



UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

**TESIS DE GRADO PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE INGENIERA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE
UN CENTRO DE IMPORTACIONES DE MEDICINAS PARA
ENFERMEDADES CATASTRÓFICAS COMO LA ARTRITIS
REUMATOIDE EN EL AÑO 2016.**

Autora: YOLANDA VERIOSHKA VACACELA SALTOS

Director: ING. GEOVANNY REYES SEGOVIA MBA.

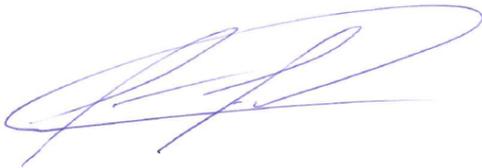
Abril 2016

Quito – Ecuador

Aprobación del Tutor

Yo, GEOVANNY REYES SEGOVIA, tutor designado por la Universidad Internacional del Ecuador UIDE para revisar el proyecto denominado: “DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE IMPORTACIONES DE MEDICINAS PARA ENFERMEDADES CATASTRÓFICAS COMO LA ARTRITIS REUMATOIDE EN EL AÑO 2016.”, de la Sra. YOLANDA VERIOSHKA VACACELA SALTOS, estudiante de la carrera Ingeniería en Negocios Internacionales. Considero que el presente trabajo reúne todos los parámetros necesarios para poder presentarse como un trabajo final para obtención del título de la carrera; por lo que está apto para ser presentado y evaluado por parte del Comité designado por la Universidad.

Quito, Abril del 2016



Ing. Geovanny Reyes Segovia Mba.

CI. 080195020-5

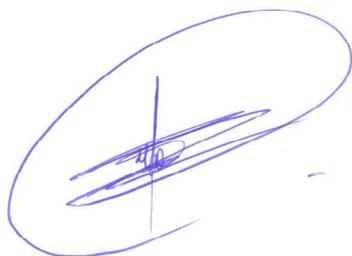
Autoría del Trabajo de Investigación

Yo, YOLANDA VERIOSHKA VACACELA SALTOS, DECLARO que el presente trabajo de investigación realizado sobre “DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE IMPORTACIONES DE MEDICINAS PARA ENFERMEDADES CATASTRÓFICAS COMO LA ARTRITIS REUMATOIDE EN EL AÑO 2016.”, es totalmente de mí Autoría, ha sido elaborado, diseñado y realizado en base a mi investigación y propósito; por lo que no ha sido presentado anteriormente para ningún grado profesional o académico, toda la investigación está basada en hecho probados, la bibliografía utilizada corrobora todas las referencias citadas, misma que se incluye en este documento.

Todo el contenido del presente trabajo es de exclusiva responsabilidad del autor para los fines legales académicos.

Por el presente AUTORIZO a la UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR hacer uso de todos los contenidos que me pertenecen o de parte de los que contiene este trabajo, con fines estrictamente académicos o de investigación.

Los derechos que como autor me corresponden, con excepción de la presente autorización, seguirán vigentes a mi favor, de conformidad con lo establecido en los artículos 5.6.8; 19 y demás pertinentes de la Ley de Propiedad Intelectual y su Reglamento.



Quito, Abril del 2016

Yolanda Verioshka Vacacela Saltos
CI. 1001700986

DEDICATORIA

... A todos aquellos que son parte de mi vida y que de una u otra forma sirvieron de
inspiración para alcanzar mis metas...

Yolanda Verioshka Vacacela Saltos

AGRADECIMIENTO

Pienso que este espacio no es suficiente para expresar todo mi sentir hacia aquellos seres quienes hicieron posible llegar hasta aquí; a mi esposo Fernando, a mis hijos Andrés y David, a mi madre, a mi hermano, a mis amigos y compañeros; a mis profesores quienes gracias a sus conocimientos supieron labrar en mí, todo lo que ahora puedo cosechar; un muy especial agradecimiento a mi Tutor Ing. Geovanny Reyes.
¡Gracias a todos por su apoyo, paciencia y consideración!

Gracias a la UIDE por permitirme llevar con orgullo un título con sus siglas, es un honor ser parte de tan importante Alma Mater.

Yolanda Verioshka Vacacela Saltos

ÍNDICE GENERAL

Aprobación del tutor	ii
Autoría del trabajo de investigación	iii
Dedicatoria	iv
Agradecimiento.....	v
Índice general	vi
Índice de tablas	xiii
Índice de gráficos.....	xvi
Índice de anexos	xvii
Resumen ejecutivo	xviii
Abstract	xix
CAPÍTULO I.....	1
GENERALIDADES.....	1
1.1. Antecedentes	1
1.2. Justificación	2
1.3. Planteamiento del problema.....	3
1.3.1. El Problema.....	5
1.3.2 Impacto Social.....	5
1.4. Objetivos	5
1.4.1. Objetivo General	5
1.4.2. Objetivos Específicos	5
1.4.3. Idea a defender	6

CAPITULO II.....	7
MARCO DE REFERENCIA.....	7
2.1. Marco Teórico.....	7
2.1.1 Plan de negocios.....	7
2.1.2. Importancia	7
2.1.3. Estructura de un plan negocios.....	8
2.1.3.1. Descripción del negocio	9
2.3.1.2. Producto / servicio	10
2.2. Estudio de mercado	10
2.3. Plan de Marketing	12
2.4. Aspecto Legal	12
2.5. Aspecto Financiero.....	13
2.5.1. Evaluación financiera de proyectos de inversión	14
2.5.2. Indicadores de rentabilidad empleados en la evaluación de proyectos de inversión	15
2.5.2.1. VAN.....	16
2.5.2.2. Tasa Interna de Retorno	17
2.5.2.3. Relación de Beneficio/costo (B/C)	17
2.5.2.4. Periodo de recuperación de la inversión o tiempo de recuperación	18
2.6. Marco Conceptual	18
2.7. Marco Referencial.....	23
2.7.1. Enfermedades catastróficas.....	23
2.7.1. Causas	24
2.7.2. Síntomas.....	24
2.7.3. Industria de las medicinas en el Ecuador.....	25

2.7.4. Canales de distribución.....	27
2.7.5. Precios de las medicinas y el poder adquisitivo de la población	28
2.8. Marco Legal	29
2.8.1. Asequibilidad de tratamientos estándar	29
2.8.1. Ley de producción, importación, comercialización y expendio de medicamentos genéricos de uso humano	30
2.8.2. Política Nacional de Medicamentos	31
CAPITULO III.....	35
DIAGNOSTICO SITUACIONAL	35
3.1. Análisis externo.....	35
3.1.1. Macro entorno	35
3.1.1.1. Factor político.....	35
3.1.1.2. Factor legal.....	38
3.1.1.3. Factores económicos.....	39
3.1.1.4. Factor ambiental	46
3.1.1.5. Factor socio - cultural	47
3.1.2. Micro entorno.....	53
3.1.2.1 Situación de marketing.....	53
3.1.2.1.1. Poder negociador de los clientes.....	53
3.1.2.1.2. Rivalidad entre los competidores existentes.....	54
3.1.2.1.3. Riesgo de nuevos potenciales competidores	54
3.1.2.1.4. Poder de negociación de los proveedores.....	56
3.1.2.1.5. Productos / servicios sustitutos.....	56
3.2. Análisis interno	57
3.2.1. Capacidad administrativa.....	57

3.2.2. Capacidad de organización	57
3.2.3. Capacidad directiva	58
3.2.4. Capacidad financiera	58
3.2.5. Capacidad de recursos humanos.....	59
3.3. Análisis FODA.....	60
3.3.1. Matrices de evaluación y estrategias	62
3.3.1.1. Evaluación de factores externos (EFE).....	62
3.3.1.2. Evaluación de factores internos (EFI).....	65
3.3.1.3. Matriz de aprovechabilidad y vulnerabilidad.....	67
3.3.1.5. Matriz de Estrategias.....	70
CAPITULO IV.....	72
INVESTIGACION DE MERCADO	72
4.1. Metodología de la investigación	72
4.1.1. Tipo de investigación.....	72
4.1.2. Herramientas para la recolección de información	73
4.1.3. Diseño de la investigación	74
4.1.4. Análisis e interpretación de los resultados.....	75
4.2. Investigación de mercado	75
4.2.1. Objetivo general del estudio de mercado.....	76
4.2.2. Objetivos específicos	76
4.3. Instrumentos de investigación.....	76
4.3.1. Encuesta	76
4.3.2. Entrevista	76
4.4. Población y muestra	77
4.4.1 Población.....	77

4.4.2. Muestra	78
4.5. Encuesta piloto	79
4.5.1. Análisis de resultados de la encuesta piloto.....	79
4.6. Demanda	91
4.6.1. Demanda total	92
4.6.2. Demanda potencial	94
4.6.3. Demanda objetivo.....	94
4.7. Plan de marketing.....	95
4.7.1. Mix del Marketing	95
4.7.1.1. Producto	95
4.7.1.2. Precio	100
4.7.1.3. Plaza / canal de distribución.....	102
4.7.1.4. Promoción	104
4.8. Plan de Medios de Comunicación.....	109
4.8.1. Cronograma de implementación de estrategias.....	110
CAPÍTULO V	111
ESTUDIO TÉCNICO	111
5.1. Introducción.....	111
5.2. Objetivos.....	111
5.3. Localización.....	111
5.3.1. Macrolocalización	112
5.3.2. Microlocalización	113
5.4. Tamaño del proyecto	114
5.5. Ingeniería del proyecto	115
5.5.1. Flujograma de los Procesos.....	117

5.5.2. Requerimientos de equipos, maquinaria e instalaciones	119
5.6. Organización de la empresa	122
5.6.1. Manual de funciones	124
5.7. Distribución del espacio físico	133
5.8. Estudio organizacional y legal	134
5.8.1. Base legal	134
5.8.2. Razón Social.....	143
4.8.2.1. Logotipo	143
4.8.2.2. Slogan.....	143
5.9. Base filosófica de la empresa.....	144
5.9.1. Visión.....	144
5.9.2. Misión	144
5.9.3. Principios y valores corporativos:	145
5.9.4. Responsabilidad social.....	145
CAPITULO VI.....	147
ESTUDIO FINANCIERO Y EVALUACIÓN FINANCIERA.....	147
6.1. Objetivos.....	147
6.2. Inversión del proyecto	147
6.2.1. Inversión fijas o tangibles	148
6.2.3. Activos Diferidos.....	152
6.2.4. Resumen de inversión total prevista.....	152
6.3. Presupuesto de Ingresos y Costos	152
6.3.1. Costos.....	155
6.3.2. Ingresos	158
6.4. Financiamiento del proyecto.....	159

6.5. Punto de equilibrio	160
6.6. Estado de pérdidas y ganancias.....	162
6.7. Balance Inicial.....	163
6.8. Flujo de Caja.....	164
6.9. Evaluación Financiera	165
6.9.1. TMAR.....	166
6.9.2. VAN.....	166
6.9.3. TIR.....	167
6.9.4. Relación Costo / Beneficio	167
6.9.5. Periodo de Recuperación de la Inversión.....	168
CAPÍTULO VII	169
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	169
7.1. Conclusiones.....	169
7.2. Recomendaciones.....	171
BIBLIOGRAFÍA	173
ANEXOS	176

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1 Análisis FODA	60
Tabla N° 2 Matriz de evaluación externa (MEE).....	63
Tabla N° 3 Matriz de evaluación interna (MEI).....	66
Tabla N° 4 Matriz de aprovechabilidad	68
Tabla N° 5 Matriz vulnerabilidad	69
Tabla N° 6 Matriz de estrategias	70
Tabla N° 7 Años con artritis reumatoide.....	79
Tabla N° 8 Tipos de tratamientos	81
Tabla N° 9 Efectos secundarios medicamentos.....	82
Tabla N° 10 Economía familiar	83
Tabla N° 11 Nuevas alternativas de tratamiento	84
Tabla N° 12 Medicación continua	85
Tabla N° 13 Cura de la artritis reumatoide	86
Tabla N° 14 Acceso a nuevos medicamentos	87
Tabla N° 15 Compra de medicamento	88
Tabla N° 16 Uso del medicamento	89
Tabla N° 17 Recomendación.....	90
Tabla N° 18 Proyección demanda objetivo.....	94
Tabla N° 19 Precios de los tratamientos más aplicados para la Artritis	101
Tabla N° 20 Matriz de estrategias	108
Tabla N° 21 Presupuesto plan de medios de comunicación centro de importaciones..	109
Tabla N° 22	110
Tabla N° 23 Matriz locacional	113
Tabla N° 24 Participación Mercado.....	115
Tabla N° 25 Flujograma proceso de importación.....	118
Tabla N° 26 Maquinaria y equipos industriales	119
Tabla N° 27 Vehículos.....	119
Tabla N° 28 Muebles de oficina	119
Tabla N° 29 Equipo de Oficina	121

Tabla N° 30 Equipo de Computación	121
Tabla N° 31 Personal para el centro de importaciones	122
Tabla N° 32 Organigrama	123
Tabla N° 33 Gerente General	124
Tabla N° 34 Contador (Contratación externa).....	125
Tabla N° 35 Auxiliar contable - recepcionista	126
Tabla N° 36 Jefe de ventas	127
Tabla N° 37 Vendedor	128
Tabla N° 38 Jefe de marketing	129
Tabla N° 39 Mensajero	130
Tabla N° 40 Bodeguero.....	131
Tabla N° 41 Farmacéutico.....	132
Tabla N° 42 Esquema General Inicial del centro de importaciones Génesis S.A.	134
Tabla N° 43 Muebles y enseres	148
Tabla N° 44 Equipo de oficina	150
Tabla N° 45 Equipo de computación	150
Tabla N° 46 Maquinaria y equipos industriales	151
Tabla N° 47 Vehículos.....	151
Tabla N° 48 Activos diferidos.....	152
Tabla N° 49 Inversión inicial total requerida	152
Tabla N° 50 Nomina del centro de importaciones génesis S.A.	153
Tabla N° 51 Provisiones beneficios de ley.....	153
Tabla N° 52 Liquidación de la importación	154
Tabla N° 53 Costo Unitario por Ítem nacionalización.....	154
Tabla N° 54 Presupuesto de costos primer año	155
Tabla N° 55 Presupuesto de costos segundo año	156
Tabla N° 56 Presupuesto de costos tercer año.....	157
Tabla N° 57 Presupuesto de Ingresos proyectado	158
Tabla N° 58 Tabla de amortización	159
Tabla N° 59 Estado de Pérdidas y Ganancias	163
Tabla N° 60 Balance Inicial	164
Tabla N° 61 Flujo de Caja.....	165

Tabla N° 62 TMAR	166
Tabla N° 63 TIR	167
Tabla N° 64 Relación Costo/ Beneficio	167
Tabla N° 65 Periodo de recuperación de la Inversión	168

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1 Proyecciones oficiales PIB 2015	40
Gráfico N° 2 Inflación Anual Ecuador	43
Gráfico N° 3 Balanza Comercial Total del Ecuador.....	45
Gráfico N° 4 Años con artritis reumatoide.....	80
Gráfico N° 5 Tipos de tratamientos	81
Gráfico N° 6 Efectos secundarios medicamentos.....	82
Gráfico N° 7 Economía familiar.....	83
Gráfico N° 8 Nuevas alternativas de tratamiento	84
Gráfico N° 9 Medicación continua	85
Gráfico N° 10 Cura de la artritis reumatoide	86
Gráfico N° 11 Acceso a nuevos medicamentos.....	87
Gráfico N° 12 Compra de medicamento	88
Gráfico N° 13 Uso del medicamento	89
Gráfico N° 14 Recomendación.....	90
Gráfico N° 15 Presentación única del producto	99
Gráfico N° 16 Política de precios	101
Gráfico N° 17 Canal de distribución para el Centro de Importación	102
Gráfico N° 18 Diagrama de Flujo canal de distribución centro de importaciones.....	103
Gráfico N° 19 Hojas Volantes anverso	106
Gráfico N° 20 Hoja Volante reverso.....	106
Gráfico N° 21 Tarjetas de presentación	107
Gráfico N° 22 Macrolocalización Provincia de Pichincha.....	112
Gráfico N° 23 Ubicación geográfica.....	114
Gráfico N° 24 Cadena de Valor.....	116
Gráfico N° 25 Flujograma del proceso de comercialización medicamento punto de venta	117
Gráfico N° 26 Distribución del espacio físico.....	133
Gráfico N° 27 Logotipo y slogan del centro de importaciones	144
Gráfico N° 28 Mapa Estratégico del centro de importaciones Génesis S.A.....	146

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Modelo de Encuesta.....	177
Anexo 2. Entrevista Reumatólogo	179
Anexo 3. Proforma de E.P.T (Laboratorios IFA).....	180
Anexo 4. Cotización de la póliza	181
Anexo 5. Flete Aéreo	182
Anexo 6. Cotización del agente afianzado de aduana.....	183

RESUMEN EJECUTIVO

La siguiente investigación “DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE IMPORTACIONES DE MEDICINAS PARA ENFERMEDADES CATASTRÓFICAS COMO LA ARTRITIS REUMATOIDE EN EL AÑO 2016.”, tiene la finalidad de conocer la factibilidad y viabilidad de la creación de un centro de importaciones en el norte de la ciudad de Quito, para la comercialización de un medicamento hecho a base del veneno de una hormiga para bloquear la artritis reumatoide, importado desde Bolivia. Para la recopilación de la información se va a realizar un estudio de mercado el mismo que permitirá definir la demanda objetivo de mercado y conocer la aceptación del medicamento dentro de la población con artritis reumatoide, a través de las técnicas de investigación como la entrevista y la encuesta.

Una vez definida la demanda objetivo y aceptación del producto, se realizará el estudio técnico el mismo que consta de la ubicación del proyecto, la distribución del centro de importaciones, los requerimientos necesarios para el funcionamiento de la empresa. A continuación, se desarrollará la organización administrativa la misma que se encontrará plasmada en el organigrama estructural y descripción del manual de funciones de cada uno de los puestos y cargos que compondrá el nuevo centro de importaciones.

El estudio financiero permitirá conocer la inversión inicial total del proyecto, el financiamiento, y los costos necesarios en los que se incurrirán para la puesta en marcha del mismo, así como la proyección de las ventas del medicamento, los mismos que servirán para la realización de la evaluación financiera donde se definirá la factibilidad del proyecto a través del análisis de los indicadores como el VAN, TIR; RCB, y periodo de recuperación de la inversión. Una vez determinada la viabilidad del proyecto se desarrollará las correspondientes conclusiones y recomendaciones para el funcionamiento del centro de importaciones.

ABSTRACT

The following investigation "DESIGN OF A BUSINESS PLAN FOR THE CREATION OF AN IMPORT CENTER OF DRUG FOR CATASTROPHIC DISEASES SUCH AS RHEUMATOID ARTHRITIS IN 2016." This has the purpose to know the feasibility and viability of creating an import center in northern Quito in order to promote a drug made from the venom of an ant to block rheumatoid arthritis, which is imported from Bolivia. The collection of information will be done by a market study that will define the target market and meet demand acceptance of the drug within the population with rheumatoid arthritis; this will be supported by research techniques such as interview and survey. Once defined the objective demand and product acceptance, a technical study will be performed that contains project location, the distribution of imports, and the necessary requirements for the operation of the company. Moreover, an administrative organization will be performed with the structural organization chart and description of manual functions of each of the posts and positions that will make up the new imports center. The financial study will help to know the total initial investment in the project, funding and the necessary costs that will be incurred for the implementation thereof, and drug sales projection, which help to perform the financial evaluation and the feasibility of the project through analysis of indicators such as VAN, TIR, RCB, and payback period of the investment. Once determined the vitality of the project conclusions and recommendations will be developed for the operation of import center.

CAPÍTULO I

GENERALIDADES

1.1. Antecedentes

Actualmente existe una degeneración del planeta, nuevas enfermedades antes desconocidas están doblegando a la población mundial. Los alimentos que ahora consumimos están llenos de químicos, de transgénicos; el aire que respiramos, el agua que bebemos, nada es seguro. Todo este cumulo de “venenos” poco a poco están acabando con nuestro sistema inmunológico, al punto de ponerlo en nuestra contra.

Las enfermedades del Sistema Inmunológico o llamadas Autoinmunes, se caracterizan por ser catastróficas, irreversibles, incurables, incapacitantes y deformantes. A pesar de todos los avances científicos en salud no se logra descubrir porque se producen.

Leyendo en internet, se puede dar cuenta que existen grandes farmacéuticas a las cuales no les convendría que se encuentre la cura a estas enfermedades, pues han amasado millones de fortunas comercializando medicamentos conocidos como “únicos tratamientos”, lo cual conlleva a pensar: Si verdaderamente no se ha descubierto una cura o simplemente la mantienen oculta.

A continuación, se menciona a breves rasgos cuál y qué es la enfermedad que se va a combatir a través de un medicamento que se propone comercializar a través del centro de importaciones.

Artritis reumatoide: Es una enfermedad crónica que lleva a la inflamación de las articulaciones y tejidos circundantes, que también puede afectar otros órganos.

No existe una causa común para padecerla, puede presentarse a cualquier edad, siendo más común en las mujeres de mediana edad, que en los hombres. Los síntomas en la mayoría de las veces, afecta las articulaciones en ambos lados del cuerpo por igual. Las muñecas, las rodillas, los dedos, los hombros y los tobillos son los que resultan más afectados.

El tratamiento para la artritis reumatoide generalmente es de por vida, incluye varios medicamentos, fisioterapia, ejercicio, infiltración y posiblemente cirugía. Cabe mencionar que estos tratamientos deben ser agresivos y oportunos; si la Artritis Reumatoide no se trata a tiempo puede llegar a la destrucción de las articulaciones, a la deformidad corporal y finalmente a la invalidez total.

1.2. Justificación

Según la Constitución Política de la República del Ecuador “Art 50.- El Estado garantizará a toda persona que sufra de enfermedades catastróficas o de alta complejidad el derecho a la atención especializada y gratuita en todos los niveles, de manera oportuna y preferente”

Dentro de la lista de enfermedades consideradas por el Ministerio de Salud se menciona a la artritis reumatoide como una dolencia muy popular e implacable. Los medicamentos para poder tratar esta enfermedad son muy costosos y lo más grave algunos de ellos no se encuentran en el país, la idea de crear un “Centro de importación de medicamentos para enfermedades catastróficas AR”, es dada la necesidad percibida por los miles de pacientes que no pueden acceder a un tratamiento confiable y que les otorgue alivio para su dolor.

Se ha observado que la población es creciente de pacientes de este tipo de enfermedad. La AR afecta a un 2% de la población mundial y en el Ecuador según estadísticas el 1% de la población, que en su gran mayoría son mujeres, porque tienen mayor predisposición genética, de acuerdo a los Reumatólogos de ese 1% el 70% tiene deformaciones severas en su cuerpo.

Por lo que este centro de importaciones contará con un medicamento clave, que al momento no existe en las farmacias de Ecuador como es el E.P.T. Por dicha razón se propone la creación y desarrollo de este proyecto, ya que se quiere llegar a las personas que durante años han padecido la angustia de vivir con dolor, con molestias constantes sin tener esperanza de alivio y sobre todo darles la oportunidad de saber que no están solas, que tendrán el respaldo de un sitio seguro donde encontrar sus medicinas a precio razonable. La visión de este proyecto es social la idea no es generar grandes utilidades, sino ayudar a las personas que sufren de esta enfermedad para mejorar su calidad de vida a través de nuevo tratamiento que les permita bloquear la enfermedad.

1.3. Planteamiento del problema

La artritis es una de las enfermedades más serias; su frecuencia de acuerdo a estadísticas internacionales, oscila entre dos y tres casos por cada cien personas. Muchos de los pacientes que sufren esta patología presentan algún grado de postración que les impide realizar actividades de la vida diaria.

En Ecuador no se diagnostica a tiempo esta patología, ya que muchos pacientes tienen un falso diagnóstico de fiebre reumática, reumatismo y otros males; y reciben tratamientos inadecuados que retrasan el tratamiento idóneo para la enfermedad y pueden modificar su curso.

