en el Ministerio de Salud Pública.
- Contrato de trabajo con el químico farmacéutico o bioquímico farmacéutico, en el que constará el horario que no podrá ser menor a cuatro horas diarias.
- Certificado ocupacional de salud de la persona de la farmacia conferido por un Centro de Salud del Ministerio de Salud Pública.
- Permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos.
- Comprobante de pago del derecho por concepto de permiso de funcionamiento.

Todos los documentos presentados deben estar vigentes.

FICHAS DE OBSERVACIÓN

N°1

FECHA	LUGAR	DESCRIPCIÓN	REALIZADO POR
29 de marzo 2012	Farmacia SanaSana	<p>La atención de los empleados fue eficiente y cordial.</p> <p>Los empleados estaban bien presentados con sus uniformes identificados.</p> <p>El lugar estaba aseado y mientras una empleada hacía la limpieza 2 atendían al público.</p> <p>Los productos se encontraban organizados en los mostradores.</p> <p>Los precios son más económicos a diferencia de las demás farmacias.</p>	Equipo de Trabajo

Nº2

FECHA	LUGAR	DESCRIPCIÓN	REALIZADO POR
29 de marzo	Farmacias Económicas	<p>La farmacia es atendida por 3 empleados.</p> <p>La atención es cálida</p> <p>Los productos se encuentra ubicados según su naturaleza, es decir: medicamentos, higiene.</p> <p>Los empleados dan alternativas de medicamentos alternativos, genéricos o económicos.</p> <p>El lugar es aseado, cuenta con un dispensador de agua en caso de que el cliente lo necesite.</p> <p>Tiene un gran stock de productos, es amplio y cuenta con 2 cajas registradoras para atender con mayor eficiencia.</p> <p>Los empleados están uniformados.</p>	Equipo de Trabajo