La artritis reumatoide se dice es “incurable”, pero puede controlarse con medicación. Hace más de veinte años existen medicamentos para su tratamiento; en los últimos cinco años se han desarrollado medicamentos más eficaces, pero aún no dan una cura. En Ecuador existen algunos de ellos; pero el problema más serio es su costo, por lo que no están al alcance de la mayoría de los pacientes.

La enfermedad no se presenta igual en todas las personas; pudiéndose manifestar de forma sorpresiva y agresiva, con dolor e inflamación de las articulaciones; esta sintomatología no es permanente, porque al desinflamar las articulaciones el paciente vuelve a su actividad normal, pero el tratamiento debe ser continuo. El problema de la artritis reumatoide no es que sea degenerativa, sino que el movimiento de las articulaciones se altera y producen en algunos pacientes diversos grados de postración.

Los pacientes con este tipo de enfermedad en el país no son tratados con la seriedad que se merecen; las medicinas que actualmente existen para su tratamiento, se pueden dividir en 2 grupos:

1. Eficaces de posible remisión, pero sumamente costosos.
2. Comunes, pero sumamente dañinos.

En vista a lo anterior se hace imperiosa la necesidad de ayudar a estas personas a conseguir dentro el país, medicinas alternativas que puedan otorgarles una mejor calidad de vida y una esperanza de un futuro sin dolor; a precios razonables y con la confianza de no perder su tratamiento al contar con un stock adecuado de la mismas.

1.3.1. El Problema

El problema básico es la falta de medicamentos que bloqueen la enfermedad en nuestro país.

1.3.2 Impacto Social

La creación de este centro de importaciones cambiará la vida de los pacientes que sufren de Artritis Reumatoide en el sector norte del país... y porque no en un futuro de todo el Ecuador.

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo General

Realizar un estudio de factibilidad para la importación de medicinas para enfermedades catastróficas, que cubra las necesidades de tratamiento de la población actualmente afectada de AR en el sector norte del país.

1.4.2. Objetivos Específicos

- Investigar sobre el proceso de importación del medicamento E.P.T, desde Bolivia a Ecuador. Conocer cuáles son las regulaciones para la importación de este tipo de medicamentos en el país, investigar la partida arancelaria adecuada para los mismos, de esta forma cumplir con todos los requisitos legales y poder empezar su importación.

- Establecer la demanda total y demanda insatisfecha, para definir estrategias que se orienten a todos los pacientes que requieren de esta medicina y aquellos que puedan necesitarla.
- Realizar un estudio de mercados y del costo de las importaciones de los medicamentos y suplir la posible demanda inicial de los mismos; para verificar si el capital destinado para este proyecto es suficiente o se debe recurrir a otras fuentes de financiamiento.
- Desarrollar un análisis y evaluación financiera para determinar la factibilidad y viabilidad de importar la E.P.T para pacientes con artritis reumatoide en la ciudad de Quito.

1.4.3. Idea a defender

Con la realización del estudio de factibilidad para la importación de medicinas para enfermedades catastróficas, se cubrirán las necesidades de tratamiento de la población actualmente afectada de AR en el sector norte del país.

CAPITULO II

MARCO DE REFERENCIA

2.1. Marco Teórico

2.1.1 Plan de negocios

Un plan de negocio se define como “un instrumento clave y fundamental para el éxito, el cual consiste en una serie de actividades relacionadas entre sí para el comienzo o desarrollo de una empresa.” (Fleitman, 2000, pág. 56)

Tal como define (Thomsen, 2009, pág. 7) “recoge todos los elementos de su formación comercial y su experiencia de vida en general que sean pertinentes para su negocio. Contribuye a un inicio más ordenado-en beneficio del emprendedor y su familia, red personal, consultores, y fuentes de financiamiento.”

De acuerdo, a las definiciones anteriores se puede concluir que el plan de negocios es un documento que contempla aspectos importantes relacionados a la puesta en marcha de un negocio convirtiéndose en un instrumento clave para el éxito de una empresa.

Es así que a continuación se describe la importancia y los elementos necesarios que se requieren para su elaboración.

2.1.2. Importancia

El plan de negocios nos ayuda a evaluar el funcionamiento de la empresa, así como los distintos caminos que tome sobre el escenario previsto. Un plan de negocio sirve para brindar información a usuarios de la empresa, bancos, inversionistas e

instituciones financieras que pudieran brindar en algún momento apoyo financiero a la empresa. (Fleitman, 2000, pág. 61)

Según Fleitman la mayor parte de empresarios no le dan la debida importancia a un plan de negocios, lo que hay que tomar en cuenta que este instrumento puede resultar trascendental si se quiere tener éxito. Por lo común, un plan aplicado durante la etapa inicial determinará el fracaso o el éxito de un negocio.

La planeación es imprescindible ya que nadie puede anticiparse a todas aquellas posibles contingencias que se puedan presentar, por lo tanto, todo emprendedor debe considerar la importancia de planear.

2.1.3. Estructura de un plan negocios

Según la Harvard Business propone la siguiente estructura de un plan de negocios:

La estructura más común de los planes de negocios consiste en pasar de los resúmenes cortos y generales a explicaciones más detalladas. De este modo, las secciones introductorias el resumen ejecutivo y la descripción del negocio son visiones generales y breves del negocio. La información principal está compuesta por descripciones más profundas de los elementos y preocupaciones fundamentales del negocio: los quién, cómo, qué y donde de su negocio. La información adjunta al final incluye los datos más detallados como son los datos financieros. La estructura típica para un plan de negocios

La mayoría de los planes de negocios contienen estos componentes:

- La portada y tabla de contenidos
- Resumen ejecutivo
- Descripción del negocio
- Análisis del entorno del negocio
- Antecedentes del sector
- Análisis competitivo
- Análisis de mercado
- Plan de marketing
- Plan de operaciones
- Equipo de gestión

- Plan financiero
- Información adjunta (Harvard Business , 2007, pág. 12)

De acuerdo a Viniegra plantea la siguiente estructura:

Las áreas esenciales de un Plan de Negocios son aquellas que determinan en gran medida su contenido y generalmente son la de mayor importancia en cualquier negocio y/o empresa, independiente de su naturaleza o giro. El Plan de Negocios está estructurado en una serie de planes individuales que hacen referencia a todos estos aspectos:

- Descripción General de la Empresa
- Plan del producto y/o servicio
- Plan de Mercadotecnia y ventas
- Plan Administrativo
- Plan Operativo
- Plan Financiero
- Plan Legal (Viniegra, 2007, págs. 21-22)

Cabe aclarar, en base a los autores citados anteriormente que cada uno plantea una estructura distinta, pero que estas a su vez contienen aspectos importantes que son cruciales para iniciar un plan de negocios especialmente para el presente caso como es la creación de un centro e importaciones.

A continuación, se describe aquellos aspectos importantes considerados por el investigador que debe contener el plan de negocios propuesto para el presente centro de importaciones de medicinas catastróficas citado por (Loranca, 2006, págs. 39-40) tomado como referencia del libro de Jack Fleitman, 2000:

2.1.3.1. Descripción del negocio

En este ítem se realiza la descripción del origen de la empresa, sus objetivos y el personal que tiene la responsabilidad de ellas para una adecuada implementación y funcionamiento del nuevo negocio. Por dicha razón es importante el planeamiento gracias a que sirve de base para la realización del análisis del financiero y el resumen ejecutivo.

2.3.1.2. Producto / servicio

Antecedentes del centro de importación de medicinas para enfermedades catastróficas en el Ecuador, abarcando desde el surgimiento hasta la descripción del concepto. Además, se realizará una descripción del servicio a ofrecer, así como el análisis de la industria a la que pertenece. En este apartado se determina las características del producto o servicio a ofrecer.

2.2. Estudio de mercado

De acuerdo a Meza, 2013 se define al estudio de mercado como:

Es un estudio de demanda, oferta y precios de bien o servicio. El estudio de mercado requiere de análisis complejos y se constituye en la parte más crítica de la formulación de un proyecto, porque de su resultado depende el desarrollo de los demás capítulos de la formulación, es decir, ni el estudio técnico ni el estudio administrativo y el estudio financiero se realizarán a menos que este muestre una demanda real o la posibilidad de venta del bien o servicio. Más que centrar la atención sobre el potencial consumidor y la cantidad del producto que este demandará, en el estudio de mercado se tendrán que analizar los mercados de proveedores, competidores y distribuidores e incluso, cuando así se requiera, se analizarán las condiciones del mercado externo.

La importancia del estudio de mercado está en que recoge toda la información sobre los productos o servicios que supone suministrará el proyecto, y porque aporta información valiosa para la decisión final de invertir o no en un proyecto de inversión. Sin lugar a dudas, el estudio de mercado es vital para cualquier proyecto, ya que a través de él se conoce el medio ambiente en el cual la empresa realizara sus actividades económicas.

El estudio de mercado se asimila a los cimientos en las construcciones. Si estos cumplen con las normas de construcción, la probabilidad de daños en la estructura disminuye notablemente. Si la investigación del mercado se realiza profesionalmente y se profundiza en aquellos elementos que pueden afectar el funcionamiento de la futura empresa, el estudio será consistente y se podrá obtener información que permitirá disminuir la incertidumbre, por lo que la toma de decisiones de invertir no se hace sobre bases firmes.

Los siguientes son los aspectos fundamentales mínimos que se deben considerar en un estudio de mercado:

- Caracterización del bien o servicio. Consiste en hacer una descripción detallada del bien o servicio que se va a vender.
- Determinación del segmento de mercado o área de cobertura que tendrá el bien o servicio.
- Realización de diagnósticos relativos a la oferta y demanda del bien o servicio.

- Proyección o pronóstico de la oferta y demanda del bien o servicio.
- Cuantificación de la demanda insatisfecha, si es que existe.
- Determinación de los canales de comercialización que se emplearán para hacer llegar el bien o servicio al consumidor final.
- Definición de las políticas de ventas que regirán la comercialización del bien o servicio, en cuanto a precio del bien o servicio y condiciones de ventas. (Meza, 2013, pág. 22)

Se considera necesario realizar un estudio completo de mercado que permita conocer lo siguiente:

- Crecimiento del producto o servicio en el sector
- Tamaño actual del mercado, posibilidad de crecimiento o decremento, características de compras de los clientes potenciales y necesidades generales del producto o servicio.
- Quienes son y serán los clientes potenciales, clasificarlos en grupos con características comunes e identificables. Se debe tomar en cuenta que dependiendo el tipo de cliente será la estrategia a utilizar para penetrar en esos segmentos de mercado.
- La competencia y sus productos o servicio. Conocer fortalezas y debilidades de la competencia, así como incluir acerca de donde se encuentran, que características tienen sus productos o servicios, eficacia del servicio ofrecido, volumen de ventas, políticas comerciales, rentabilidad y todo aquello que ayude al producto a posicionarse en el mercado.
- Las barreras de entrada tanto presentes como futuras y la fortaleza para superar esas barreras.
- Las formas en las que las administraciones públicas puedan ayudar al proyecto, ya sea como clientes o como reguladores del mercado. Se deberá comprobar la existencia de reglamentos gubernamentales en relación al entorno social o ambiental que pueda afectar al producto o servicio.
- Para realizar el estudio de mercado se recomienda emplear herramientas como el análisis DAFO o las cinco fuerzas de Porter. (Loranca, 2006, págs. 36-37)

Tal como lo definen los autores citados en el apartado anterior el estudio de mercado es un aspecto importante porque permite al investigador conocer elementos tales como: el crecimiento del producto o servicio en el mercado objetivo, los clientes potenciales, la competencia y sus productos, las barreras de entrada, etc. Como lo observa son aspectos puntuales que ayudan al investigador a definir adecuadamente el target.

2.3. Plan de Marketing

El plan de marketing es utilizado para explotar la oportunidad del negocio y las ventajas competitivas propias. Los principales elementos en un plan de marketing son los que se presentan a continuación:

- Fijar la estrategia comercial-global. Por lo que se deberá incluir un estudio sobre la motivación primaria del cliente para adquirir nuestro producto o servicio, la manera de contactar a nuestros clientes potenciales y las características de nuestro producto o servicio deberemos destacar para generar ventas.
- Diseñar la estrategia de ventas, mostrando los objetivos y metas cuantificándolos en unidades y dólares. Señalar la introducción del producto o servicio a nivel local.
- Señalar estrategia de precios, determinando precios de comercialización de nuestro producto o servicio y comparándolo con los precios de la competencia. En el caso de que nuestros precios sean mayores a los de los competidores estos deberán explicarse en términos de novedad, calidad, garantía, servicios, etc. En caso contrario en donde nuestros precios sean menores a los de la competencia deberemos explicar cómo podemos posicionarnos en el mercado con precios inferiores y mantener rentabilidad de nuestro producto o servicio.
- Describir estrategias a utilizar para atraer la atención de los clientes potenciales de nuestro producto o servicio. Elaborar un plan de medio que contenga las medidas promocionales en las que pensamos incurrir si optamos por la publicidad de medios de comunicación incluyendo tanto costos como impactos a los que aspiramos.
- Fijar política de distribución. En donde se hará referencia a los canales de distribución a utilizar para nuestro producto o servicio. (Loranca, 2006, págs. 37-38)

Este estudio permite fijar estrategias de mercado para comercializar el producto por ello es un aspecto crucial para el plan de negocios orientado a la creación de un centro de importaciones de medicinas catastróficas

2.4. Aspecto Legal

Aquí se recoge la información de forma jurídica que mantiene la empresa, Los factores que hay que tener en cuenta:

- Número de socios
- Cuantía del capital social

- Requisitos de constitución
- Obligaciones fiscales
- Régimen de Seguridad Social
- Contratación Laboral
- Responsabilidad frente a terceros
- Tipos de forma jurídica dependiendo de las características particulares. (Velasco, 2007, pág. 19)

Para cualquier constitución de empresa o negocio es importante adherirse al régimen del país dentro del marco legal por lo que es trascendental acogerse a todas las leyes y reglamentos que la legislación ecuatoriana establece para la instauración de una nueva empresa.

2.5. Aspecto Financiero

El plan de negocios debe incluir de manera imprescindible las proyecciones financieras que permitan establecer el nivel de ventas y utilidades esperadas del negocio. Tomando en cuenta que estas proyecciones son inciertas debido a que se presenta a futuro, son importantes para evaluar la rentabilidad, viabilidad del negocio. Estas proyecciones servirán de base para la toma de decisiones de los inversionistas interesados, permitiendo de esta manera evaluar riesgos y ganancias en los distintos escenarios (pesimista, real y optimista) del negocio.

Como se observa se ha descrito los aspectos importantes que contiene un plan de negocios por lo tanto para el desarrollo del presente se consideran los aspectos ya detallados con el fin de abarcar de forma global las situaciones extrínsecas e intrínsecas que pueden influir la puesta en marcha del centro de importación de medicinas para enfermedades catastróficas en la ciudad de Quito.

Fernández define cada uno de los rubros para la elaboración del estudio financiero los cuales se resumen de la siguiente manera:

Inversión inicial: se refiere al costo de las adquisiciones como terrenos, edificios, maquinaria, equipos, activos intangibles, etc. También el costo de consultorías y asesorías relacionadas con la inversión inicial.

Costos de producción y de operación: se refiere a los costos directos, indirectos y generales, relacionados con la operación y la producción. Entre estos se pueden citar, la materia prima, los insumos, la mano de obra, los servicios de energía y comunicación, los costos de administración, alquileres, pago de impuestos, etc.

Capital de trabajo: se refiere a la cantidad de efectivo necesaria para la operación del proyecto. Normalmente este capital de trabajo va relacionado con el nivel de actividad del proyecto y se recupera una vez que el proyecto finalice su vida útil.

Costo de capital: se refiere al costo de financiamiento del proyecto y se determina en función de las diferentes fuentes de financiamiento del proyecto y su participación en el financiamiento de las inversiones que requiere el proyecto.

Flujos de efectivo del proyecto: toma como base los precios y las cantidades de producto que se planea vender anualmente, según el estudio de mercado, así como los costos de producción, operación y depreciaciones de los activos, se construyen los flujos de efectivo del proyecto, que son los que utilizarán para calcular la rentabilidad del proyecto.

Rentabilidad del proyecto para determinar la rentabilidad del proyecto se hace uso de las técnicas de evaluación de evaluaciones el VAN y las TIR.

Escenarios: debe llevarse a cabo un análisis de al menos tres escenarios (normal, pesimista y optimista), que nos permita sensibilizar la rentabilidad del proyecto, ante cambios de las principales variables macro y micro económicas. La estimación de estos tres escenarios depende mucho del estudio de mercado, de la reacción de la competencia y de las expectativas económicas actuales y futuras del país al momento de llevar a cabo los estudios. (Fernández, 2011, págs. 45-46)

El estudio financiero reúne todos los elementos necesarios para la puesta en marcha del proyecto, y además deben contemplarse en este apartado con el fin de definir la inversión inicial y medios de financiamiento para la continuidad del proyecto hasta continuar con la evaluación financiera.

2.5.1. Evaluación financiera de proyectos de inversión

Gallardo, 2013 explica sobre la evaluación financiera en proyectos de factibilidad:

La evaluación de los proyectos de inversión se puede enfocar desde diversas ópticas, con mayor o menor complejidad y sofisticación, dependiendo del objeto que persiga

el promotor del proyecto o el analista que hará la evaluación. En efecto, el analista puede realizar la evaluación de un proyecto, empleando por lo menos alguna de las siguientes consideraciones, o bien una combinación de las mismas:

- a) la primera, tiene que ver con el empleo o no de técnicas que consideran el valor cronológico del dinero, así el analista que hizo la evaluación del proyecto deberá especificar si empleó técnicas simples o técnicas de flujos de efectivo descontando.
- b) la segunda se refiere a especificar cuál fue el origen de los recursos empleados para el financiamiento de los activos. Es decir, cual fue la estructura financiera adoptada para el financiamiento de los activos: si fueron exclusivamente recursos propios; si los recursos empleados procedieron solamente de deuda o; si hubo una mezcla financiera de ambos.
- c) la tercera se refiere al objetivo que persigue quien promueve o tiene interés en llevar a efecto el proyecto, es decir tiene que ver con el objeto que persigue el sector al que pertenezca el promotor del proyecto: sector público, sector social o sector privado.
- d) la cuarta se refiere a la inclusión o no de la inflación que afecta a la adquisición de los activos, así como a los resultados esperados. Es decir, la forma en la que los flujos de efectivo fueron determinados: a precios corrientes o a precios constantes.
- e) la quinta se refiere a la mediación de los efectos directos e indirectos que deriven de la realización del proyecto que se esté evaluando.
- f) la sexta se refiere a la medición de los efectos hacia adelante y hacia atrás que derivan de la adquisición de los activos que empleará el proyecto.
- g) la séptima se refiere a la medición de los efectos que derivan de hacer algo o no hacerlo y las implicaciones económico financieras y sociales que de ello emanan.
- h) la octava se refiere a considerar la disponibilidad o escasez de capital.
- i) finalmente, la novena se refiere a la consideración de la certeza, el riesgo y la incertidumbre que se asumen, respecto a la información requerida para el análisis y evaluación del proyecto. (Gallardo, 2013, págs. 44-45)

Este estudio permite tomar la mejor óptica para evaluar el estudio de la creación de un centro de importaciones para enfermedades catastróficas.

2.5.2. Indicadores de rentabilidad empleados en la evaluación de proyectos de inversión

Según Gallardo expresa los indicadores de rentabilidad empleados en proyectos de inversión:

Teniendo pendiente lo anterior, este texto se enfocará en dos vertientes: la evaluación económica y la evaluación financiera. En ambos casos se emplearán los mismos indicadores de rentabilidad; la diferencia entre ambos tipos de evaluación estará dada

por los flujos de efectivo y por la tasa de descuento empleados en cada tipo de evaluación.

Los indicadores financieros de evaluación de proyectos mayormente empleados son: el valor Actual Neto (VAN), la Relación de Beneficios/Costo (B/C), la Tasa Interna de Rendimiento (TIR), el valor Futuro Neto (VFN) y el Periodo de Recuperación del Capital (PRC). En este texto dedicaremos la atención exclusivamente a las primeras tres técnicas, señalando al respecto que el VAN es un indicador absoluto, mientras que las otras dos representan indicadores relativos; el B/C se expresa en centavos por cada valor invertido, mientras que la TIR representa el porcentaje de rendimiento anual que genera el capital social empleado en el financiamiento de los activos.

Para identificar el tipo de evaluación que se efectúa (económica o financiera) los indicadores se diferenciarán por llevar una letra adicional. En el primer caso la letra será E y en el de la evaluación financiera la F, de la siguiente manera: VAN (E), (B/C) E y TIR(E), VAN(F), (B/C)F y TIR(F), respectivamente. (Gallardo, 2013, págs. 45-46).

En este estudio se realiza el análisis y evaluación financiera basada en la aplicación de indicadores financieros que permitirán determinar la factibilidad y viabilidad del proyecto.

2.5.2.1. VAN

Según Baca explica:

Es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.

Corresponde a sumar los flujos descontados en el presente y restar la inversión inicial equivale a comprar todas las ganancias esperadas contra los desembolsos necesarios para producir esas ganancias, en términos de su valor equivalente en este momento o tiempo cero. Es claro que para aceptar un proyecto las ganancias deberán ser mayores que los desembolsos, lo cual dará por resultado que el VPN es mayor a cero. Para calcular el VPN se utiliza el costo de capital o TMAR.

Si la tasa de descuento o costo de capital, TMAR, aplicada en el cálculo del VPN fuera la tasa inflacionaria promedio pronosticada para los próximos cinco años, las ganancias de la empresa solo servirán para mantener el valor adquisitivo real que esta tenía en el año cero, siempre y cuando se reinvirtieran todas las ganancias. Con un $VPN=0$ no se aumenta el patrimonio de la empresa durante el horizonte de planeación estudiado, si el costo de capital o TMAR es igual al promedio de la inflación en ese periodo. Pero, aunque $VPN=0$, habrá un aumento en el patrimonio de la empresa si la TMAR aplicada para calcularlo fuera superior a la tasa inflacionaria promedio de ese periodo.

Por otro lado, si el resultado es $VPN > 0$, sin importar cuánto supere a cero ese valor, esto solo implica una ganancia extra después de ganar la TMAR aplicada a lo largo del periodo considerado. Esto explica la gran importancia que tienen seleccionar una TMAR adecuada.

La ecuación para calcular el VPN para el periodo de cinco años es: (Baca, 2009, págs. 213-214)

Permite descontar el valor de los flujos netos a la inversión inicial es un indicador importante para evaluar proyectos de inversión.

2.5.2.2. Tasa Interna de Retorno

La TIR expresa la rentabilidad anual en términos porcentuales. Es decir, si la TIR de un proyecto es de 15% eso significa un rendimiento de 15% anual sobre el monto del capital social invertido.

Otra diferencia sustantiva con los indicadores anteriores es que el cálculo de la TIR no requiere de una tasa de descuento, establecida. Solamente requiere la diferencia de una tasa de descuento denominada TASA de Rendimiento Mínima Aceptable (TREMA). Esta tasa es la que se empleó para el cálculo de VAN y se usa simplemente para comparar la Tasa Interna de Rendimiento obtenida, pero no para la obtención de dicha tasa. (Gallardo, 2013, págs. 50-52)

Este indicador refleja rentabilidad para el proyecto que se propone poner en marcha.

2.5.2.3. Relación de Beneficio/costo (B/C)

A diferencia del VAN, cuyos resultados están expresados en términos absolutos, este indicador financiero expresa la rentabilidad en términos relativos, es decir, centavos por cada peso invertido. Sin embargo dado que este indicador (B/C) se calcula a partir del VAN, también requiere la existencia de una tasa de descuento para su cálculo.

Formula de la relación Beneficio/Costo.

$$B/C = \frac{VAN}{VAP}$$

El resultado obtenido es un coeficiente de rendimiento y se interpreta como: “X centavos por cada peso invertido”. Es decir, si $B/C = 0,23$, esto significa 23 centavos por cada dólar invertido. Este coeficiente de rendimiento no es anual sino por el tiempo que dure el proyecto. (Gallardo, 2013, págs. 49-50)

Este indicador permite conocer cuál es la rentabilidad que se obtienen por cada dólar invertido en un proyecto de inversión.

2.5.2.4. Periodo de recuperación de la inversión o tiempo de recuperación

De acuerdo Gitman, 2011 explica sobre el periodo de recuperación de la inversión que:

Los periodos de recuperación se usan por lo general para evaluar inversiones propuestas. El periodo de recuperación es el tiempo requerido para que una empresa recupere su inversión inicial en un proyecto, y se calcula a partir de los flujos positivos de efectivo.

En el caso de una anualidad, el periodo de recuperación se puede encontrar dividiendo la inversión inicial entre flujo positivo de efectivo anual. Para una serie combinada de flujos positivos de efectivo, los flujos positivos de efectivo anuales se deben acumular hasta que se recupere la inversión inicial. Aunque popular, por lo general el periodo de recuperación se ve como una técnica poco refinada de preparación de presupuestos de capital, porque no considera de manera explícita el valor del dinero en el tiempo. (Gitman, 2011, págs. 342-343)

Este indicador proporciona al inversionista una visión real sobre en cuanto tiempo se va a recuperar la inversión, la misma que debe estar dentro del plazo de proyección del proyecto, para el presente caso se realizará para tres años

2.6. Marco Conceptual

Activos: “Los activos que posee la empresa simbolizan los recursos que los dueños tienen para el desarrollo de la actividad productiva de la entidad y como resultado de las

operaciones diarias que en un futuro le traerán beneficios económicos.” (Rentería, 2012, pág. 22)

Distribuidor: “Es la persona natural o jurídica que recibe los productos del fabricante o importador para comercializarlos directamente a farmacias, clínicas, hospitales, botiquines populares u otras instituciones que adquieran productos al por mayor.” (Ediciones legales Control Sanitario, 2013)

Establecimiento de Expendio: “Se entenderá como tal a todo aquel que recibe los productos del fabricante, importador o distribuidor, para ofrecerlos directamente al público.” (Ediciones legales Control Sanitario, 2013)

Estrategia: Las estrategias de marketing son los medios por los cuales se alcanzarán los objetivos de marketing. Es importante entender qué es la estrategia y cómo difiere de las tácticas. Las estrategias son los métodos generales escogidos para lograr objetivos específicos. Describen la manera de conseguir los objetivos en la escala de tiempo necesaria. (Rodríguez, 2012, pág. 98)

Estructura organizacional: La estructura organizacional es fundamental en todas las empresas, define muchas características de cómo se va a organizar, tiene la función principal de establecer autoridad, jerarquía, cadena de mando, organigramas y departamentalizaciones, entre otras. (Vásquez, 2012)

Estudio de Mercado: El estudio de mercado se lleva a cabo dentro de un proyecto de iniciativa empresarial con el fin de hacerse una idea sobre la viabilidad comercial de una actividad económica. Un estudio de mercado permita conocer en qué medio habrá de desenvolverse, lo más importante es saber si existen las posibilidades de venta y si el

productos o servicios podrán colocarse en las cantidades adecuadas, de modo tal que se cumplan los propósitos del empresario. (Rentería, 2012, pág. 22)

Factibilidad: Factibilidad se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señalados. Generalmente la factibilidad se determina sobre un proyecto. (Rentería, 2012, pág. 22)

Fabricante: “Se tendrá por tal al productor nacional o extranjero que elabore los productos en territorio ecuatoriano para comercializarlos a través de distribuidores o para vender directamente a farmacias, clínicas, hospitales, botiquines populares u otras instituciones que adquieran productos al por mayor.” (Ediciones legales Control Sanitario, 2013)

Identidad corporativa: “es el conjunto de rasgos y atributos que definen su esencia, algunos de los cuales son visibles y otros no”, por tanto, tiene que ver con su ser, su forma de ser, su esencia. (Mut & Breva, 2003, pág. 3)

Importación: Es un régimen aduanero que permite el ingreso legal de mercancías provenientes del exterior, para ser destinadas al consumo. La importación de mercancías es definitiva, cuando previo cumplimiento de todas las formalidades aduaneras correspondientes, son nacionalizadas y quedan a libre disposición del dueño o consignatario. (Aduanet, 2008)

Importador: “Es la persona natural o jurídica, nacional o extranjera, que importa los productos para su comercialización en el Ecuador.” (Ediciones legales Control Sanitario, 2013)

Marca: es un nombre, un término, una señal, un símbolo, un diseño, o una combinación de alguno de ellos que identifica productos y servicios de una empresa y la diferencia de los competidores. Pero, la marca no es un mero nombre y un símbolo, ya que, como comentaba anteriormente, se ha convertido en una herramienta estratégica dentro del entorno económico actual. (Muñiz, 2015)

Marketing: es una idea o filosofía que ayuda a encaminar los planes y acciones de marketing por un determinado sendero —¿cuál es ese sendero? La satisfacción de necesidades y la obtención de beneficios. (Thompson, 2010)

Margen de comercialización: “Está compuesto por el gasto de operación más la utilidad correspondiente.” (Ediciones legales Control Sanitario, 2013)

Margen de utilidad: Corresponde a la ganancia que obtendrá el fabricante o importador, luego de descontar del precio de venta al distribuidor o establecimiento de expendio, los costos de producción o importación y gastos de operación, de conformidad con lo establecido en el Art. 4 de la Ley de Producción, Importación, Comercialización y Expendio de Medicamentos Genéricos de Uso Humano, y de las resoluciones del Consejo. (Ediciones legales Control Sanitario, 2013)

Medicamento nuevo: Aquel medicamento que no ha sido registrado o lanzado al mercado (en un país determinado), con fines médicos, incluyendo nuevas sales o ésteres de una sustancia activa, nuevas combinaciones fijas de sustancias o nuevas presentaciones que ya están en el mercado, siempre que sus indicaciones de uso, modo de administración o formulación hayan sido cambiadas. (Ediciones legales Control Sanitario, 2013)

Macrolocalización. Tiene en cuenta aspectos sociales y nacionales, basándose en las condiciones regionales de la oferta y la demanda y en la infraestructura existente, y debe indicarse con un mapa del país o región, dependiendo del área de influencia del proyecto. (Meza, 2013, pág. 23)

Microlocalización. Abarca la investigación y comparación de los componentes del costo y un estudio de costos para cada alternativa. Se debe indicar el sitio preciso del proyecto en un plano de la ciudad, considerando las variables mencionadas anteriormente en un mayor detalle (costos de terreno, facilidades de acceso a servicios públicos, facilidades administrativas o legales, etc.). Cuando se hace el estudio a nivel de perfil, basta con identificar la zona para efectos de localización. (Meza, 2013, pág. 25)

Pasivos: Están divididos en: Pasivos circulantes y Pasivos a largo Plazo. Son las deudas u obligaciones financieras, cuyos compromisos de pago no excedan el año, respectivamente, pudiendo estar constituidos por obligaciones simples, documentadas, préstamos recibidos de entidades financieras, obligaciones laborales, provisionales, ingresos anticipados por futuras ventas de bienes o servicios, etc. (Rentería, 2012, pág. 23)

Producto: “Cualquier bien material, servicio o idea que posea un valor para el consumidor o usuario y sea susceptible de satisfacer una necesidad.” (Rentería, 2012, pág. 23)

Proyecto: “El proyecto consiste en el estudio de factibilidad técnica, económica y operacional de cada alternativa, así como si el proyecto es o no apropiado dados los factores políticos y otros del contexto institucional.” (Rentería, 2012, pág. 23)

Quienes pueden importar: “Pueden Importar todas las Personas Naturales o Jurídicas, ecuatorianas o extranjeras radicadas en el país que hayan sido registrados como

importador en el sistema ECUAPASS y aprobado por la Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador.” (Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador, 2011)

Punto de Equilibrio: El punto de equilibrio es aquel en el que, a un determinado nivel de operación, ésta no obtiene utilidades, pero tampoco incurre en pérdidas. Es un pronóstico proyectado de entradas y salidas de efectivo con el fin de conocer la cantidad de recursos económicos que requiere el negocio para operar durante un período de tiempo. (Rentería, 2012, pág. 24)

Representante legal en el país: “Se refiere a la Empresa de Representación del producto, la cual se encargará de su registro y/o comercialización en el país.” (Organización Panamericana para la Salud, 2013)

Segmentación: La división de un mercado en grupos distintos de compradores con diferentes necesidades, características y conductas que podrían requerir mezclas separadas de productos o de mercadotecnia. (Rodríguez, 2013, pág. 197)

2.7. Marco Referencial

2.7.1. Enfermedades catastróficas

El texto Enfermedad catastrófica: ¿Quién decide qué?, de Jay Katz y Alexander Morgan Capron, la define como “una patología devastadora y casi siempre incurable, que necesita de muchos recursos económicos y de muchos cuidados médicos, casi siempre paliativos y de constante soporte emocional al paciente y a su familia”. (Mosquera, 2012)

Las enfermedades del Sistema Inmunológico o llamadas Autoinmunes, se caracterizan por ser catastróficas, irreversibles, incurables, incapacitantes y deformantes. A pesar de todos los avances científicos en salud no se logra descubrir por qué se producen. A continuación, se define cuáles y qué son las enfermedades que se va a combatir a través de los medicamentos que importará el nuevo centro.

“Artritis Reumatoide AR: Es una enfermedad crónica que lleva a la inflamación de las articulaciones y tejidos circundantes. También puede afectar otros órganos.” (Haydeé, 2012, pág. 26)

2.7.1. Causas

La causa de la artritis reumatoide (AR) se desconoce. Es una enfermedad auto inmune, lo cual significa que el sistema inmunitario del cuerpo ataca por error al tejido sano. La artritis reumatoide se puede presentar a cualquier edad, pero es más común en mujeres de mediana edad. Las mujeres resultan afectadas con mayor frecuencia que los hombres. La infección, los genes y las hormonas pueden estar vinculados a la enfermedad. (MedlinePlus, 2014)

2.7.2. Síntomas

La mayoría de las veces, la artritis reumatoide afecta las articulaciones en ambos lados del cuerpo por igual. Las muñecas, las rodillas, los dedos de las manos y los tobillos son los que resultan afectados con mayor frecuencia.

La enfermedad a menudo comienza de manera lenta. Los síntomas iniciales pueden ser: dolor articular leve, rigidez y fatiga.

Los síntomas articulares pueden abarcar:

- La rigidez matutina, que dura por más de una hora, es común. Las articulaciones pueden sentirse calientes, sensibles y rígidas cuando no se usan durante una hora.
- El dolor articular a menudo se siente en la misma articulación en ambos lados del cuerpo.

- Con el tiempo, las articulaciones pueden perder su rango de movimiento y volverse deformes.

Otros síntomas abarcan:

- Dolor torácico al respirar (pleuresía).
- Resequedad en ojos y boca (síndrome de Sjogren).
- Ardor, prurito y secreción del ojo.
- Nódulos bajo la piel (generalmente un signo de una enfermedad más grave).
- Entumecimiento, hormigueo o ardor en las manos y los pies.
- Dificultades para dormir. (MedlinePlus, 2014)

Se concluye que la artritis reumatoide es una enfermedad degenerativa que ataca a las personas y puede presentarse a cualquier edad y predomina en la mujer por lo tanto se puede denominar una enfermedad silenciosa, que si no se diagnostica a tiempo puede dañar severamente el sistema inmunológico, así como la muestra visible de las articulaciones especialmente de manos y piernas. Para ello el presente proyecto está orientado hacia aquellas personas que sufren de enfermedades como la artritis reumatoide con el fin de proporcionar una mejor calidad de vida a los pacientes con AR.

2.7.3. Industria de las medicinas en el Ecuador

La Empresa Pública de Fármacos del Ecuador, tiene como objetivos investigar, producir y comercializar medicamentos e insumos seguros y eficaces, a precios justos, para distribuirlos a través de la Red Pública Integral de Salud– RPIS.

Los objetivos establecidos por Enfarma se encuentran alineados a lo establecido en los objetivos 3, 10 y 11 del Plan Nacional del Buen Vivir, los cuales consisten en mejorar la calidad de vida de la población, impulsando la transformación de la matriz productiva y asegurando la soberanía en la medicación, garantizando así el derecho a la salud de la ciudadanía.

La industria farmacéutica ecuatoriana mantiene un desarrollo del 14% en promedio anual en los últimos tres años. El acceso de la población a medicamentos y servicios de salud aumenta paulatinamente.

El mercado de medicinas, en el Ecuador, abarca en precio de venta a las farmacias un total de \$ 1.200'000.000, de los cuales el \$ 300'000.000 corresponden al mercado público y \$ 900'000.000 al mercado privado.

Según un estudio de la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (Flacso) realizado el año pasado, la inversión privada en el sector (se estima en \$ 25 millones en los próximos tres años) y la generación de clúster, empresas proveedoras y de bienes intermedios, se desarrollan en paralelo. En los últimos tres años, las inversiones en Guayaquil han sido de más de \$ 10'000.000 en infraestructura y capacitación.

Además, los medicamentos genéricos ganan terreno frente a los productos de marca, hasta situarse en 60% del total, correspondiendo un 40% a los productos de etiqueta. (El Telégrafo, 2012)

En el Ecuador no hay cifras de cuantas personas padecen la enfermedad; sin embargo, la incidencia es de aproximadamente tres casos nuevos cada año, por ello el tratamiento para pacientes con Artritis Reumatoide ha mejorado en los últimos 25 años, pudiéndose observar a la mayoría de los pacientes una considerable mejoría de sus síntomas.

Sin embargo, en la actualidad no existe un tratamiento curativo para la AR; por lo que para un tratamiento inicial se requiere del uso de drogas antiinflamatorias, dentro de estas drogas se incluyen el Oro intramuscular, Metotrexato, Cloroquina, Sulfasalacina, Azatioprina y D-Penicilamina, así como el uso de córticoesteroides para controlar los síntomas, mantener la funcionalidad y ayudar a ralentizar la progresión de la enfermedad.

De acuerdo al Ministerio de Salud Pública “entre 2013 y 2014 el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI) concedió licencias obligatorias para nueve medicamentos, utilizados en el tratamiento de VIH/Sida, artritis, enfermedades oncológicas, enfermedades que afectan al sistema inmunológico” dando lugar a que se eliminen las patentes para estos medicamentos que tratan estas patologías, posibilitando así el acceso de estos, a los pacientes y así contribuir en la mejorar de su calidad de vida.

2.7.4. Canales de distribución

Los canales de distribución de la industria farmacéutica funcionan de igual manera que en otras industrias, cuya finalidad es la de entregar los medicamentos a los consumidores finales desde las bodegas de los fabricantes o importadores a través de intermediarios. En la industria farmacéutica los márgenes de utilidad del canal están fijados por el Estado, los precios de venta al público vienen previamente marcados por el fabricante o importador y no pueden ser alterados, y las farmacias tradicionales o cadenas de farmacias deben obtener un permiso específico para el expendio de medicinas. (Astudillo, 2011, pág. 103)

Tal como se observa la distribución al por mayor en el sector farmacéutico está evolucionando a un ritmo acelerado y el mercado cada vez se vuelve más competitivo, entre las estrategias que se observan para mejorar la distribución y evitar la entrada de nuevos competidores en especial internacionales está la integración vertical mediante la creación y/o adquisición de puntos de venta con el fin de formar una cadena de farmacias propia y acercarse al consumidor final.

Por lo tanto, para el presente estudio se considera definir un adecuado canal de distribución que se acomode al giro del negocio.

2.7.5. Precios de las medicinas y el poder adquisitivo de la población

Durante el año 2003 se decretó un congelamiento de los precios de los medicamentos y desde ese año la mayoría de éstos no ha variado, siendo breves periodos durante los cuales se han permitido incrementos que nunca fueron generalizados.

El actual sistema de control privilegia la importación pues el análisis de costos en los productos importados se inicia con la factura FOB mientras que cuando se trata de la industria nacional el control empieza en el inicio del proceso productivo es decir desde la adquisición de la materia prima, insumos, costos de conversión y gastos administrativos.

El mercado ecuatoriano es posiblemente el único de precios y márgenes congelados por más de una década, donde el sistema de precios frena el desarrollo de genéricos, productos OTC y mayores inversiones sectoriales. (Ayala, 2014, pág. 26)

Si bien es cierto, que el control de precios es una herramienta que permite controlar el precio de venta de los medicamentos de manera directa, la aplicación de este mecanismo no garantiza el acceso equitativo ni el control del gasto estatal; otro mecanismo de intervención gubernamental que puede lograr resultados similares de control de precios es el establecimiento de cambios en la política de seguridad social para garantizar un mayor acceso a los sistemas de salud pública, y así promover mayor disponibilidad de información del mercado, conceder licencias para fabricar o importar medicamentos considerados de prioridad en la salud.

En el Ecuador, los precios de los medicamentos se negocian entre el fabricante o importador y el Ministerio de Salud a través del Consejo Nacional de Fijación y Revisión de Precios de medicamentos de uso humano, por lo cual el ofertante mediante una solicitud pide un precio de venta al público que reconozca el costo de poner el fármaco en el mercado más un margen de ganancia que se encuentra predeterminado en el 20%; igualmente el margen del canal es fijo y está establecido en el 10% para distribuidores mayoristas y 20% para minoristas o puntos de venta cuando se trata de medicamentos de marca, y 25% cuando se trata de genéricos. (Secretaría Técnica del Consejo Nacional de Fijación y Revisión de Precios de Medicamentos, 2014)

2.8. Marco Legal

2.8.1. Asequibilidad de tratamientos estándar

La asequibilidad de los genéricos de menor precio en el sector público, que entrega en forma gratuita los medicamentos, sería adecuada siempre y cuando el medicamento esté disponible, de lo contrario los pacientes están forzados a comprar medicamentos en el sector privado.

Los tratamientos que pueden parecer asequibles son demasiado costosos para los segmentos más pobres de la población, sin embargo, tomando en cuenta que el 10% más pobre de la población tiene un ingreso promedio diario de \$0,56; el 10% siguiente de la población tiene un ingreso promedio diario de \$ 1,46; el segundo 20% alcanza a \$ 2,27; el tercer 20% llega a un promedio de \$ 3,54; el cuarto 20% tiene un ingreso diario promedio de \$5,87; el segundo 10% más rico llega a \$ 9,92 y el 10% más rico ingresa \$ 25,19. (11% de la población vive por debajo de la línea internacional de pobreza con menos de \$1/día). Los tratamientos que le cuestan más de un día de salario al trabajador gubernamental de menor salario incluyen hipercolestoremia (3,1), infección respiratoria del adulto tratada con ciprofloxacina (1,2) y úlcera tratada con omeprazol (1,3). Los tratamientos más asequibles fueron aquellos para el tratamiento de patologías agudas como dolor (0,1), infección respiratoria pediátrica (0,1). (Acción Internacional para la Salud - Ecuador, 2008, págs. 33-34)

En base a lo anterior se puede determinar que los costes del tratamiento se refieren solamente a la adquisición de los medicamentos y no incluyen los costes adicionales de consulta y pruebas diagnósticas. Tomando en cuenta que la mayor parte de la población posee ingresos mínimos gubernamentales; por tanto, se concluye que tratamientos que parecen asequibles son demasiado costosos para los segmentos más pobres de la población. Incluso si hay tratamientos individuales que puedan parecer asequibles, las personas o familias que necesitan múltiple medicación pueden encontrarse con gastos farmacéuticos incontrolables que salen de su presupuesto.

Los costos añadidos al valor real de producción o importación de un medicamento, tales como los costos administrativos, que sumados al valor real de producción o importación, constituyen la base para el cálculo de los porcentajes correspondientes al margen de utilidad del fabricante o importador (20%), al margen de comercialización para las distribuidoras (10%) y al margen de comercialización para las farmacias (20% para productos de marca y 25% para medicamentos genéricos) contribuyen sustancialmente al precio final de los medicamentos.

En el sector privado, los costos añadidos representan un alto porcentaje del precio final al paciente para las marcas originales importadas, para genéricos importados y para genéricos producidos localmente. La mayor contribución a los costos añadidos corresponde a los costos administrativos, los cuales declara el producto o importados y representan porcentajes que superan grandemente del valor real de producción o importación.

El valor de los costos administrativos no tiene un límite en nuestro país. Si el laboratorio farmacéutico cuenta con mayores recursos puede invertir una mayor cantidad en costos administrativos, que se incluyen en el precio de venta al público y que forman la base para el cálculo de los márgenes de utilidad antes señalados. En el valor de los costos administrativos se incluyen todos los gastos por promoción y administración del producto, vale decir remuneraciones de ejecutivos, empleados, visitantes a médicos, reuniones de promoción del producto, obsequios y premios grandes y pequeños. En todo caso estos valores se recuperarán, con la utilidad correspondiente, gracias al pago que realiza el paciente. (Acción Internacional para la Salud - Ecuador, 2008, pág. 53)

Con una regulación de la ley respecto a la fijación de márgenes de utilidad, se podría reducir visiblemente para los medicamentos originales de marca importados, igualmente para los genéricos importados y para los genéricos producidos localmente, tanto para el sector privado como para el sector público, ya que se controlarían los costos referentes a la promoción y administrativos que infieren en la colocación de un fármaco en el mercado.

2.8.1. Ley de producción, importación, comercialización y expendio de medicamentos genéricos de uso humano

Art. 1.- El Estado promoverá la producción, importación, comercialización y expendio de medicamentos genéricos de uso humano.

Art. 2.- (Reformado por el lit. a de la Disp. Gen. Cuarta de la Ley 2006-67, R.O. 423-S, 22 XII-2006). -Para efecto de esta Ley, debe entenderse como medicamentos genéricos aquellos que se registran y comercializan con la Denominación Común Internacional (DCI) del principio activo, propuesta por la Organización Mundial de la Salud (OMS) o en su ausencia con una denominación genérica convencional reconocida internacionalmente cuya patente de invención haya expirado. Esos

medicamentos deberán mantener los niveles de calidad, seguridad y eficacia requeridos para los de marca. (Wipo, 2012)

2.8.2. Política Nacional de Medicamentos

- **Buenas prácticas de adquisiciones**

Actualmente existen un sinnúmero de limitaciones en los procesos de adquisición, que afectan el acceso a los medicamentos, entre ellos: diversidad de normas y procedimientos para la adquisición, incumplimiento de los programas de adquisición, múltiples registros de proveedores, problemas de financiamiento, ausencia de un sistema centralizado de información, etc.

Por ello, a fin de garantizar la accesibilidad, es necesario realizar un proceso de selección, adquisición, formalización y disponibilidad de medicamentos, en cantidades adecuadas, a precios razonables y con normas de calidad reconocidas, para lo cual, se proponen las siguientes estrategias:

- ✓ Homologar los procedimientos precontractuales, contractuales y de ejecución contractual de las Instituciones del Sector Público, para la adquisición de medicamentos e insumos.
- ✓ Promover la uniformidad de los Reglamentos e Instructivos de adquisiciones de medicamentos e insumos.
- ✓ Unificar los mecanismos que determinen las necesidades de las Unidades Médicas, con cierto grado de certeza, que permitan elaborar programas anuales de adquisiciones, sobre la base de los registros estadísticos de consumo, niveles de existencias, perfil epidemiológico de la población.
- ✓ Diseñar e implementar un sistema de información de las adquisiciones de medicamentos e insumos del sector público, cuyo acceso deberá estar restringido a las instituciones que forman parte del Consejo Nacional de Salud.
- ✓ Implementar un registro único de proveedores a nivel nacional, de medicamentos genéricos, de marca e insumos.
- ✓ Elaborar un documento común que regule las Buenas Prácticas de Adquisición.
- ✓ Establecer mecanismos que permitan mayor transparencia en la adquisición (Subasta pública), al permitir el conocimiento de las condiciones técnicas de disponibilidad y distribución, con ventajas tanto al proveedor como al comprador; y, que establezcan sanciones con quienes no cumplan. (Ministerio de Salud, 2006, pág. 17)

- **Regulación, registro y control**

Considerando el alto valor social y sanitario que tienen los medicamentos, el Estado debe garantizar, su calidad, seguridad y eficacia, a través de regulaciones.

La producción y distribución de medicamentos, requieren autorización y control por parte del Estado, a través de las siguientes acciones:

- ✓ Registro, permiso de comercialización y control permanente de la eficacia, seguridad
- ✓ post-comercialización
- ✓ Reglamentación de la producción, importación y distribución
- ✓ Reglamentación de la promoción e información (Ministerio de Salud, 2006, pág. 17)

- **Control**

Garantizar la calidad, seguridad, eficacia y uso racional de los medicamentos que se comercializan en el país, mediante el establecimiento de un Sistema de Vigilancia y Control, que incluya:

- **Control de la Calidad**

Se proponen las siguientes estrategias:

- ✓ Vigilar el proceso de fabricación de medicamentos, mediante inspecciones periódicas y verificaciones sistemáticas, así como una estricta aplicación de la normativa de Buenas
- ✓ Prácticas de Manufactura, de tal forma que la calidad de los medicamentos producidos esté asegurada.
- ✓ Mantener el control post-comercialización, a cargo del Instituto Nacional de Higiene, cuya actividad se complementarían con una red de laboratorios acreditados por el Ministerio de
- ✓ Salud Pública.
- ✓ Aplicar las sanciones civiles, administrativas, económicas y penales, establecidas en la Ley, a los responsables de la adulteración de la calidad de los medicamentos. (Ministerio de Salud, 2006, pág. 19)

Tratándose de la comercialización de medicamentos es necesario contar con todos los requisitos y permisos de comercialización y distribución avalados por el Ministerio de Salud.

- **Control de la Prescripción**

Se proponen las siguientes estrategias:

- ✓ Promover la elaboración, estandarización y utilización de Protocolos Terapéuticos.
- ✓ Implementar un programa de Buenas Prácticas de Prescripción, para favorecer el uso racional de los medicamentos.
- ✓ Incentivar la adopción de Protocolos Terapéuticos, de acuerdo al perfil epidemiológico de la población atendida.
- ✓ Conformar Comités de Farmacología, responsables de supervisar y promover la prescripción efectiva y eficaz de los medicamentos en los Hospitales. (Ministerio de Salud, 2006, pág. 19)

Son estándares que deben seguir todos los establecimientos que tengan como giro del negocio la comercialización de medicamentos.

- **Control de Almacenamiento y Dispensación**

Es necesario, establecer las siguientes estrategias:

- ✓ Promover la profesionalización de los establecimientos farmacéuticos, con el fin de garantizar la seguridad en la dispensación de los medicamentos a los pacientes.
- ✓ Vigilar que las etapas que constituyen el ciclo del medicamento (selección, programación, adquisición, almacenamiento, distribución y dispensación) se realicen de acuerdo a estándares de calidad.
- ✓ Impulsar en las farmacias públicas y privadas, el desarrollo de la atención farmacéutica, encaminada a identificar y evaluar los problemas de salud, derivados del uso de medicamentos.
- ✓ Impulsar el desarrollo de la Farmacia Clínica en los establecimientos hospitalarios, a través del Sistema de Dosis Unitaria, a fin de alcanzar óptimos resultados terapéuticos.

- ✓ Adoptar las normas de “Buenas Prácticas de Farmacia”, basadas en las recomendaciones de la Organización Mundial de la Salud (OMS) y la Federación Internacional de Farmacéuticos (FIF).
- ✓ Promover la educación médica continua del equipo de salud. (Ministerio de Salud, 2006, págs. 19-20)

Es competencia de cada establecimiento el de establecer estrategias para el almacenamiento y dispensación de medicamentos en la ciudad de Quito.

CAPITULO III

DIAGNOSTICO SITUACIONAL

3.1. Análisis externo

Según (Águeda, García, & Narros, 2008) análisis externo, tiene como objetivo la realización de un examen de la situación y perspectivas que la empresa no puede controlar (factores económicos, sociales, políticos, culturales o tecnológicos), conjuntamente con otros factores sobre los que puede ejercer influencia y cierto grado de control debido a su cercanía.

Hoy por hoy, en las empresas es de mucha importancia contar con información y conocimientos de lo que existe dentro y fuera de la esta, el realizar un análisis con el fin de identificar los factores que influyen a la misma para crecer organizacionalmente, y lo que se puede explotar para mantenerse en el mercado, logrando cierto liderazgo. A continuación, se observará sobre lo que es el análisis organizacional, respecto al ambiente de la empresa, el entorno empresarial y diversos factores importantes.

3.1.1. Macro entorno

Este aspecto está compuesto por factores que afectan a todas las empresas y difícilmente pueden influir en las PYMES. Tiene en cuenta factores políticos, legales, socioeconómicos, ambientales, culturales y tecnológicos. Estos factores suelen estar disponibles por la administración pública como estadísticas o informes en la internet.

3.1.1.1. Factor político

El entorno político está compuesto por un sistema sinérgico de leyes, dependencias del gobierno, y grupos de presión que influyen tanto las actividades de las organizaciones como las de los individuos en la sociedad.

- **Poder Ejecutivo**

Según el Informe Económico y Comercial del Ecuador se menciona que:

El economista Rafael Correa, actual Presidente Constitucional de Ecuador, tomó posesión de su cargo el 15 de enero de 2007, y fue reelegido el 17 de febrero de 2013. Rafael Correa se define a sí mismo como un católico de izquierdas y nacionalista.

Tras tomar posesión de su cargo en 2007, Rafael Correa convocó una consulta popular para la aceptación e instalación de la Asamblea Constituyente, la cual fue una de sus promesas electorales. La intención de esta Asamblea Constitucional con plenos poderes era transformar el marco institucional del Estado y elaborar la nueva Constitución. Esta consulta fue realizada el 15 de abril de 2007 y el 81,72% del electorado se pronunció a favor.

Convirtiendo a la política económica en un eje fundamental del Gobierno, debido a las aspiraciones de reformar los regímenes productivos y distributivos al objeto de buscar un mayor protagonismo del sector público, y una distribución más equitativa del producto. Para ello se volvió a recuperar la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES), ente adscrito a la presidencia de Gobierno y encargado del establecimiento de los objetivos y las políticas nacionales, tanto de las económicas como de carácter general. Para ello este organismo ha diseñado, el llamando Plan Nacional de Desarrollo 2009-2013 (denominado, en este periodo, “Plan Nacional para el Buen Vivir”), con el que se pretende configurar las directrices esenciales que debe seguir la administración ecuatoriana en las políticas de gestión y de inversión pública para dicho periodo. El plan cuenta con 12 objetivos, entre los que destaca el mejoramiento de la calidad de vida de la población, garantizar la vigencia de los derechos y la justicia, establecer un sistema económico social, solidario y sostenible, así como garantizar el acceso a la participación pública y política.

Referente a la política de reforma sectorial, la aprobación de la Ley de la Red de Seguridad del Sistema Financiero en 2007 dio al Gobierno de Ecuador un mayor poder, tanto en la reordenación del sistema bancario como en la potenciación de la banca pública. La banca privada tiene un tamaño pequeño; el ratio de crédito total respecto a PIB es aproximadamente el 20%. La Ley vigente, aprobada en el 2007, segmenta los créditos con tasas de interés diferenciadas, que son fijadas por el Banco Central de Ecuador. La conclusión es el intervencionismo del Gobierno en el Banco Central de Ecuador, debido a que es el propio Gobierno el que nombre al presidente del Consejo de Administración del Banco Central. (Secretaría de Estado de Turismo y Comercio, 2014, págs. 4 - 8 y 11)

Connotación: El Ecuador se encuentra en una etapa de estabilidad política, estableciendo y ejerciendo políticas de estado que benefician a los nuevos sectores económicos,

logrando proporcionar un cambio positivo mejorando la perspectiva de los agentes económicos que integran los sectores productivos. **(Oportunidad)**

- **Poder Legislativo**

Este poder corresponde a la Asamblea Nacional que es el órgano que ejerce el poder legislativo de la República del Ecuador, que es un parlamento que únicamente tiene una cámara de representantes la cual esta tiene personería jurídica y autonomía económica-financiera, administrativa, presupuestaria y de gestión, y que actualmente está conformada por 137 asambleístas. Los mismos que se encargan de planificar las actividades legislativas para el tratamiento de los proyectos de ley.

Connotación: Al contar con una mayoría en la asamblea el bloque oficialista, tiene poder para tomar decisiones; al momento nos encontramos viviendo en excelentes relaciones comerciales con países como Bolivia, por lo que es conveniente que la Asamblea esté de acuerdo con el poder ejecutivo, de esta manera se aprueban mucho más rápido los acuerdos y tratados internacionales en los que el país participa. **(Oportunidad)**

- **Poder Judicial**

La función Judicial en el Ecuador está conformada por el Consejo de la Judicatura como su ente principal y por la Corte Nacional de Justicia. La representación jurídica la hace el Consejo de la Judicatura, sin perjuicio de la representación institucional que tiene la Corte Nacional de Justicia. La Corte está integrada por 21 jueces elegidos en un término de 9 años, los mismos que serán renovados por tercios cada tres años conforme lo estipulado en el Código Orgánico de la Función Judicial.

Para que una sociedad este jurídicamente organizada pueda aplicar el derecho penal, es necesario la observancia de un procedimiento adecuado y aceptado por la colectividad,

que acoja los principios inherentes, y generalmente reconocidos, que responda a las necesidades morales, sociales y jurídicas, cuyo objetivo sea la consecución de la justicia, entendida ésta, como el vínculo obligatorio para mantener unidos los intereses públicos y particulares.

Connotación: El Ecuador se encuentra en una etapa de estabilidad jurídica que durante los últimos siete años ha demostrado que estableciendo y ejerciendo políticas de estado han beneficiado a los sectores económicos logrando alcanzar un cambio positivo mejorando la perspectiva de los agentes económicos que integran los sectores productivos. **(Oportunidad)**

3.1.1.2. Factor legal

Según la Ley Orgánica de Salud en capítulo III de los medicamentos publicado en el Registro Oficial 423 del 22 de diciembre de 2006 se establece lo siguiente:

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

Para la venta al público se requiere de receta emitida por profesionales facultados para hacerlo, a excepción de los medicamentos de venta libre, clasificados como tales con estricto apego a normas farmacológicas actualizadas, a fin de garantizar la seguridad de su uso y consumo.

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

Promoverá la producción, importación, comercialización, dispensación y expendio de medicamentos genéricos con énfasis en los esenciales, de conformidad con la normativa vigente en la materia. Su uso, prescripción, dispensación y expendio es obligatorio en las instituciones de salud pública.

Art. 155.- Los medicamentos en general, incluyendo los productos que contengan nuevas entidades químicas que obtengan registro sanitario nacional y no sean comercializados por el lapso de un año, serán objeto de cancelación de dicho registro Sanitario.

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

Art. 157.- La autoridad sanitaria nacional garantizará la calidad de los medicamentos en general y desarrollará programas de fármaco vigilancia y estudios de utilización de medicamentos, entre otros, para precautelar la seguridad de su uso y consumo.

Art. 158.- El desarrollo, la producción, manipulación, uso, almacenamiento, transporte, distribución importación, comercialización y expendio de productos nutraceúticos, será permitido cuando se demuestre técnica y científicamente ante la autoridad sanitaria nacional, su seguridad para el consumidor y el ambiente. El registro y control sanitarios de estos productos se sujetará a las regulaciones vigentes para medicamentos.

Art. 159.- Corresponde a la autoridad sanitaria nacional la fijación, revisión y control de precios de los medicamentos de uso y consumo humano a través del Consejo Nacional de Fijación y Revisión de Precios de Medicamentos de Uso Humano, de conformidad con la ley.

Se prohíbe la comercialización de los productos arriba señalados sin fijación o revisión de precios.

Art. 160.- Para efectos de la fijación y revisión de precios de los medicamentos de uso y consumo humano, los gastos de publicidad y promoción serán regulados de conformidad con la ley y la normativa vigente, para que no afecten al acceso a los medicamentos y a los derechos de los consumidores.

Art. 161.- Para la fijación y revisión de precios de medicamentos importados, se considerará el precio en el puerto de embarque (FOB) del país de origen del producto, el mismo que no podrá ser superior a los precios de venta al distribuidor o mayorista del país de origen.

Art. 163.- Los laboratorios farmacéuticos, distribuidoras farmacéuticas, casas de representación de medicamentos, dispositivos médicos, productos dentales, reactivos bioquímicos y de diagnóstico, en las ventas que realicen a las instituciones públicas descontarán un porcentaje no inferior al 15% del precio de venta a farmacia. (Ministerio de Salud Pública, 2006)

Connotación: El Estado garantiza el acceso y disponibilidad de medicamentos de calidad además de promover la producción, importación, comercialización, dispensación y expendio de medicamentos destinados para el uso y consumo humano. **(Oportunidad)**

3.1.1.3. Factores económicos

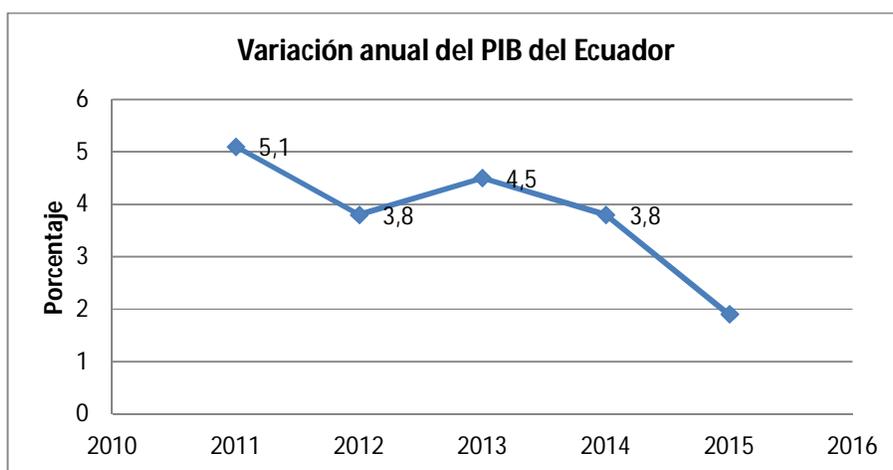
Según análisis realizado por El Comercio, 2014 hace referencia al favorable crecimiento económico del país:

El tratamiento de la Pro forma presupuestaria 2015 ha puesto en debate factores que sin lugar a dudas van a incidir en la economía ecuatoriana a lo largo del próximo año. El 2015 se presenta difícil. El precio del petróleo tenderá a bajar

aún más de lo que piensa el Gobierno, lo cual generará serios problemas para financiar el gasto público, así como tendrá efectos colaterales como una baja en el nivel de crecimiento de la economía, mayor déficit en la balanza comercial, desempleo, entre otros factores. Si tiene suerte el Gobierno y logra financiar el presupuesto del 2015, lo que realmente preocupa son los efectos de estas medidas para el futuro de la economía. Recurrir a más endeudamiento público o crear más tributos no es una solución consistente. Hay que bajar los niveles de gasto. El Ecuador puede seguir endeudándose hasta alcanzar niveles del 40% del PIB (ese es el límite que fija la Constitución), no obstante, va a llegar un momento en que los ingresos que tenga no sean suficientes.

En base a la cita anterior se puede decir que el gobierno debe reducir ciertos gastos que no son indispensables como son los de comunicación y propaganda de informe al país, así como también el número de vehículos que existen para movilizar al ministro, viceministro al subsecretario, y etc., etc. el presupuesto para gasto social. De acuerdo a las estadísticas del Banco Central, los porcentajes destinados a salud y educación no han variado significativamente desde que el presidente Correa asumió el poder. Por lo tanto si en el 2007 se destinó el 0,8% del PIB al sector salud, en el 2013 ese porcentaje llegó al 2,2% del PIB. En el caso del sector educación, ha pasado casi lo mismo. Hay una variación en estos años del 2,3 al 5,2% del PIB. Como se puede evidenciar la inversión pública en los sectores de salud y educación no han tenido mayor variabilidad.

Gráfico N° 1 Proyecciones oficiales PIB 2015



Elaborado por: Banco Central del Ecuador
Fuente: Banco Central del Ecuador

Connotación: Debido a la tendencia a la baja del Producto Interno bruto, este factor es una (**amenaza**) ya que el escenario del país se ve afectado por la poca inversión y bajo crecimiento económico.

- **Tasas de Interés**

Se refiere al precio del dinero en el mercado financiero. Al igual que el precio de cualquier producto, cuando hay más dinero la tasa baja y cuando hay escasez sube. Las tasas de interés son aquellas que se negocian en el mercado.

El Banco Central del Ecuador (BCE), calcula semanalmente las tasas de interés en función de la información que remiten las instituciones financieras. A continuación, se presenta una tabla detallada, con las tasas de interés vigentes, tanto pasiva como activa, según el tipo de crédito que se aplique, ya sea para consumo, vivienda o comercial.

Cuadro N° 1 Tasas referenciales de interés a enero 2016

Tasas de Interés			
enero-2016			
1. TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS VIGENTES			
Tasas Referenciales		Tasas Máximas	
Tasa Activa Efectiva Referencial para el segmento:	% anual	Tasa Activa Efectiva Máxima para el segmento:	% anual
Productivo Corporativo	9.32	Productivo Corporativo	9.33
Productivo Empresarial	9.53	Productivo Empresarial	10.21
Productivo PYMES	11.80	Productivo PYMES	11.83
Comercial Ordinario	9.58	Comercial Ordinario	11.83
Comercial Prioritario Corporativo	9.15	Comercial Prioritario Corporativo	9.33
Comercial Prioritario Empresarial	10.00	Comercial Prioritario Empresarial	10.21
Comercial Prioritario PYMES	11.26	Comercial Prioritario PYMES	11.83
Consumo Ordinario	16.25	Consumo Ordinario*	17.30
Consumo Prioritario	16.10	Consumo Prioritario **	17.30
Educativo	7.14	Educativo **	9.50
Inmobiliario	10.88	Inmobiliario	11.33
Vivienda de Interés Público	4.98	Vivienda de Interés Público	4.99
Microcrédito Minorista	27.96	Microcrédito Minorista	30.50
Microcrédito de Acumulación Simple	25.25	Microcrédito de Acumulación Simple	27.50
Microcrédito de Acumulación Ampliada	22.13	Microcrédito de Acumulación Ampliada	25.50
Inversión Pública	8.14	Inversión Pública	9.33

Nota:
 *Según la Resolución 140-2015-F, publicada en el Suplemento del Registro Oficial No. 627 de 13 de noviembre de 2015, se establece que la tasa de interés activa efectiva máxima para el segmento Consumo Ordinario será de 17.30%; la misma que entrará en vigencia a partir de su publicación en el Registro Oficial.
 **Según la Resolución 154-2015-F, de 25 de noviembre de 2015, se establece que la tasa de interés activa efectiva máxima para el segmento Consumo Prioritario será de 17.30% y para el segmento Educativo será de 9.50%

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2014)

El volumen de crédito sigue creciendo en el país, pero a un ritmo menor que en años anteriores. Los préstamos destinados al sector productivo-corporativo y al de consumo son los que más aumentan y, por otro lado, los microcréditos siguen relegados. Con el Nuevo Código Monetario Financiero, el gobierno busca regular la distribución de los recursos.

Connotación: Debido al crecimiento del volumen de préstamos en el país, este factor es una (**oportunidad**) ya que para la conformación de nuevos negocios existe la facilidad de acceder a un crédito y puede generar beneficios notables a la constitución de una nueva empresa.

- **Inflación**

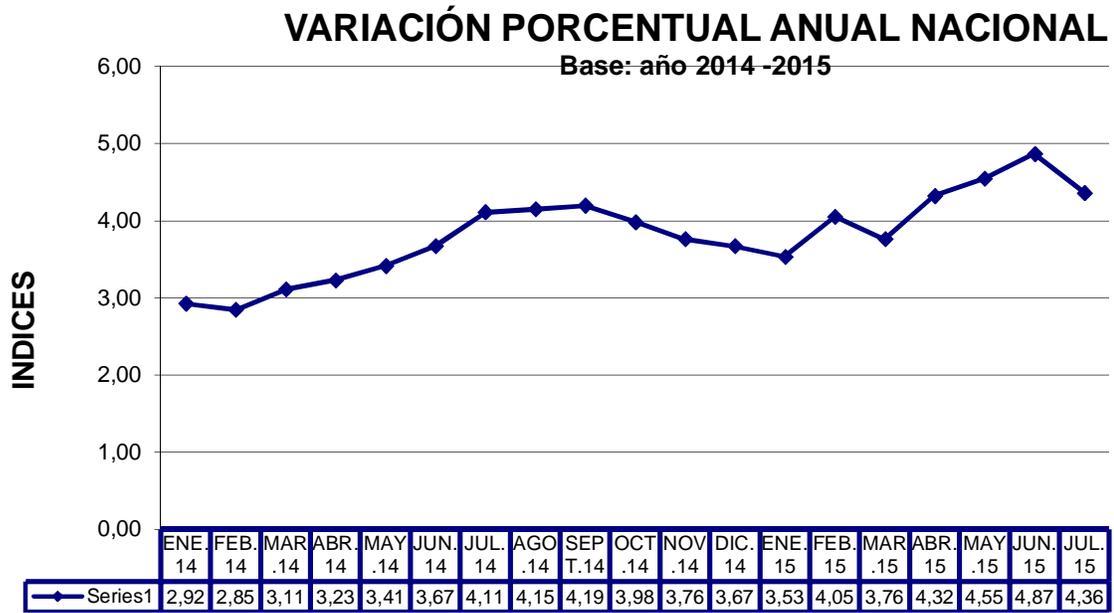
De acuerdo a (Pernaut & Ortiz, 2008) identifica a la “inflación con la subida general de precios, se trata de una subida continuada del índice general de precios.” (pág. 510)

Según lo publicado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), 2015 en su último reporte del Índice de Precios al Consumidor (IPC), la inflación en julio de 2015 se ubicó en -0,08%. De tal modo para el séptimo mes del presente año, el país registra una inflación acumulada de 2,99% en comparación al 2,31% que alcanzó en julio de 2014. Mientras que la inflación anual se ubicó en 4,36% frente a 4,11% del mismo mes del año anterior. Asimismo, se indicó que la canasta básica se ubicó en \$ 668,57. De esta manera, el ingreso familiar calculado para 1,6 perceptores cubre el 98,84% del costo de la canasta básica familiar.

Se puede inferir que la inflación presenta disminuciones mínimas pero que a la larga influyen en el índice de precio del consumo ya que de ello depende de que puedan acceder

a otros servicios como son la salud y especialmente a la compra de medicina para tratar ciertas enfermedades que padece la sociedad.

Gráfico N° 2 Inflación Anual Ecuador



Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)

Connotación: La reducción de la inflación incentiva a los usuarios a acceder a mayores inversiones y mejorar su calidad de vida. **(Oportunidad)**

- **El Riesgo País**

Según (Hernández, 2003) define al Riesgo país como la “una modalidad de riesgo; trata más bien, de un conjunto de factores, distintos a los hechos considerados como riesgos comerciales, que sirven para establecer el grado de confianza y de solvencia que merece un país para concederle facilidades financieras o para realizar intercambios comerciales. (pág. 144)

De acuerdo al analista económico Montenegro en su estudio menciona que:

No hay crisis económica. En eso coinciden los grupos gobiernistas y analistas privados. En lo que no hay acuerdo, sin embargo, es en el efecto que tendrá 2015 en las finanzas nacionales.

El riesgo país es uno de los indicadores en disputa. El medidor que contemplan los inversores y los mercados internacionales para incrementar su participación en la economía de un lugar no tiene las mejores cifras si se compara con el resto de la región. El cálculo que muestra el Banco Central llega a 682 puntos. Venezuela es el único que está por encima (ver cuadro).

El interés para comercializar los bonos de deuda externa es un efecto negativo de la calificación. Analistas creen en que una valoración similar a la de Colombia y Perú permitiría colocar papeles con intereses bajos. Las últimas emisiones tuvieron tasas de 10,5 % y 8,5 %.

El exministro de Economía, Mauricio Pozo, considera que el crecimiento de la economía es otro punto de discusión. Sus estudios determinan que el Producto Interno Bruto (PIB) aumentará en máximo 1 % este año. El monto más bajo desde 2009.

¿La razón? El precio del petróleo y la falta de coordinación pública y privada. A los bajos precios del barril de crudo se suman, explicó durante la Conferencia Coface Riesgo País 2015, los bajos niveles de inversión privada. El año pasado cerró con una inyección de capital externo de 774 millones de dólares. Perú, en cambio, superó los 7.600 millones.

Pozo considera que si la inversión privada fuera mayor, el efecto del mal momento económico sería menor porque las finanzas no dependerían del sector público.

Con él coincide Patricia Krause. La economista de la multinacional de seguros de crédito Coface para América Latina señala que la baja inversión es un punto negativo para el país. Ella explicó, además, que el escenario actual no luce atractivo para nuevas inversiones. (Montenegro, 2015)

Connotación: El crecimiento del riesgo país, es un indicador referente para incentivar inversiones extranjeras, por lo que actualmente no presenta un escenario para impulsar nuevas inversiones. (**Amenaza**)

- **Balanza Comercial**

Según Jaramillo en su análisis desde una perspectiva financiera del Ecuador explica lo siguiente:

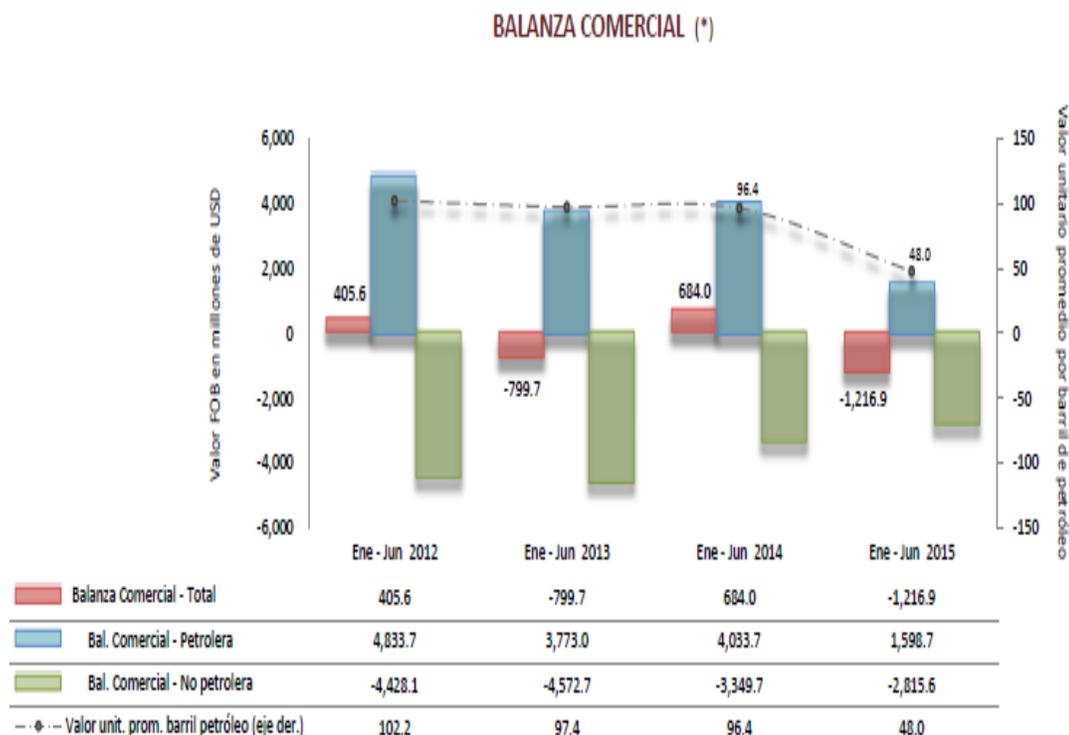
En los últimos años, Ecuador ha venido consolidando una Balanza Comercial negativa, lo cual nos ubica en diferentes escenarios en los cuales el flujo negativo de divisas termina siendo el detonante para que se tomen medidas muy drásticas e, incluso para muchos, impopulares.

Si analizamos la información que proporciona el Banco Central de Ecuador, tenemos dos claros participantes dentro de la Balanza Comercial: el Sector Petrolero y el Sector No Petrolero, los cuales tienen un comportamiento muy similar durante los últimos 4 años, siendo la Balanza Petrolera la que entrega un superávit, mientras que la No Petrolera se ha venido manteniendo deficitaria.

Si entramos en el detalle de la Balanza Petrolera, vemos que la misma alcanza su punto máximo en el año 2012, pero decrece para el 2013, aún más para el 2014 y en el 2015 hay una desaceleración.

En el 2014 presenta un decrecimiento del 15,8% frente al año 2013; básicamente esta caída se da por una disminución del precio promedio del barril exportado, el cual bajó en un 12%, pasando de US\$95,63 en 2013 a US\$84,16 en 2014 (tomando en cuenta que en 2011 el precio fue de US\$96,93 y 2012 subió a US\$98,14). Pero en el 2014, aún con un incremento del 7% en la producción, no se pudo compensar la generación de divisas y superávit comercial del 2013. Para el 2014, la pérdida de US\$1.295,20 millones por la disminución de precios es lo que al final provoca que se dé una Balanza Comercial negativa, pese a que hasta el mes de octubre la balanza comercial se mantenía con superávit. (Jaramillo, 2015)

Gráfico N° 3 Balanza Comercial Total del Ecuador



Fuente: Banco Central del Ecuador, 2015

Elaborado por: DEECO/MCE

En relación a la baja moderada pero sostenida del precio del petróleo se vive a escala mundial desde junio de 2014. En países productores de crudo como es el Ecuador se debe sumar el factor adicional del diferencial o castigo por su menor calidad que también se ha ampliado.

Una reducción del precio del petróleo, baja el nivel establecido en el presupuesto, por lo que también disminuirá los ingresos fiscales. Su impacto dependerá de la duración y por cierto de la profundidad de dicha baja. Este es un tema de mucho cuidado si se considera que la inversión pública, financiada en gran medida con los ingresos petroleros, es el motor de la política económica actual. Para enfrentar una baja sostenida del petróleo el gobierno tendrá que reducir la inversión pública y esto, en consecuencia, provocará una menor disponibilidad de circulante en la economía. Además, se prevé la posibilidad de más endeudamiento externo por lo que de algún modo también podría ayudar a paliar los efectos recesivos de esta situación. (El Mercurio Diario Independiente de la mañana, 2015)

Connotación: Una balanza comercial negativa, ha permitido que se tomen medidas en cuanto a la reducción de las importaciones para estabilizar la economía del país. (Amenaza)

3.1.1.4. Factor ambiental

Es importante analizar en sobre el creciente deterioro del medio ambiente y las consecuencias que tienen en la economía de los países, existe una gran preocupación del público por el medio y como consecuencia, las empresas deben mostrarse más sensible respecto al medio ambiente en todas las actividades.

El uso de papelería en las oficinas de las empresas en ocasiones es innecesario y excesivo por lo que para el nuevo centro de importaciones de medicamentos para la artritis solamente se empleará facturas electrónicas para así contribuir con el medio ambiente.

La gestión ambiental de las empresas, actualmente establecen prácticas de oficina que conlleven a una reducción del impacto ambiental estimulando la práctica del reciclaje, rechazo y ahorro de basura como papelería de oficina, ahorro de energía eléctrica en las instalaciones, las mismas que deben realizarse por todo el personal de manera individual. Aunque este impacto pudiera percibirse como poco significativo o bajo, siempre se pueden llevar a cabo pequeñas acciones encaminadas a su prevención o su reducción.

Connotación: La creación de prácticas de gestión ambiental para las empresas proporciona un impacto importante a la protección ambiental a través de técnicas de reciclaje, rechazo de recursos desechables de oficina y ahorro de energía eléctrica. (Oportunidad)

3.1.1.5. Factor socio - cultural

El estudio de los factores socioculturales, en razón de que cada sociedad da un especial carácter a la norma social, que es el conjunto de reglas o pautas a las que se ajustan las conductas de los individuos. Conformado por un orden de valores orientativos que sirve para regular y definir el desarrollo de comportamientos comunes.

El sistema proporciona a la sociedad nuevas alternativas para mejorar la calidad de vida en la salud de las personas, por lo tanto, es importante establecer las necesidades básicas, salud, vestimenta, alimentación, etc., para determinar las necesidades de consumo del mercado hacia el cual se están direccionando los esfuerzos.

Connotación: El sistema actual impone nuevas alternativas para mejorar la calidad de vida de los individuos, haciendo que estos busquen nuevas formas para alcanzarlo. **(Oportunidad)**

- **Empleo y subempleo**

Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos explica “el subempleo existe cuando la ocupación que tiene una persona es inadecuada respecto a determinadas normas o a otra ocupación posible.”

El Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC), 2014 en su informe dio a conocer los datos de empleo en el primer trimestre del año. La Encuesta realizada presentó un incremento en su tamaño de muestra y por primera vez el país va a contar con indicadores rurales y nacionales en los trimestres de marzo y septiembre para el presente año.

Según la Encuesta Nacional de Empleo y Desempleo de marzo 2015, el desempleo en Ecuador se ubicó en 3,84% en marzo, 1,01 puntos menos que lo registrado en marzo del 2014 cuando llegó a 4,85%. El empleo inadecuado alcanzó el 52,06% frente al 49,41% del mismo mes del año anterior. Desagregando el empleo inadecuado, el trabajo no remunerado llegó a 9,63% en comparación al 7,05% de marzo 2014, variación que es estadísticamente significativa. Por otra parte, el subempleo se ubicó en 13,37% en comparación al 12,63% de marzo del 2014, variación que no es estadísticamente significativa.

En el tercer mes del 2015, el desempleo urbano se ubicó en 4,84% en comparación al 5,58% del año anterior y el empleo adecuado alcanzó el 53,54% frente al 54,87% de marzo 2014. Estas variaciones en el área urbana no son estadísticamente significativas.

La ciudad con menor porcentaje de desempleo es Cuenca con el 3,22%, seguida de Machala con 3,70% y Guayaquil con 3,78%. Mientras Ambato y Quito presentan las mayores tasas de desempleo con 6,43% y 4,39% respectivamente. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2015)

En acotación a lo anterior se puede decir que uno de los análisis económicos que refleja con mayor intensidad la salud económica de un país es el estado del nivel de empleo y subempleo de su población.

De acuerdo a la publicación trimestral del INEC, en relación a los principales indicadores laborales, calculados para la población la Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU), el desempleo nacional en los últimos seis años presenta una tendencia de reducción constante. Esto permite pensar que la situación general del ecuatoriano ha mejorado, pues de su trabajo diario depende la posibilidad de lograr ingresos mensuales estables.

Connotación: Si la economía del país produce más, las empresas tienen un mejor desempeño y se encuentran en capacidad de contratar a más personal. (Oportunidad)

- **Desempleo**

Sin lugar a duda el desempleo y subempleo han sido los factores que más ha golpeado a la sociedad, ya que constituyen los problemas sociales más críticos que se puede presentar en un país. Pero, sin embargo se puede decir que la tasa de desempleo ha tenido una disminución lenta tal como se presente en el siguiente cuadro, debido a que el gobierno ha implementado planes de desarrollo para contribuir con aquellos sectores económicos que favorezcan al desarrollo económico del país, como es el sector turístico que al parecer ha tenido una aceptación positiva tanto a nivel nacional como internacional. Esto ha

permitido que este sector se desarrolle adecuadamente, dando lugar a que se incremente las oportunidades de trabajo y así de alguna manera beneficiar a la reducción de la tasa de desempleo que aqueja especialmente a los sectores rurales del país.

Cabe aclarar que el presupuesto general que asigna el gobierno fiscal en el Ecuador para el presente año ha reducido debido al fuerte impacto que sufrió el precio del barril de petróleo a nivel internacional, y para poder cubrir las deudas fiscales el Ministro de Finanzas ha decidido recortar el presupuesto anual, por lo que se puede deducir que habrá que limitarse en algunos rubros de gasto fiscal y dentro de los cuales se consideran los gastos corrientes como son los gastos de sueldos a los funcionarios públicos que pertenecen a dicho sector, los mismos que debido al bajo presupuesto, que en muchos de los casos no serán suficientes para cubrir a todo el personal que forma parte de este sector, dando lugar a que surja recortes de personal o no se renueven los contratos por el motivo anteriormente prescrito.

Connotación: La estabilidad económica de un país está ligada con el empleo y desempleo; por lo tanto, la creación de un centro de importaciones en la ciudad de Quito de medicamentos para la artritis será una (**oportunidad**) ya que se promoverá el trabajo.

Cuadro N° 2 Tasas de Desempleo 2010 -2015

DESEMPLEO	%
2010-12-31	6.11
2011-12-31	5.07
2012-12-31	5.00
2013-12-31	4.86
2014-12-31	4.54
2015-09-30	5.48

Elaborado por: Yolanda Vacacela

Fuente: <http://www.bce.fin.ec/index.php/indicadores-economicos>

- **Salarios**

Según un análisis del comercio.com, 2015 hace referencia al alza en salarios públicos en Ecuador:

El gobierno revocó un alza salarial de 5% dispuesta para los funcionarios públicos en 2015 a causa de la caída del precio del petróleo, principal producto de exportación, que derivó en un recorte del presupuesto estatal, informó el martes el Ejecutivo.

La medida fue anunciada por el ministro de Finanzas, Fausto Herrera, quien se encuentra en Pekín como parte de la comitiva del presidente Rafael Correa en su visita de Estado a China, según la página electrónica de El Ciudadano.

El aumento para unos 580 000 empleados del sector público fue revocado debido a las “condiciones coyunturales mundiales”, según el funcionario.

El lunes, Ecuador recortó en USD 1 420 millones (3,91%) el presupuesto para 2015 debido a la caída del precio del petróleo en el mercado internacional.

El gobierno disminuyó en USD 839,8 millones los gastos de inversión previstos para 2015 y en USD 580 millones los corrientes como salarios en el aparato estatal, que en 2014 demandaron unos USD 8 000 millones.

En noviembre pasado, el Congreso, dominado por el oficialismo, aprobó el presupuesto del Estado para 2015 planteado por el gobierno, que alcanzó los USD.36 317 millones, un 5,8% más que el de 2013. (ElComercio.com, 2015)

Entre los trabajadores existe decepción por el monto del Salario Básico Unificado que se definió para este 2016. El ministro de Trabajo, Leonardo Berrezueta, anunció que el nuevo salario básico será USD 366, un alza de 3,39% respecto al actual. Como se evidencia para el 2016 se trata del incremento más reducido de los últimos nueve años, esto tiene relación a las circunstancias que Ecuador está viviendo actualmente con la baja del valor del barril del petróleo.

Connotación: Sin embargo, la nueva constitución establece estatutos y leyes que benefician a los empleados gozando a través de salarios fijos y estabilidad salarial. Para la constitución del nuevo centro de importaciones de medicinas es una **oportunidad** porque el incremento salarial no fue alto para este año, por lo que el cumplimiento de obligaciones patronales será reducido y no presenta un fuertemente gasto en el capital de trabajo de la nueva empresa.

2.13.2.6. Factor tecnológico

La innovación tecnológica permite varios impactos en la organización de la gestión, tanto en el sector público como en el privado. La tecnología es un factor que genera un importante valor a las empresas, resaltando el desarrollo de procesos de innovación y una adecuada gestión para conseguir y mantener ventajas que incrementen la competitividad, destacando características esenciales en el desarrollo de nuevos productos o servicios por la empresa y las ventajas procedidas de una adecuada gestión.

El desarrollo de la tecnología que está en crecimiento a través del uso de la Internet y el incremento del comercio electrónico, crean una infraestructura que las empresas puedan explotar otros propósitos. El uso de la tecnología permite innovar muchas áreas en las instituciones públicas. Por ejemplo:

- Oficina, automatizando el trabajo formalizado (facturación, procesamiento de la palabra) e incrementando la independencia de los canales tradicionales de información (administración, investigación y desarrollo).
- Los servicios, incrementando el auto servicio.
- Flujos de información, debido al desarrollo de bajo precio de extensas redes y al fácil acceso a información almacenada.

Una apta innovación tecnológica es ante todo una fuente de generación de nuevos conocimientos. Las empresas generalmente se encuentran en un ambiente competitivo, donde la tecnología del proceso o la tecnología aplicada en un servicio varían constantemente. La velocidad del cambio hace que las instituciones no puedan seguirlo y la obsolescencia del producto o servicio produce su salida del mercado. Para evitar estas situaciones muchas veces la empresa la que toma la decisión de anticiparse al cambio y lanza un producto servicio basado en el cambio tecnológico. La flexibilidad de la organización para detectar las necesidades tecnológicas del entorno le permite a la empresa acelerar los procesos para responder adecuadamente al cambio.

Connotación: La implementación de nuevas tecnologías en el lugar de trabajo impulsa la productividad de la nueva empresa. **(Oportunidad)**

3.1.2. Micro entorno

“Fuerzas cercanas a la empresa: compañía, proveedores, intermediarios de marketing, mercados de clientes, competidores y públicos que inciden en su capacidad de servir al cliente.” (Rodríguez, 2013, pág. 65)

3.1.2.1 Situación de marketing

El nuevo centro de importaciones de medicinas no cuenta definida una estrategia de mercado de manera que permita dar un enfoque adecuado al respecto, por ello se realizará un estudio basado en las 5 fuerzas de Porter, teniendo así lo siguiente:

3.1.2.1.1. Poder negociador de los clientes

Se conoce que el poder de los compradores o clientes es inevitable y trascendental, ya que estos marcan el ritmo de precios y calidad del producto o servicio. Bajo ésta perspectiva la fuerza es la necesidad de compra del producto debido a que específicamente está orientado a tratar una enfermedad catastrófica como lo es la artritis reumatoide, ya que al contar con un medicamento que contribuya a mejorar la condición de vida de estas personas, considerando que es una enfermedad degenerativa e irreversible que imposibilita la movilidad y el desenvolvimiento de las extremidades afectadas.

Al considerar que existe un alto porcentaje de personas que sufren de esta enfermedad en la ciudad de Quito, es imprescindible contar con un tipo de medicamento que se encuentre accesible a todo tipo de persona ya que dicha patología no se orienta a un tipo de personas

específicas, sino que afecta sin mirar clase social o étnica. Determinando así que estas personas busquen nuevas alternativas de tratamiento para satisfacer sus necesidades.

3.1.2.1.2. Rivalidad entre los competidores existentes

Los participantes en el mercado siempre tienen un AS bajo la manga, sin embargo el producto que se va a comercializar se encuentra muy respaldado con la calidad, el precio, y sobre todo muy aventajado pues como se conoce actualmente, la industria farmacéutica se ha desarrollado de manera acelerada en el país, desencadenando así, necesidades e ideas emprendedoras de muchas personas.

Esta industria ha sido generadora de ingresos muy altos, convirtiéndose, además, en una fuente generadora de empleo, promoviendo también la inversión extranjera y local. La industria farmacéutica en el mundo es muy diversa, por marcas, por estatus, por tipo de enfermedad (tratamiento), por calidad y por economía. Esto sustenta el gran mercado que ofrece este sector, lo que motiva a nuevos emprendedores a inclinarse por esta actividad.

Se considera también que esta ciencia, va muy de la mano con los avances de la tecnología y la protección del medio ambiente, por ello la industria se vuelve cada vez más interesante e importante.

3.1.2.1.3. Riesgo de nuevos potenciales competidores

Toda actividad cualquiera que sea ésta, siempre estará expuesta a tener un cierto nivel de competencia; en cuanto a las empresas que comercializan medicamentos especialmente a tratar enfermedades degenerativas como lo es la artritis reumatoide, cuyo objeto es el de apoderarse parte de ese mercado, a través de la búsqueda de mejores alternativas de solución mediante la mejora de estructura, tecnología, accesibilidad y calidad.

Se conoce que existe una alta probabilidad de nuevos entrantes al mercado pues en primer lugar la industria farmacéutica en el Ecuador se encuentra en apogeo y apropiadamente posicionada siendo así que existen empresas de gran prestigio ya instauradas con su mercado específico para liderar.

Bajo esta perspectiva y basándose en la experiencia de Porter es importante poner diferentes barreras para que el ingreso se torne más difícil. Las barreras que se consideraron de mayor fortaleza para el nuevo centro de importaciones de medicinas para la artritis reumatoide son:

- a. **Economías de escala:** esta barrera recaerá principalmente en que, para implementar un centro de importaciones de medicinas para la artritis reumatoide, debe contar con una inversión muy elevada en lo que es equipos de refrigeración, mantenimiento, instalaciones, energía, logística para la importación y distribución del producto y demás; lo que constituye un costo elevado en lo referente a costos fijos. Bajo este detalle, esto complicaría un poco a las pequeñas empresas que ingresen al mercado y alcancen el punto de equilibrio en corto plazo.
- b. **Diferenciación del producto:** el producto como tal tiene acogida en el mercado desde hace algunos años, y para convertir a los clientes objetivo en fans se debe inicialmente incurrir en gastos fuertes de publicidad, esto se convierte en una barrera más para los posibles nuevos entrantes.
- c. **Acceso a canales de distribución:** en cuanto a esta barrera se puede indicar que el nuevo centro de importaciones de medicinas para la artritis está ubicado dentro del Distrito metropolitano de Quito, exactamente el norte de la Ciudad de Quito, donde efectivamente existe la posibilidad de instauración de una nueva empresa especializada en la comercialización de medicinas para la artritis reumatoide.
- d. **Políticas gubernamentales:** existe actualmente mayor control en la constitución de nuevas empresas, de hecho, las ya existentes están siendo reguladas por el gobierno, para el control de la calidad y la comercialización de precios. Al momento las empresas farmacéuticas se encuentran mayormente controladas y reguladas.

Dado lo anterior y por el alto atractivo que existe actualmente en el país por ingresar a esta industria, se puede considerar que el riesgo de entrada de nuevos competidores es alto, constituyéndose en una amenaza.

3.1.2.1.4. Poder de negociación de los proveedores

El único proveedor como tal sería quién proporcione el producto para la comercialización; en este caso corresponde a los Laboratorios IFA que es la encargada de la producción del medicamento y se encuentra radicada en Bolivia, en Santa Cruz de la Sierra y del que se puede aseverar cuenta con una larga trayectoria y prestigio en la producción y comercialización de E.P.T., ha realizado varios estudios y experimentos sobre la efectividad del medicamento, obteniendo resultados positivos y beneficios para las personas quienes padecen de artritis reumatoide.

Laboratorios IFA como habíamos indicado es el único proveedor del medicamento ya que ellos cuentan con la fórmula, la Patente y el Registro Sanitario para su producción y distribución; lo que lo convierte en una amenaza, su poder de negociación es alto; por ello debemos afianzar los lazos de comunicación y la firma de la distribución autorizada del producto para el Ecuador, negociando por lo menos 5 años su exclusividad.

3.1.2.1.5. Productos / servicios sustitutos

La presión que ejerce un producto sustituto a cambiar, mejorar, superar, etc., está presente todo el tiempo, para lo cual es necesario considerar planes de contingencia como opciones, de servicios a domicilio, atención las 24 horas, asesoría uso medicamento, comercialización sin intermediarios siempre de forma ágil y oportuna. Sin dejar de lado el desarrollo tecnológico, costos, precios, publicidad, etc.

3.2. Análisis interno

Este factor se encarga de estudiar las fuerzas que actúan en el interior de una empresa u organización las cuales se relacionan con la misma de manera que influyen en las áreas funcionales de la empresa. Conociendo que todas estas áreas tienen fortalezas y debilidades, que afectan a la organización como un todo, por tal razón es necesario identificarlas para tomar las acciones pertinentes que ayuden a mejorar el desempeño de la empresa.

3.2.1. Capacidad administrativa

La capacidad administrativa estará liderada por el gerente general de la empresa, quien será el encargado de tomar las decisiones referentes a la selección, contratación del talento humano y vigilancia del cumplimiento de las actividades de sus empleados.

Por lo que la empresa deberá contar con manuales de procedimientos en el área administrativa, por lo que la función del empleado será delimitada por el gerente general quien influye al personal y lo incorporará en el equipo de trabajo.

3.2.2. Capacidad de organización

La dirección organizativa es el rumbo que la empresa recorre para obtener supervivencia, desarrollo y crecimiento en el tiempo, mediante las declaraciones de la misión, visión, valores y objetivos; a través de los cuales se pretende lograr la armonía entre el ambiente interno y externo con la empresa. La declaración organizativa debe contar con la fuerza para motivar e inspirar a los clientes, colaboradores, directivos, accionistas, acreedores y demás miembros de la organización, que comprometa hacia la consecución de los objetivos empresariales donde absolutamente todos los integrantes de la empresa se encuentren conformes e involucrados con la misma.

Para ello el tipo de estructura orgánica que se va a diseñar está basado en la organización vertical ya que el personal rendirá cuentas a un solo superior como lo es la gerencia general, cabe aclarar que al ser una pequeña empresa no va a requerir de una mayor cantidad de personal por lo que se considera oportuno este tipo de estructura.

Se establece este tipo de organización ya que se va a considerar todas las aspiraciones de las áreas de la empresa y la correcta asignación de responsabilidad y autoridad, en la ejecución de cada puesto de trabajo.

3.2.3. Capacidad directiva

La capacidad directiva se refiere a la buena gestión de los gerentes, en cuanto a la nueva empresa se considera pertinente que estos se encuentren completamente comprometidos en alcanzar y superar los objetivos empresariales, por tal razón es importante el desarrollo continuo de planes que ayuden al crecimiento de la empresa como la de sus empleados, a través de la evaluación y monitoreo a todos los procesos de la empresa.

La gestión de los directivos de la empresa se verá reflejada en los nuevos retos que año a año se van imponiendo a nivel de organización y como estos se vayan superando a través del profesionalismo y conocimiento de la industria farmacéutica en el país.

3.2.4. Capacidad financiera

Esta capacidad está relacionada con la administración financiera, es decir que la inversión y manejo de recursos monetarios marca el desarrollo de las actividades de la empresa. Para poder analizar este componente es necesario basarse en documentos contables como son los estados financieros y estado de resultados de la empresa para calcular índices

financieros y determinar su factibilidad y rentabilidad a través del análisis de índices financieros.

Con base en el balance general y estado de resultados de la empresa se pueden analizar cuáles son los rubros específicos, que constituyen variables de mayor importancia, por su peso porcentual, dentro de los estados contables para ser analizadas en forma particular.

Para la constitución de la empresa se va a contar con inversión de terceros y para conseguir su factibilidad y viabilidad, se considera acertada la optimización de los costos fijos que representan una alta inversión en la puesta en marcha de un proyecto.

3.2.5. Capacidad de recursos humanos

Este aspecto está relacionado con las políticas que la empresa tiene en lo referente a la administración de personal (denominada integración de personal). Al ser uno de los elementos internos más importantes, ya que el desempeño global de la empresa tiene mucha relación con la motivación, asignación y capacitación de su personal. Las acciones de la administración de personal, ejercen un papel primordial en las actividades que ponen en funcionamiento la empresa; por ello actualmente se torna una parte cada vez más necesaria en el proceso de planificación estratégica.

Este elemento se encarga de la parte administrativa que supone el establecimiento de una estructura orgánica intencionada de los roles que el personal debe desempeñar en la empresa y en sus áreas funcionales. La misma que debe contar con una estructura favorable para la realización de las actividades laborales del talento humano.

Como se conoce, un personal que tiene claro cuál es su trabajo y se desenvuelve en un entorno favorable puede contribuir de manera eficiente hacia la obtención de los objetivos de la empresa.

Por ello el nuevo centro de importación de medicinas para tratar la artritis reumatoide tiene claro que contar con personal idóneo y capacitado tanto para las áreas administrativa, comercialización y demás, instaurará el camino hacia el cumplimiento de los objetivos organizacionales.

3.3. *Análisis FODA*

Para la elaboración de la matriz FODA se toma como referencia el análisis externo e interno de los ítems anteriores investigados.

Tabla N° 1 Análisis FODA

ANÁLISIS INTERNO	
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Contar con manuales de procedimientos para que la función del empleado sea delimitada por el gerente general y sepa exactamente qué debe hacer dentro de la organización, desde y hasta donde llegan sus responsabilidades; de esta manera inducimos al personal para que genere una adecuada cultura organizacional.	Estabilidad política, jurídica que beneficia a los sectores económicos
Contar con una organización estructural vertical, la cual pueda tener el criterio formado para; además, de guiar la empresa, contrate al personal idóneo y adecuado para todas las áreas.	Se garantiza el acceso y disponibilidad de medicamentos de calidad para promover la producción, importación y comercialización de medicamentos para el consumo humano.
La gestión directiva desarrollará continuos planes de acción que ayuden al crecimiento y posicionamiento de la empresa, con estrategias claras y posibles que logren un crecimiento tanto para sus empleados como para sus propietarios.	Tasas de interés promueven el volumen de préstamos en el país debido a las facilidades de acceder a un crédito.
Contar con un nicho adecuado de mercado al que se apunta directamente el producto y que será quien se encargue a futuro de publicitar y promover sus beneficios	La reducción de la inflación incentiva a los usuarios a acceder a mayores inversiones y mejorar su calidad de vida.

Contar con inversión de terceros para la puesta en marcha del proyecto	La gestión ambiental permite la protección ambiental a través de técnicas de reciclaje, rehuso de recursos desechables de oficina y ahorro de energía eléctrica.
Contar con un local adecuado para el funcionamiento de la empresa, lo cual dará estabilidad y seguridad a sus clientes.	El sistema actual impone nuevas alternativas para mejorar la calidad de vida de los individuos.
	Si la economía del país produce más, las empresas se encuentran en capacidad de contratar a más personal.
	Se contribuirá a la reducción del desempleo.
	La constitución establece estatutos y leyes que benefician a los empleados gozando de estabilidad laboral y salarial.
	La implementación de nuevas tecnologías en el lugar de trabajo impulsa la productividad de la nueva empresa.
	Una adecuado poder de negociación con los clientes
	Eficiente acceso a los canales de distribución ya que no contará con intermediarios para su comercialización.
	El poder de negociación con los proveedores es adecuado porque cuenta con el respaldo del prestigio y aval de las investigaciones realizadas.
ANÁLISIS EXTERNO	
DEBILIDADES	AMENAZAS
No existe aún el adecuado posicionamiento del medicamento en el mercado, para crear mayor credibilidad y confianza en los usuarios.	El Ecuador se ve afectado por la poca inversión debido al alto nivel del riesgo país que el actual escenario ofrece.
Las pequeñas empresas no tienen la suficiente capacidad que les permita entrar en las economías de escala que manejan los grandes laboratorios.	Balanza comercial negativa, permite la reducción de las importaciones para estabilizar la economía del país.
Lograr que el gerente y los demás integrantes se encuentren comprometidos con los objetivos empresariales.	Amenaza entre competidores en el mercado está ligado con los nuevos avances tecnológicos haciendo que se vuelva más interesante y competitivo el mercado.
Limitado portafolio de medicamentos (solo uno)	Las económica de escala, complicarían un poco a las pequeñas empresas porque requieren de una inversión elevada.
	Recurrir a inversión fuerte en gastos de publicidad para introducir el nuevo producto.
	Las políticas gubernamentales están ejerciendo mayor control en la constitución de nuevas empresas.
	Amenaza de productos sustitutos

Elaborado por: Yolanda Vacacela

3.3.1. Matrices de evaluación y estrategias

Las matrices de evaluación y diagnóstico es un instrumento de evaluación importante que ayuda a los gerentes a desarrollar cuatro tipos de estrategias: estrategias de fortalezas y debilidades, estrategias de debilidades y oportunidades, estrategias de fortalezas y amenazas y estrategias de debilidades y amenazas. La Ponderación del Impacto para la formulación se aplicará bajo los siguientes parámetros:

Alto Impacto	5
Medio Impacto	3
Bajo impacto	1

Para ello, primero se desarrolla la evaluación de los factores externos e internos para el nuevo centro de importaciones, para que a continuación de formule las estrategias correspondientes a cada uno de los factores claves de éxito.

3.3.1.1. Evaluación de factores externos (EFE)

A continuación, se encuentra la evaluación de los factores externos: oportunidades – amenazas a través de la Matriz EFE, para observar la capacidad que tiene el sector para afrontar el medio ambiente de manera adecuada o si, por el contrario, maneja un mal aprovechamiento de sus oportunidades y no responde adecuadamente a las amenazas.

En la determinación de amenazas y oportunidades se ve claramente que son las amenazas las que se imponen, pues en el análisis se pudieron citar 15, contra 7 oportunidades.

Sin embargo, para facilitar un poco la evaluación en esta matriz, se excluyeron 4 de menor importancia.

Tabla N° 2 Matriz de evaluación externa (MEE)

ANÁLISIS EXTERNO	PONDERACIÓN	Sin Importancia 0,0	
		Muy importante 1,0	
	IMPACTO	Amenaza Importante 1	Oportunidad Menor 3
Amenaza Menor 2		Oportunidad Importante 4	
FACTORES CRÍTICOS DE ÉXITO	PESO	IMPACTO	PESO PONDERADO
OPORTUNIDADES			
Estabilidad política, jurídica que beneficia a los sectores económicos. Al momento nos encontramos viviendo en excelentes relaciones comerciales con países como Bolivia, por lo que es conveniente que la Asamblea esté de acuerdo con el poder ejecutivo, de esta manera se aprueban mucho más rápido los acuerdos y tratados internacionales en los que el país participa.	0,03	3	0,09
Se garantiza el acceso y disponibilidad de medicamentos de calidad para promover la producción, importación y comercialización de medicamentos para el consumo humano.	0,06	4	0,24
Tasas de interés promueven el volumen de préstamos en el país debido a las facilidades de acceder a un crédito.	0,06	4	0,24
La reducción de la inflación incentiva a los usuarios a acceder a mayores inversiones y mejorar su calidad de vida.	0,03	3	0,09
La gestión ambiental permite la protección ambiental a través de técnicas de reciclaje, rehuso de recursos desechables de oficina y ahorro de energía eléctrica.	0,02	3	0,06
El sistema actual impone nuevas alternativas para mejorar la calidad de vida de los individuos.	0,05	4	0,20
Si la economía del país produce más, las empresas se encuentran en capacidad de contratar a más personal.	0,03	3	0,09
Se contribuirá a la reducción del desempleo.	0,05	4	0,20

Reducción del incremento salarial para el 2016 por lo que no se requiere de fuerte inversión en capital humano.	0,04	3	0,12
La implementación de nuevas tecnologías en el lugar de trabajo impulsa la productividad de la nueva empresa.	0,06	4	0,24
Una adecuado poder de negociación con los clientes, al ser un nicho exclusivo de mercado.	0,07	4	0,28
Eficiente acceso a los canales de distribución ya que no contará con intermediarios para su comercialización.	0,07	4	0,28
El poder de negociación con los proveedores es adecuado porque cuenta con el respaldo del prestigio y aval de las investigaciones realizadas y con acuerdo de distribución exclusiva.	0,07	4	0,28
AMENAZAS			
El Ecuador se ve afectado por la poca inversión debido al alto nivel del riesgo país que el actual escenario ofrece.	0,02	2	0,04
Balanza comercial negativa, permite la reducción de las importaciones para estabilizar la economía del país.	0,06	1	0,06
Amenaza entre competidores en el mercado están ligados con los nuevos avances tecnológicos haciendo que se vuelva más interesante y competitivo el mercado.	0,06	1	0,06
Las económica de escala, complicarían un poco a las pequeñas empresas que ingresen al mercado y alcancen el punto de equilibrio en corto plazo porque requieren de una inversión elevada.	0,07	2	0,14
Recurrir a inversión fuerte en gastos de publicidad para introducir el nuevo producto.	0,04	2	0,08
Las políticas gubernamentales están ejerciendo mayor control en la constitución de nuevas empresas.	0,06	1	0,06
Amenaza de productos sustitutos	0,05	1	0,05
TOTAL	1,00		2,90

Elaborado por: Yolanda Vacacela

La industria farmacéutica presenta varias oportunidades, entre las que se destacan las siguientes: el mercado de los medicamentos tiene un dinamismo muy amplio causado por el crecimiento poblacional y por el mayor acceso a él.

El riesgo de competir con nuevas empresas es relativamente bajo, por las altas inversiones que demanda el inicio de operaciones y la producción de medicamentos aptos para el uso humano. Sin embargo, la cantidad de amenazas detectadas es menor y la de mayor importancia es sin duda la alta inversión y la política estatal de fortalecer la capacidad productiva y la emisión de nuevas leyes y regulaciones. En menor medida influye la poca inversión debido al alto nivel del riesgo país que el actual escenario ofrece.

Luego de haber analizado el sector, se puede observar que posee una solidez general, lo cual le permite introducirse al mercado de medicamentos para tratamiento de la artritis una enfermedad degenerativa. El resultado promedio obtenido de la matriz EFE es de 2.90 lo que indica que la nueva empresa debe trabajar con firmeza y cautela para posicionarse en el mercado. Dado que el margen al promedio de 2,50 es adecuado el cual se podrá reducir aún más, por ello es prioritario utilizar de la mejor manera las oportunidades para enfrentar adecuadamente las amenazas existentes y futuras.

3.3.1.2. Evaluación de factores internos (EFI)

Con el objetivo de determinar si el sector farmacéutico es más fuerte que débil, se utiliza la Matriz de Evaluación de Factores Internos (EFI), la cual mostrará el índice de evaluación que proporcione las pautas para conocer si las estrategias deben concentrarse en mejorar la permanencia interna y superar esas debilidades para aprovechar las fortalezas.

En la matriz EFI han sido incluidos para la evaluación las fortalezas que posee el sector, así como las debilidades, pues es una combinación equilibrada de factores de éxito.

Tabla N° 3 Matriz de evaluación interna (MEI)

ANÁLISIS INTERNO	PONDERACIÓN		Sin Importancia 0,0
			Muy importante 1,0
	IMPACTO		Debilidad Importante 1
			Fortaleza Menor 3
		Debilidad Menor 2	Fortaleza Importante4
FACTORES CRÍTICOS DE ÉXITO	PESO	IMPACTO	PESO PONDERADO
FORTALEZAS			
Contar con manuales de procedimientos para que la función del empleado sea delimitada por el gerente general y sepa exactamente qué debe hacer dentro de la organización, desde y hasta donde llegan sus responsabilidades; de esta manera inducimos al personal para que genere una adecuada cultura organizacional.	0,10	4	0,40
Contar con una organización estructural vertical, la cual pueda tener el criterio formado para; además, de guiar la empresa, contrate al personal idóneo y adecuado para todas las áreas.	0,09	4	0,36
La gestión directiva desarrollará continuos planes de acción que ayuden al posicionamiento de la empresa, con estrategias claras y posibles que logren un crecimiento tanto para sus empleados como para sus propietarios.	0,09	4	0,36
Contar con un nicho adecuado de mercado al que se apunta directamente el producto y que será quien se encargue a futuro de publicitar y promover sus beneficios.	0,09	4	0,36
Contar con inversión de terceros para la puesta en marcha del proyecto	0,05	3	0,15
Contar con un local adecuado para el funcionamiento de la empresa, lo cual dará estabilidad y seguridad a sus clientes.			
DEBILIDADES	0,15	1	0,15
No existe aún el posicionamiento del medicamento en el mercado, para crear mayor credibilidad y confianza en los usuarios.	0,12	1	0,12
Las pequeñas empresas no tienen la suficiente capacidad que les permita entrar en las economías de escala que manejan los grandes laboratorios.	0,12	2	0,24
Lograr que que todos los integrantes de la empresa se encuentren comprometidos con los objetivos empresariales.	0,12	1	0,12
TOTAL	1,00		2,18

Elaborado por: Yolanda Vacacela

El sector cuenta con varias fortalezas detectadas por medio del estudio, tales como: contar con una estructura orgánica vertical, el tener acceso a una inversión por parte de una

institución financiera, el poder acceder del mercado laboral personal idóneo y capacitado para todas las áreas de la empresa. Por otro lado, existen varias debilidades detectadas igualmente por medio del estudio, las cuales hay que mejorar continuamente, tales como: no existe aún el adecuado posicionamiento del medicamento en el mercado, las pequeñas empresas no tienen la suficiente capacidad que les permita entrar en las economías de escala que manejan los grandes laboratorios y limitado portafolio de medicamentos (al momento solo uno).

Luego de analizar la matriz EFI, se puede encontrar que el centro de importaciones de medicamentos para la artritis presenta resultados promedio ya que su índice es de 2.18, lo que indica que el sector no debe descuidar el manejo interno de sus fortalezas, así como también debe evitar disminuir gradualmente las debilidades, ya que su puntuación es moderada.

3.3.1.3. Matriz de aprovechabilidad y vulnerabilidad

La matriz de aprovechabilidad, combina y a su vez relaciona las fortalezas con las oportunidades tomadas de la matriz de impacto tabla N°2; para cuantificar los impactos se toma los registros 5, 3, o 1 y se pregunta en qué medida las fortalezas permiten aprovechar determinada oportunidad.

La matriz de vulnerabilidad, también, combina y a su vez relaciona las debilidades con las amenazas tomadas de la matriz de impacto tabla N°3; para cuantificar los impactos se toma los registros 5, 3, o 1 y se pregunta en qué medida las debilidades agravan determinada debilidad.

A continuación, se presentan las matrices de aprovechabilidad y vulnerabilidad:

Tabla N° 4 Matriz de aprovechabilidad

MATRIZ DE APROVECHABILIDAD	OPORTUNIDADES													TOTAL		PRIORIDADES	
	1. Estabilidad política, jurídica que beneficia a los sectores económicos y excelentes relaciones internacionales con Bolivia.	2. Se garantiza el acceso y disponibilidad de medicamentos de calidad para promover la producción, importación y comercialización	3. Tasas de interés promueven el volumen de préstamos en el país debido a las facilidades de acceder a un crédito.	4. La reducción de la inflación incentiva a los usuarios a acceder a mayores inversiones y mejorar su calidad de vida.	5. La gestión ambiental permite la protección ambiental	6. El sistema actual impone nuevas alternativas para mejorar la calidad de vida de los individuos.	7. Si la economía del país produce más, las empresas se encuentran en capacidad de contratar a más personal.	8. Se contribuirá a la reducción del desempleo.	9. La constitución establece estatutos y leyes que beneficien a los empleados gozando de estabilidad laboral y salarial.	10. La implementación de nuevas tecnologías en el lugar de trabajo impulsa la productividad de la nueva empresa.	11. Una adecuado poder de negociación con los clientes	12. Eficiente acceso a los canales de distribución ya que no contará con intermediarios para su comercialización.	13. El poder de negociación con los proveedores es adecuado				
FORTALEZAS																	
1. Contar con manuales de procedimientos para que la función del empleado sea delimitada por el gerente general y sepa exactamente qué debe hacer dentro de la organización, desde y hasta donde llegan sus responsabilidades; de esta manera inducimos al personal para que genere una adecuada cultura organizacional.	1	3	3	3	1	1	3	1	1	3	1	1	1	23	2		
2. Contar con una organización estructural vertical, la cual pueda tener el criterio formado para; además, de guiar la empresa, contrate al personal idóneo y adecuado para todas las áreas.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	13	5		
3. La gestión directiva desarrollará continuos planes de acción que ayuden al crecimiento y posicionamiento de la empresa, con estrategias claras y posibles que logren un crecimiento tanto para sus empleados como para sus propietarios.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	13	6		
4. Contar con un nicho adecuado de mercado al que se apunta directamente el producto y que será quien se encargue a futuro de publicitar y promover sus beneficios	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	5	5	5	27	3		
5. Contar con inversión de terceros para la puesta en marcha del proyecto	3	1	5	5	1	1	1	1	1	5	5	5	5	39	1		
6. Contar con un local adecuado para el funcionamiento de la empresa, lo cual dará estabilidad y seguridad a sus clientes.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3	1	3	19	4		
TOTAL	8	8	12	12	6	6	8	6	6	16	16	14	16				
PRIORIDADES	7	8	5	6	10	11	9	12	13	1	2	4	3				

Elaborado por: Yolanda Vacacela

Interpretación: Se priorizan las fortalezas vs oportunidades más relevantes que influyen en la empresa por ello se considera para la matriz de estrategias 3 factores de mayor puntaje tal como se presenta en la tabla.

Tabla N° 5 Matriz vulnerabilidad

MATRIZ DE VULNERABILIDAD	AMENAZAS	1. El Ecuador se ve afectado por la poca inversión debido al alto nivel del riesgo país que el actual escenario ofrece.	2. Balanza comercial negativa, permite la reducción de las importaciones para estabilizar la economía del país.	3. Amenaza entre competidores en el mercado esta ligada con los nuevos avances tecnológicos	4. Las económica de escala, complicarían un poco a las pequeñas porque requieren de una inversión elevada.	5. Amenaza de productos sustitutos	6. Recurrir a inversión fuerte en gastos de publicidad para introducir el nuevo producto.	7. Las políticas gubernamentales están ejerciendo mayor control en la constitución de nuevas empresas.	TOTAL	PRIORIDADES
DEBILIDADES										
1. No existe aún el adecuado posicionamiento del medicamento en el mercado, para crear mayor credibilidad y confianza en los usuarios.		3	1	5	5	5	5	5	29	1
2. Las pequeñas empresas no tienen la suficiente capacidad que les permita entrar en las economías de escala que manejan los grandes laboratorios.		3	3	5	5	5	5	3	29	3
3. Lograr que el gerente y los demás integrantes se encuentren comprometidos con los objetivos empresariales.		1	1	1	5	5	5	3	21	4
4. Limitado portafolio de medicamentos (solo uno)		1	5	5	5	5	5	3	29	2
TOTAL		8	10	16	20	20	20	14		
PRIORIDADES		7	6	4	1	3	2	5		

Elaborado por: Yolanda Vacacela

Interpretación: Se priorizan las debilidades vs amenazas más relevantes que agravan a entorno de la empresa por ello se considera para la matriz de estrategias 3 factores de mayor puntaje tal como se presenta en la tabla.

3.3.1.5. Matriz de Estrategias

Tabla N° 6 Matriz de estrategias

FACTORES INTERNOS	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	F1. Contar con manuales de procedimientos para que la función del empleado sea delimitada por el gerente general	D1. No existe aún el adecuado posicionamiento del medicamento en el mercado, para crear mayor credibilidad y confianza en los usuarios.
	F2. Contar con una organización estructural vertical	D2. Limitado portafolio de medicamentos.
	F3. La gestión directiva desarrollará continuos planes de acción que ayuden al crecimiento de la empresa.	D3. Las pequeñas empresas no tienen la suficiente capacidad que les permita entrar en las economías de escala que manejan los grandes laboratorios.
	F4. Contar con un nicho adecuado de mercado al que se apunta directamente el producto y que será quien se encargue a futuro de publicitar y promover sus beneficios	D4. Lograr que el gerente y los demás integrantes se encuentren comprometidos con los objetivos empresariales.
	F5. Contar con inversión de terceros para la puesta en marcha del proyecto	
	F6. Contar con un local adecuado para el funcionamiento de la empresa, lo cual dará estabilidad y seguridad a sus clientes.	
FACTORES EXTERNOS	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS DO
OPORTUNIDADES		
O1. La implementación de nuevas tecnologías en el lugar de trabajo impulsa la productividad de la nueva empresa.	F1,O1: Implementar manuales de funciones y procedimientos conjuntamente con nuevas tecnologías de traslado, almacenamiento y mantenimiento de medicinas en la nueva empresa.	D1,O1: Entregar servicio de calidad y garantía para posicionar el medicamento a través del buen manejo logístico al momento de comercializarlo.
O2. Un adecuado poder de negociación con los clientes.	F2, O2: Concientizar al cliente acerca de los beneficios del medicamento garantizando la calidad del mismo, a través de asesoría personalizada que asegure buenas relaciones entre proveedor y cliente.	D2, O2: Concientizar al cliente acerca de los beneficios del medicamento garantizando la calidad del mismo, a través de asesoría personalizada que asegure buenas relaciones entre proveedor y cliente.
O3. El poder de negociación con los proveedores es adecuado.	F3,O3: Desarrollar planes continuos de acción que permitan negociar con el proveedor del medicamento en Bolivia.	D3,O3: Crear alianzas de negociación con los proveedores del medicamento en Bolivia para

		abaratar los costes de importación, traslado, almacenamiento del mismo.
O4. Eficiente acceso a los canales de distribución ya que no contará con intermediarios para su comercialización.	F4,O4: Proporcionar inducción a todo el personal nuevo para evitar errores, contratiempos al momento de la distribución del medicamento en la ciudad de Quito.	D4,O4: Realizar integraciones con el personal de la empresa con el fin de comprometerlo con los objetivos empresariales.
O5. Tasas de interés promueven el volumen de préstamos en el país debido a las facilidades de acceder a un crédito.	F5, O5: Realizar financiamiento con la Corporación Financiera Nacional que ofrece intereses bajos para la implementación de nuevos proyectos.	
O6. La reducción de la inflación incentiva a los usuarios a acceder a mayores inversiones y mejorar su calidad de vida.	F6,O6: Ofrecer estabilidad laboral al nuevo personal con el fin de garantizar una adecuada cultura organizacional, además incentivarlo a través del cumplimiento de metas con el fin de comprometerlo con la empresa.	
AMENAZAS	ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS DA
A1. Las económicas de escala, complicarían un poco a las pequeñas empresas porque requieren de una inversión elevada.	F5,A1,A2: Realizar financiamiento con la Corporación Financiera Nacional que ofrece intereses bajos para la implementación de nuevos proyectos, con el fin de introducir en el mercado ya que al tratarse de la comercialización de un medicamento que contribuye al bienestar de los pacientes que padecen de Artritis reumatoide, cuyo objetivo fundamental está orientada hacia la salud.	D1,D2,A1, A2: Desarrollar alianzas estratégicas con centros de salud, hospitales, clínicas, etc., para introducir el medicamento al mercado.
A2. Recurrir a inversión fuerte en gastos de publicidad para introducir el nuevo producto.		
A3. Amenaza de productos sustitutos	F3, A3,A4: Desarrollar estrategias de penetración, e introducción al mercado del nuevo medicamento proporcionando información acerca de los beneficios que ofrece el E.P.T a los pacientes que padecen artritis reumatoide.	D4; A3,A4: Desarrollar estrategias de marketing que permitan causar conciencia a los pacientes que padecen de AR en la ciudad de Quito, a través de una campaña de salud.
A4. Amenaza entre competidores en el mercado están ligados con los nuevos avances tecnológicos.		

Elaborado por: Yolanda Vacacela

Interpretación: Se formulan estrategias para cada uno de los grupos analizados como son: FO; DO; FA;DA, y de esta manera aprovechar las oportunidades y fortalezas que posee la nueva empresa en el mercado de la ciudad de Quito.

CAPITULO IV

INVESTIGACION DE MERCADO

4.1. Metodología de la investigación

Los métodos que se van utilizar en el proceso de esta investigación serán:

El método Inductivo – Deductivo: este método acepta la insistencia de una realidad externa y postula la capacidad del individuo para percibirlo a través de los sentidos y entenderla por medio de su inteligencia.

Se aplica este método para conocer e investigar todos los elementos que intervienen en el desarrollo de la metodología, como por ejemplo se efectuará diferentes estudios hasta determinar su viabilidad para ello se realizar los correspondientes análisis financieros y de resultados que permitirán la consecución de la presente propuesta de investigación.

Método Analítico – Sintético: son un conjunto de procesos que permiten al investigador conocer la realidad. Se caracteriza por la identificación de cada una de las partes que componen una realidad, de esta manera se puede establecer una relación causa – efecto entre los factores que componen el problema de investigación. Este método permitirá revisar toda la literatura e información que se utilice para el desarrollo de la metodología extrayendo las partes más relevantes para la elaboración de la misma.

4.1.1. Tipo de investigación

El tipo de investigación que se llevará a cabo será de tipo descriptivo y exploratorio:

- **Investigación Descriptiva:** El propósito de ésta investigación es la de evidenciar si el diseño de un Plan de negocios para la creación de un centro de importación de

medicinas para enfermedades catastróficas es factible para ponerlo en marcha tomando en cuenta los análisis que conllevan a determinar su viabilidad. La finalidad de esta investigación es la de proporcionar información centrada en la comprensión y veracidad de lo que se está investigando.

- **Investigación exploratoria:** Esta investigación está basado en un estudio que consistirá en investigar aspectos cualitativos del mercado, como la percepción del cliente, acerca de la necesidad de medicinas para enfermedades como la artritis reumatoide. Emplea técnicas como entrevistas y encuestas, que permitan recopilar información útil y confiable para conocer la viabilidad del proyecto y tener un respaldo confiable.

4.1.2. Herramientas para la recolección de información

Para la recolección de información se empleará las siguientes fuentes:

- a) **Primaria:** Para la recopilación de información se requerirá la aplicación de cuestionarios para conocer la percepción y expectativas que tienen los socios acerca de las actividades y servicios que entrega la asociación.

La encuesta a aplicar posee preguntas cerradas, donde los sujetos se limitarán a seleccionar la alternativa que describa mejor su respuesta.

La entrevista a emplear posee preguntas abiertas, donde el actor involucrado se limitará a responder interrogantes planteadas sobre la problemática de la asociación.

- b) **Secundaria:** Para la investigación se utiliza la modalidad bibliográfica documental ya que se centra en la información ya existente basada en libros, antecedentes de otras empresas, revistas, tesis, lectura, bibliotecas, internet, reglamentos, leyes, estatutos, etc.

De esta manera se busca contar con información relevante pertinente al tema que se va a desarrollar, se considera la investigación de un determinado problema, como el propósito de ampliar, profundizar, analizar y dar una solución. Esta técnica permite la selección y análisis de los escritos que contienen datos de interés relacionados con un plan de negocios y la factibilidad sobre el proyecto de un centro de importaciones de medicinas para enfermedades catastróficas.

4.1.3. Diseño de la investigación

Hernández et al. (2003) mencionan que el diseño de la investigación se refiere al plan o la estrategia para obtener información deseada; indica que es lo que se debe hacer para lograr los objetivos de la investigación.

- **No Experimental:** este diseño de investigación no “manipula las variables deliberadamente; este significa observar fenómenos tal y como se dan en su contexto natural” (Hernández et al., 2003, pág. 116). Este proyecto empleará este diseño para conocer las percepciones del mercado, sin alterar ninguna de las variables que la contiene.
- **Transversal:** Al saber que no es experimental el diseño, se elige que será transversal, ya que se “recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su interrelación en un momento dado” (Hernández et al., 2003, pág. 120). Por lo tanto, este proyecto es transversal porque solo se aplicará una sola vez el instrumento para recolectar información con el fin de llegar a las conclusiones esperadas.
- **Exploratorio:** “El objetivo principal es conocer un contexto, una comunidad, una situación, etc., es una exploración inicial para un momento específico aplicado en problemas nuevos”, de acuerdo a lo que menciona (Hernández et al., 2003, pág.

126). Por lo tanto, este proyecto es exploratorio, porque se desconoce la opinión del mercado objetivo respecto al producto que se pretende comercializar en la ciudad de Quito.

4.1.4. Análisis e interpretación de los resultados

Una vez recolectada la información mediante la aplicación de la encuesta, se procederá a la revisión y codificación de la misma para organizarla y facilitar el proceso de tabulación.

Se procederá a la categorización con la finalidad de que cada pregunta tenga los grupos y clases necesarias para su respuesta y de esta manera facilitar la tabulación de la información.

La tabulación se la realizará de forma manual ya que es un número reducido de datos y se utilizará para su tabulación el programa Excel para la elaboración de tablas y gráficos y así poder analizar e interpretar con mayor claridad los resultados de la investigación realizada.

4.2. Investigación de mercado

El estudio de mercado del plan de negocios comprende la realización de las fases exploratoria y descriptiva. La investigación de mercado es una técnica que permite recopilar datos referentes al tema de estudio para, posteriormente, interpretarlos y hacer uso de ellos. Una vez con la información esta sirve de ayuda para realizar una adecuada toma de decisiones para la comercialización del nuevo medicamento para la artritis reumatoide y a su vez alcanzar la satisfacción de sus clientes.

4.2.1. Objetivo general del estudio de mercado

Investigar el comportamiento de la oferta y la demanda, para determinar la demanda insatisfecha del mercado de medicinas para enfermedades catastróficas como la artritis reumatoide.

4.2.2. Objetivos específicos

- Determinar el mercado al cual se orientará la comercialización del medicamento.
- Investigar los precios de los medicamentos competitivos en el mercado.
- Establecer la oferta del medicamento E.P.T para la artritis reumatoide.
- Determinar la demanda insatisfecha del medicamento, razón para la creación de la nueva empresa.

4.3. Instrumentos de investigación

4.3.1. Encuesta

Esta herramienta ayuda a determinar y conocer el mercado, y si el mercado objetivo está preparado para la introducción de un nuevo medicamento para bloquear la artritis reumatoide. Las encuestas ayudan a conocer las necesidades del cliente y las necesidades no satisfechas es decir aquí es donde se puede observar que es lo que quiere el cliente y que es lo que se le puede ofrecer para cumplir con sus expectativas y así lograr apertura y posteriormente su penetración al mercado para crear confianza y una alternativa para bloquear la artritis reumatoide que aqueja al 1% de la población.

4.3.2. Entrevista

Este instrumento es de gran apoyo porque ayuda a conocer la opinión de expertos en el área de reumatología, así como también, saber las inquietudes y deseos de los pacientes.

De este modo, ayudará a estableceré estrategias concisas y precisas para el plan de negocios. Es aconsejable e importante elaborar una guía de preguntas previas para la entrevista. (Ver anexo 2).

4.4. Población y muestra

4.4.1 Población

La artritis reumatoide (AR), es una enfermedad crónica que origina dolor, rigidez, hinchazón y pérdida de función en las articulaciones y puede acompañarse de inflamación en otros órganos.

La presencia de esta enfermedad no tiene vinculación con diferencias geográficas y/o climáticas existentes en distintas regiones del mundo.

La edad de inicio de la enfermedad es entre los 20 y 45 años de edad, generalmente afecta al adulto joven y es 2 a 4 veces más frecuente en mujeres que en hombres, y no guarda ninguna relación con diferencias raciales o condición social.

Como se evidencia según investigaciones realizadas por expertos esta enfermedad ataca a una población determinada que sin guardar relación con ningún factor social, económico, cultural, racial afecta a una gran cantidad de la población, según el Traumatólogo entrevistado el Dr. Manuel Moreno, en la ciudad de Quito existen aproximadamente unos 28.000 pacientes afectados con ésta patología.

4.4.2. Muestra

Para población finita se utiliza la siguiente fórmula:

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

Datos para la aplicación de la fórmula

n= tamaño de la muestra	X
N=tamaño del universo	28.000
Z= valor de la distribución normal correspondiente a un nivel de confianza	1.96
p= probabilidad de éxitos de un evento	0.50
q= probabilidad de fracaso de un evento	0.50
e= grado de error de significancia	0.05

Elaborado por: Yolanda Vacacela

$$n = \frac{28.000 * 1,96^2 * 0,50 * 0,50}{0,05^2 (28.000 - 1) + 1,96^2 * 0,50 * 0,50}$$

$$n = 379$$

Aplicando la fórmula con la información anterior, se obtiene un resultado de 379, que quiere decir que la muestra que se debe estudiar en la ciudad de Quito es de 379 personas para que las encuestas y resultados sean reales y aplicables a la realidad.

El instrumento que se va aplicar para la recopilación de la información referente a los tratamientos para la artritis reumatoide y la propuesta de aceptación de un nuevo medicamento para bloquear dicha enfermedad, es la encuesta, la misma que se aplica en la ciudad de Quito.

4.5. Encuesta piloto

La encuesta está conformada por 11 preguntas cerradas, donde la persona encuestada tiene que marcar la respuesta que se ajuste a su criterio. Antes de iniciar con las preguntas, se solicita a la persona que marque su rango de edad y género, para que al momento de procesar los datos se pueda saber los porcentajes de hombres y mujeres que respondieron la encuesta, y los rangos de edad en los que se encuentran la mayoría de personas afectadas de artritis reumatoide.

A continuación, se inicia con las preguntas referentes al estudio que se desea realizar; como primera instancia recopilar información sobre la enfermedad y conforme se vaya avanzando en la encuesta se propondrá el uso del nuevo medicamento que se pretende distribuir en la ciudad de Quito. (Ver anexo 1).

4.5.1. Análisis de resultados de la encuesta piloto

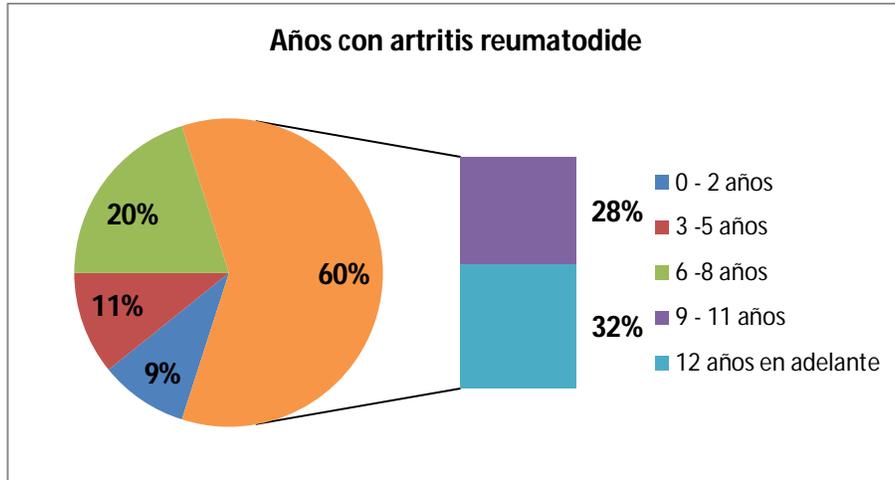
1. ¿Desde hace cuántos años fue diagnosticado de Artritis Reumatoide?

Tabla N° 7 Años con artritis reumatoide

INDICADOR	FRECUENCIA	%
0 - 2 años	35	9,23
3 -5 años	41	10,82
6 -8 años	76	20,05
9 - 11 años	106	27,97
12 años en adelante	121	31,93
TOTAL	379	100

Elaborado por: Yolanda Vacacela

Gráfico N° 4 Años con artritis reumatoide



Elaborado por: Yolanda Vacacela

Conclusión de Resultados:

Como se observa en el gráfico anterior el 31 % de los pacientes encuestados padece de artritis reumatoide desde hace más de 12 años, por lo que se puede evidenciar el tiempo que muchas de estas personas han tenido que soportar y sobrellevar esta terrible enfermedad degenerativa. Mientras que los demás pacientes encuestados afirman que el estar en el inicio de la enfermedad y la introducción de nuevos medicamentos puede ser una gran esperanza de una vida sana y normal.

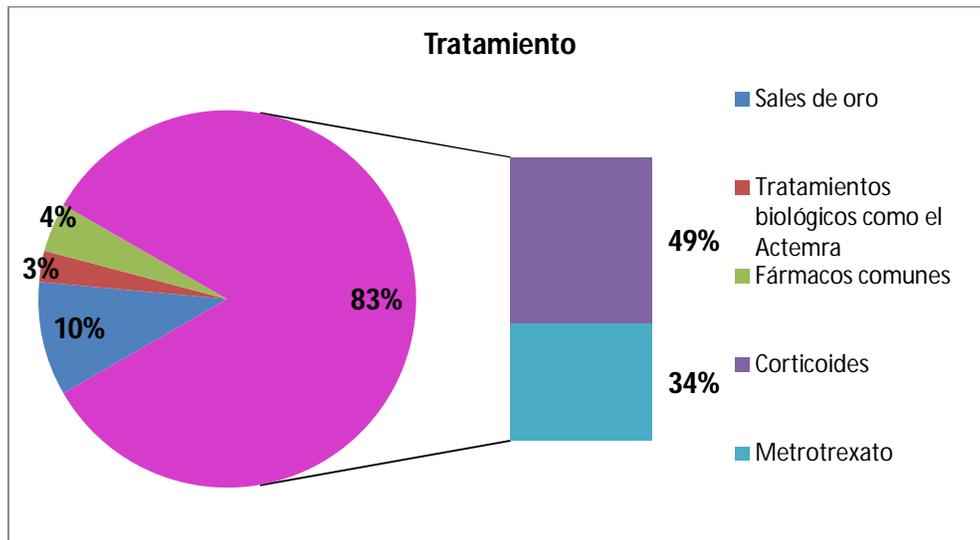
2. ¿Actualmente qué tratamiento recibe para tratar la AR?

Tabla N° 8 Tipos de tratamientos

INDICADOR	FRECUENCIA	%
Sales de oro	37	9,76
Tratamientos biológicos como el Actemra	10	2,64
Fármacos comunes	16	4,22
Corticoides	207	54,62
Metotrexato	109	28,76
TOTAL	379	100,00

Elaborado por: Yolanda Vacacela

Gráfico N° 5 Tipos de tratamientos



Elaborado por: Yolanda Vacacela

Conclusión de Resultados:

Como se evidencia dentro de los tratamientos más empleados para tratar esta enfermedad están los corticoides y el metotrexato con el 83%, esta mezcla es la más usada por los Reumatólogos en pacientes con AR; se debe a la facilidad de conseguirlos en el mercado y a su costo accesible; lamentablemente los efectos secundarios que estos medicamentos producen son muy agresivos.

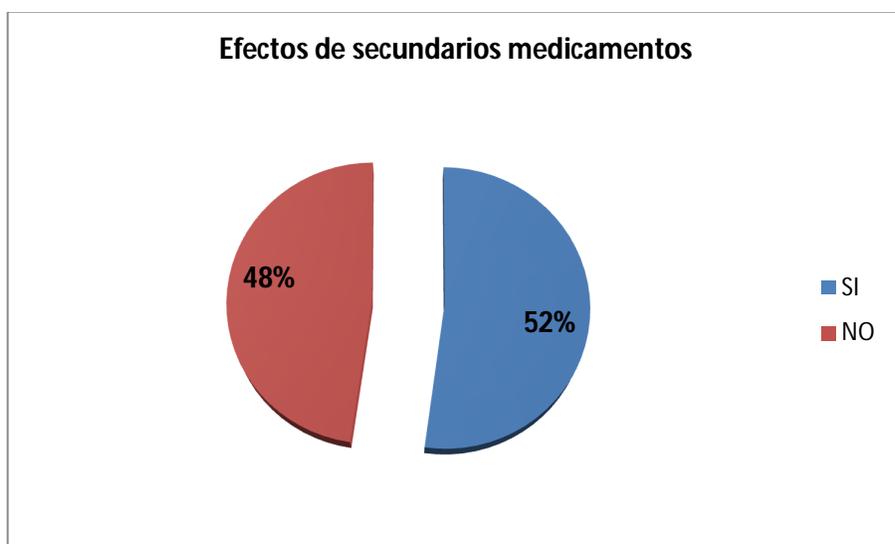
3. ¿Está consciente de los efectos secundarios de los medicamentos que Usted toma?

Tabla N° 9 Efectos secundarios medicamentos

INDICADOR	FRECUENCIA	%
SI	198	52,24
NO	181	47,76
TOTAL	379	100,00

Elaborado por: Yolanda Vacacela

Gráfico N° 6 Efectos secundarios medicamentos



Elaborado por: Yolanda Vacacela

Conclusión de Resultados:

El 52% de las personas encuestadas afirma saber los efectos secundarios que produce los medicamentos que ingieren para paliar la artritis, pero sin embargo debido a los fuertes dolores que padecen estas personas es imposible dejar de medicarse para continuar con el tratamiento. Mientras que el 48% dice que desconocen los efectos secundarios; esto se debe a que muchas de estas personas no le ponen importancia a este tema ya que lo que más les interesa es calmar los dolores y por momentos tener un alivio y continuar con lo cotidiano de la vida.

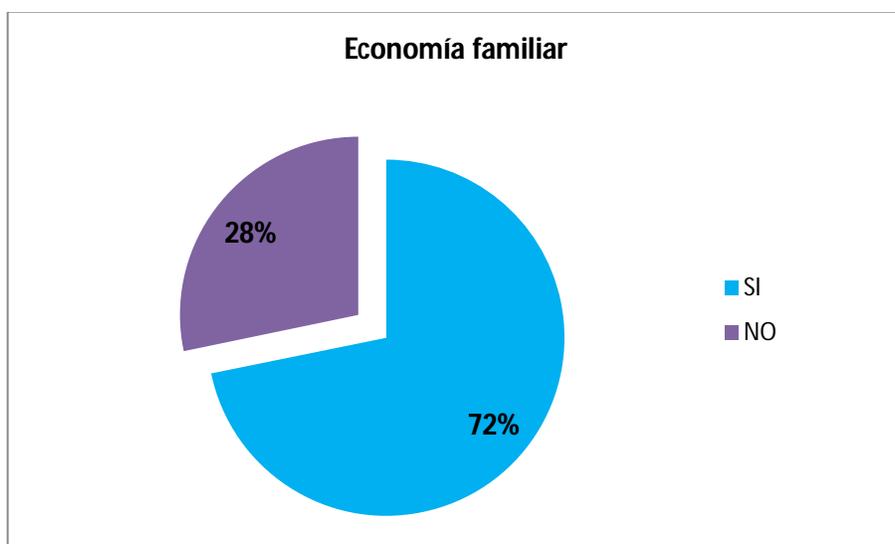
4. ¿El costo de los medicamentos afecta su economía familiar?

Tabla N° 10 Economía familiar

INDICADOR	FRECUENCIA	%
SI	272	71,77
NO	107	28,23
TOTAL	379	100,00

Elaborado por: Yolanda Vacacela

Gráfico N° 7 Economía familiar



Elaborado por: Yolanda Vacacela

Conclusión de Resultados:

La mayoría de personas encuestadas afirma que la medicación conjuntamente con el tratamiento es muy cuantiosa por lo que muchas de estas personas les imposibilita tratar esta enfermedad que no tiene cura. De acuerdo a los resultados se evidenció que el 72% considera que afecta la economía de sus familias.

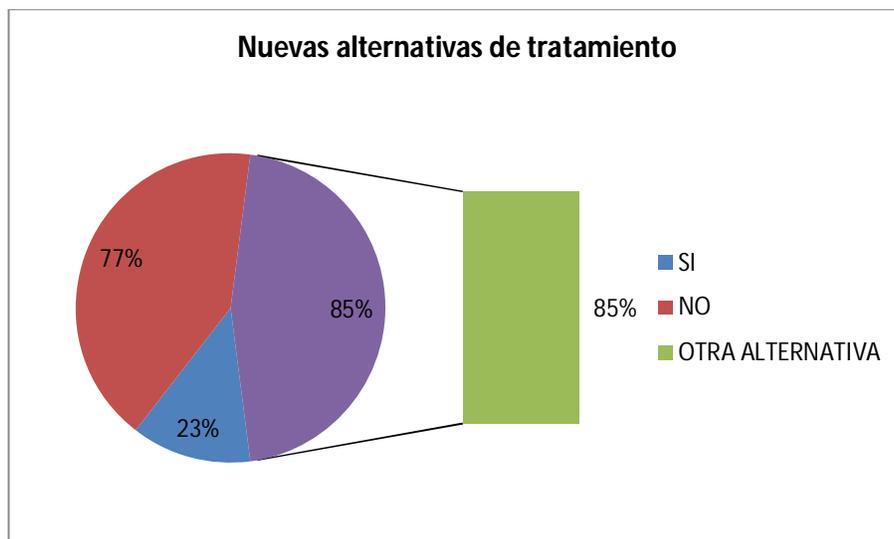
5. ¿Se siente a gusto con su tratamiento o le gustaría conocer alternativas diferentes para tratar la AR?

Tabla N° 11 Nuevas alternativas de tratamiento

INDICADOR	FRECUENCIA	%
SI	88	23,2189974
NO	291	76,7810026
OTRA ALTERNATIVA	321	84,6965699
TOTAL	700	184,69657

Elaborado por: Yolanda Vacacela

Gráfico N° 8 Nuevas alternativas de tratamiento



Elaborado por: Yolanda Vacacela

Conclusión de Resultados:

Como se puede observar en el grafico anterior del 100% de personas encuestadas el 77% no está a gusto con su actual tratamiento para paliar la artritis reumatoide. Mientras que el 85% de esta población estaría dispuesto en conocer e indagar sobre nuevas alternativas para bloquear esta enfermedad degenerativa.

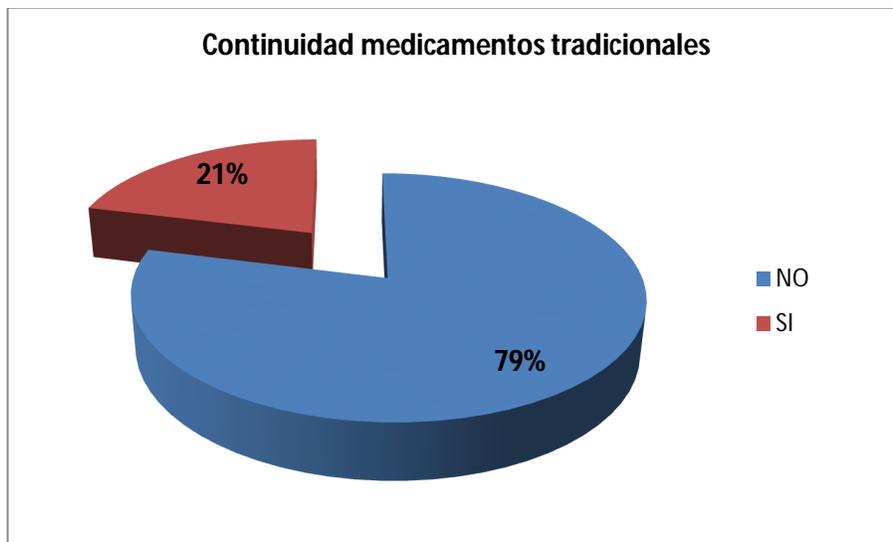
6. ¿Quiere seguir tomando los medicamentos comunes para toda la vida?

Tabla N° 12 Medicación continua

INDICADOR	FRECUENCIA	%
NO	299	78,89
SI	80	21,11
TOTAL	379	100,00

Elaborado por: Yolanda Vacacela

Gráfico N° 9 Medicación continua



Elaborado por: Yolanda Vacacela

Conclusión de Resultados:

El 79% de personas encuestadas dice que no está a gusto con el tratamiento, pero que sin embargo debido a las fuertes dolencias debe continuar con la medicación hasta que en algún momento se encuentre una cura para esta enfermedad. Mientras que el 21% afirma que si desearía continuar con el tratamiento ya que por lo que se menciona anteriormente no puede dejar de consumir debido a los grandes dolores que provoca esta patología.

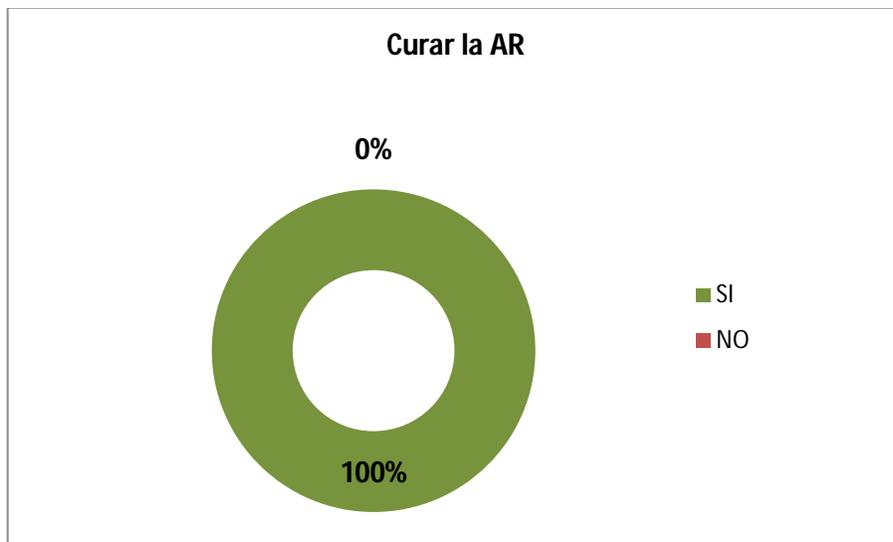
7. ¿Le gustaría curar su AR?

Tabla N° 13 Cura de la artritis reumatoide

INDICADOR	FRECUENCIA	%
SI	379	100,00
NO	0	0,00
TOTAL	379	100,00

Elaborado por: Yolanda Vacacela

Gráfico N° 10 Cura de la artritis reumatoide



Elaborado por: Yolanda Vacacela

Conclusión de Resultados:

A pesar de ser una pregunta obvia, es necesaria dentro de nuestra encuesta para determinar el grado de rechazo o aceptación que la población enferma tiene hacia la enfermedad. Como se puede observar el 100% de las personas encuestadas desean curarse.

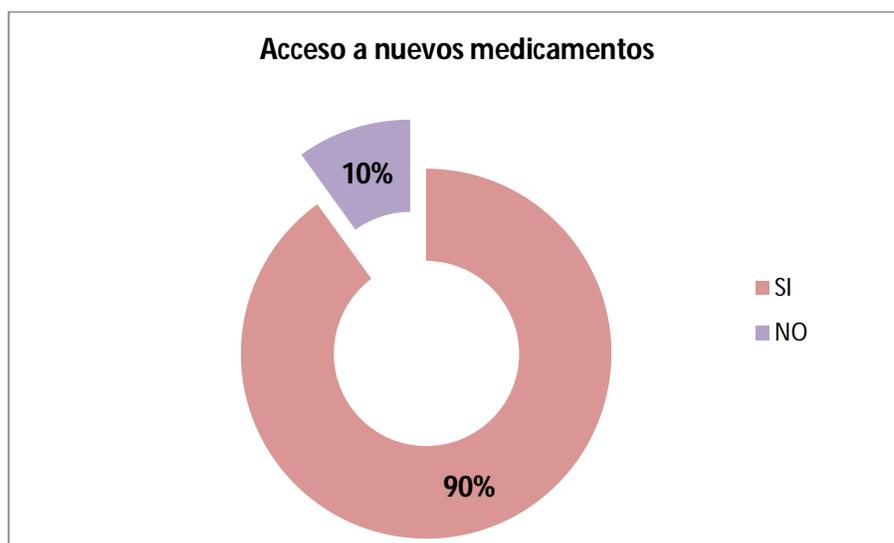
8. ¿Existe un medicamento para bloquear la enfermedad el cual ha tenido gran éxito en pacientes tratados, a un precio mínimo y con efectos a largo plazo, incluso con remisión total de la enfermedad, le gustaría poder tener acceso a este medicamento?

Tabla N° 14 Acceso a nuevos medicamentos

INDICADOR	FRECUENCIA	%
SI	341	89,97
NO	38	10,03
TOTAL	379	100,00

Elaborado por: Yolanda Vacacela

Gráfico N° 11 Acceso a nuevos medicamentos



Elaborado por: Yolanda Vacacela

Conclusión de Resultados:

El 90% de los encuestados afirma que estaría de acuerdo en que el mercado farmacéutico haya medicación que haya sido investigada y probada en pacientes con esta enfermedad y se evidencie que se pueda bloquear por lo que si estarían de acuerdo a acceder a una nueva alternativa para tratar la artritis reumatoide.

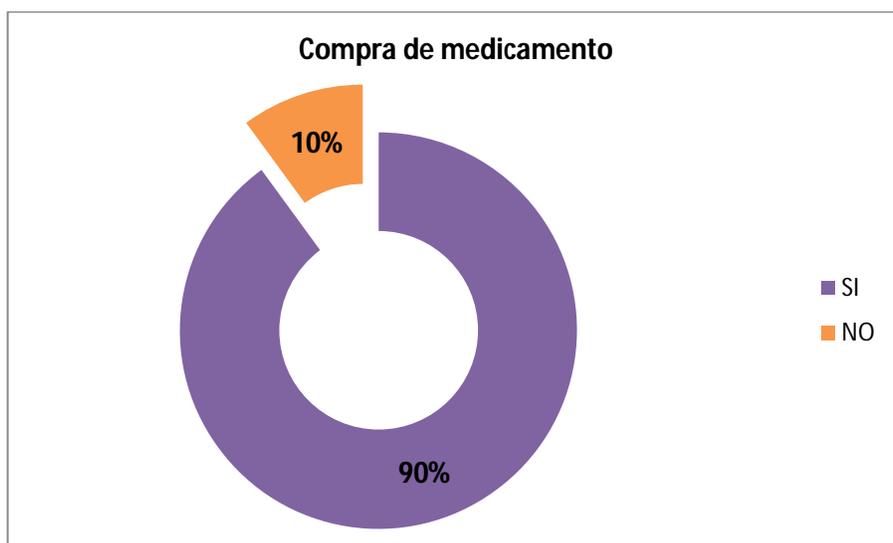
9. ¿Si éste medicamento se distribuiría directamente en un centro de acopio lo adquiriría sabiendo que es un medicamento aprobado por la FDA y cuenta con todas las garantías de fabricación y distribución?

Tabla N° 15 Compra de medicamento

INDICADOR	FRECUENCIA	%
SI	341	89,97
NO	38	10,03
TOTAL	379	100,00

Elaborado por: Yolanda Vacacela

Gráfico N° 12 Compra de medicamento



Elaborado por: Yolanda Vacacela

Conclusión de Resultados:

El 90% de la población encuestada afirma que si estaría dispuesto a adquirir ésta medicación que cuente con las garantías y permisos de fabricación y distribución. Mientras que el 10% no está seguro en adquirirlo, pero si lo comprobara que es efectivo si se inclinaría a comprarlo.

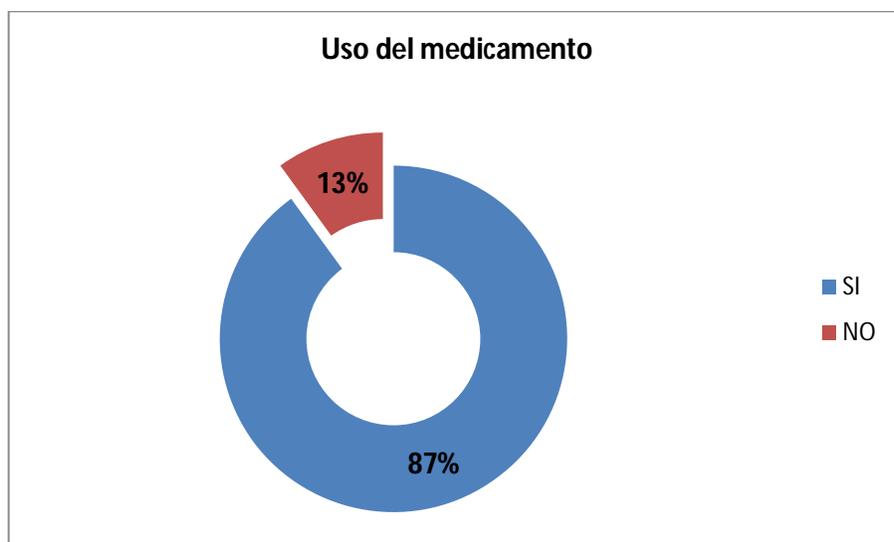
10. ¿E.P.T. es un medicamento hecho del veneno de una hormiga llamada de Palo Santo cuyo principio activo produce un bloqueo de la AR logrando remisiones permanentes de la enfermedad, cuyo costo no llega a USD.200.00 todo el tratamiento, que es por vía subcutánea. ¿Estaría dispuesto a probarlo?

Tabla N° 16 Uso del medicamento

INDICADOR	FRECUENCIA	%
SI	331	87,34
NO	48	12,66
TOTAL	379	100,00

Elaborado por: Yolanda Vacacela

Gráfico N° 13 Uso del medicamento



Elaborado por: Yolanda Vacacela

Conclusión de Resultados:

El 87% de las personas encuestadas si están dispuestos a probar esta medicación hecha a base de un veneno de una hormiga y que cuente con todos los permisos de fabricación y distribución. El 13% no está seguro en probarlo.

11. ¿Una vez probada su efectividad recomendaría su uso a otros pacientes?}

Tabla N° 17 Recomendación

INDICADOR	FRECUENCIA	%
SI	341	89,95
NO	38	10,03
TOTAL	379	100,00

Elaborado por: Yolanda Vacacela

Gráfico N° 14 Recomendación



Elaborado por: Yolanda Vacacela

Conclusión de Resultados:

Como se observa el 90% de estas personas estaría dispuesto a recomendarlo en caso de probar su efectividad. Por lo que se puede inferir en que si existiría mercado para comercializar el EPT en la ciudad de Quito.

4.6. Demanda

“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.”
(Baca, 2010, pág. 17)

El análisis de la demanda permite analizar el comportamiento de la cantidad de un bien o servicio que se pretende comercializar a través de la fijación de un determinado precio en el mercado.

La demanda también pretende analizar los factores que afecten el comportamiento del mercado y la posibilidad real de que la importación del medicamento resultante del proyecto tenga una excelente participación en el mercado, tomando en cuenta aspectos importantes como: el comportamiento del consumidor, ingresos, precios y necesidad de compra.

- **Factores que afectan la demanda**

Dentro de estos factores se tienen los siguientes que pueden afectar a la demanda:

Dimensión del mercado: tiene que ver con la cantidad poblacional (personas que padecen artritis reumatoide) en la ciudad de Quito. Por lo que entre más necesidad de consumo mayor es la demanda.

Ingreso promedio: Cuando el ingreso de los individuos aumenta pueden adquirir más productos (medicamentos) cualquiera sea su precio; y si el ingreso disminuye, se puede esperar que los pacientes en este caso recurran a otros medicamentos de menor valor.

La elevación de precios: De acuerdo a la ley de la demanda, se dice que entre mayor es el precio menor es la demanda, pero en tanto que, si el precio es menor la cantidad demandada es mayor.

Productos sustitutos: corresponde aquellos productos (medicamentos) que satisfacen una necesidad similar a la del medicamento que se pretende comercializar (EPT), por tanto el consumidor podrá optar por el consumo de estos en lugar de el bien de este proyecto.

Factores externos: Tiene que ver con los cambios climáticos y temporadas de mayor influencia de la enfermedad (artritis reumatoide).

4.6.1. Demanda total

El mercado en cuanto al servicio de comercialización de medicamentos para la artritis reumatoide (AR) era directamente a través de las casas de salud y hospitales de la ciudad de Quito, por tanto no se toman en cuenta las farmacias independientes y micro-mercados, ya que estas deben acudir a las grandes farmacias para abastecerse de estos medicamentos en caso de ser prescritos por el médico de cabecera de los pacientes.

Con el paso de los años las cosas fueron evolucionando, la población fue creciendo y por tanto la demanda es cada vez más grande, por tal razón se vio la necesidad de que surgieran las empresas comercializadoras de medicamentos ya que los laboratorios no alcanzan a abastecer a las farmacias y demás centros de salud de la ciudad.

Por lo tanto, es oportuno tomar en cuenta acontecimientos dentro del mercado farmacéutico como el incremento del porcentaje de personas que cada día son

diagnosticadas con esta enfermedad degenerativa, obligando así a estas personas a depender de los medicamentos para paliar esta enfermedad.

Entonces, el acceso a los medicamentos tiene un alto impacto social y económico en el país, por tal razón en los últimos años el gobierno se ha preocupado por la salud de las personas, instalando nueva tecnología en los hospitales públicos y gratuidad en los medicamentos.

Lo que ha beneficiado a las empresas comercializadoras y laboratorios ya que se ha ido incrementado la producción y comercialización debido a que cada vez la demanda es mayor de los medicamentos para la artritis reumatoide.

El mercado farmacéutico ha presentado un entorno cambiante en su forma de distribución durante el transcurso del tiempo, la aparición de nuevas cadenas farmacéuticas para poder cubrir la demanda de mercado, en ocasiones ha sido difícil debido al cumplimiento de ciertos requisitos que han impedido que se constituyan y compitan con las grandes cadenas.

Es oportuno señalar el comportamiento de la demanda de productos farmacéuticos:

Las variaciones en los cambios climáticos, contaminación, aumento de la población, insalubridad, estrés cotidiano, etc., lo que va incrementando las enfermedades, representando de esta manera grandes oportunidades para las farmacias y micro – mercados que van aumentando sus ingresos.

Por dichas razones se han de tomar en cuenta todas las consideraciones ya antes mencionadas para la creación del centro de importaciones de medicinas para enfermedades catastróficas como la artritis reumatoide.

4.6.2. Demanda potencial

De acuerdo a investigaciones realizadas por varios especialistas reumatólogos de la Sociedad Ecuatoriana de Reumatología se determina que la Artritis Reumatoide es una enfermedad reumática inflamatoria frecuente, donde más del 0.5 al 1% de la población la padece. Presentándose de forma evolutiva y progresiva lo que con lleva a un daño estructural que altera la capacidad funcional y calidad de vida de quien la padece, por lo que puede atacar a cualquier persona sin restricción alguna. En Quito existen aproximadamente 28.000 personas afectadas con esta patología.

4.6.3. Demanda objetivo

Entonces la población objetivo comprende todas aquellas personas que están dispuestas a tomar otra alternativa de tratamiento para bloquear la artritis reumatoide (AR), por lo que de acuerdo a los resultados de la encuesta se determinó que el 90% de personas encuestadas afirma comprobar y adquirir un nuevo medicamento hecho a base del veneno de una hormiga para bloquear la AR y que además cumple con todas las garantías de fabricación y distribución aprobados por la FDA (Food and Drug Administration). A continuación, se presenta en la siguiente tabla la proyección de la demanda objetivo:

Tabla N° 18 Proyección demanda objetivo

AÑOS	DEMANDA POTENCIAL	DEMANDA OBJETIVO 90%
0	28000	25200
1	28280	25452
2	28848	25964
3	29723	26750
4	30929	27836
5	32507	29256

Elaborado por: Yolanda Vacacela

Como se observa en el cuadro anterior la demanda objetivo representa el 90% de la población potencial que se recopiló de la Sociedad Ecuatoriana de Ortopedia y Traumatología de la ciudad de Quito. Por lo que, para la instauración del nuevo centro de importaciones para enfermedades catastróficas como el AR, presenta una considerable demanda que puede ir creciendo.

4.7. Plan de marketing

Comprende el conjunto de técnicas que se emplean para comercializar y distribuir un producto o servicio entre los consumidores. Sabiendo que el productor o el distribuidor es quien produce y diseña los bienes de consumo para que satisfagan las necesidades de los consumidores.

4.7.1. Mix del Marketing

4.7.1.1. Producto

Marca: Laboratorios IFA Bolivia

El producto o más bien el medicamento que se pretende distribuir en la ciudad de Quito se detalla a continuación con el fin de conocer las especificaciones, propiedades, contraindicaciones, dosis y benéficos que proporciona a los pacientes que lo ingieran.

E.P.T. EXTRACTO PSEUDOMYRMEX TRIPLARINUS, es un bloqueador inmunológico elaborado con el objetivo de tratar la Artritis Reumatoide (AR).

El principio activo del E.P.T. es un complejo extraído de la toxina del insecto Pseudomyrmex Triplarinus, más conocida como “Hormiga de Palo Santo”, según la

fórmula de su inventor Dr. Gunter Holzmann patente en su nombre otorgada en 1981 en Estados Unidos (Patente U.S.A. Gunter Holzmann 4.247.540).

Más de 25 años de investigaciones clínicas y de laboratorio han demostrado la eficiencia bloqueadora del E.P.T. sobre el complejo inmunológico, actuando directamente sobre los distintos eslabones de la cadena complementaria, inhibiendo el proceso inflamatorio en su origen.

Propiedades del E.P.T.

En lugar de aliviar los síntomas del mal mediante analgésicos, antiinflamatorios, corticoides y antiflogísticos, el E.P.T. ataca y elimina la causa de la enfermedad. No actúa sobre las glándulas suprarrenales y no contiene corticoides, evitando los inconvenientes que tiene esta terapia, no tiene ninguna incidencia sobre el tracto gastrointestinal y no presenta efectos colaterales.

Contenido del Medicamento

Cada 1 ml contiene:

Extracto de Pseudomyrmex Triplarinus 3mg

Excipientes c.s.

Caja x 1 unid., de 16ml y ficha de control de aplicaciones.

Farmacodinamia y farmacocinética: Mecanismo de acción: Produce una disminución global de la cadena complementaria del suero sanguíneo, principal fuente de los agentes inflamatorios en tejidos conjuntivos y otras enfermedades, donde tanto en el mecanismo clásico como en su forma alternativa, péptidos, relativamente pequeños, son liberados y activados por algunas proteínas, que pueden producir profundos efectos en los tejidos y células del huésped. Excreción: Los azúcares del polisacárido, luego de cumplir su función bloqueadora en el sistema inmunológico, son descompuestos siendo eliminados ó absorbidos por el sistema digestivo.

Biodisponibilidad: El efecto curativo (motilidad, desinflamación, ausencia de dolores), se manifiesta generalmente después de la quinta inyección con duración prolongada de un promedio de 3 meses hasta varios años, habiendo muchos casos donde los pacientes han permanecido asintomáticos definitivamente. La consumación in vitro de la inactivación del C2 y C4 se producen a los 30 minutos de la primera dosis.

Propiedades: En lugar de aliviar los síntomas del mal mediante analgésicos, antiinflamatorios, corticoides y antiflogísticos, el E.P.T. ataca y elimina la causa de la enfermedad, no actúa sobre las glándulas suprarrenales y no contiene corticoides, evitando los graves inconvenientes que encierra esta terapia. El tratamiento se limita a 18 inyecciones subcutáneas, no presenta ninguna incidencia sobre el tracto gastrointestinal y no tiene efectos colaterales.

El 84 % de los pacientes responden positivamente y en estos casos ya no se requiere de ninguna medicación posterior.

Contraindicaciones: A pesar de haberse comprobado su inocuidad y atoxicidad, se recomienda supervisión médica directa, si se administra durante el embarazo y la lactancia. El paciente no debe estar bajo corticoterapia por lo menos 3 meses antes de iniciar el tratamiento, a fin de asegurar éxito en el tratamiento.

Precauciones: Entre el tercer y el quinto día de aplicación, podrá sobrevenir una exacerbación de las molestias articulares, lo cual no impide continuar con el tratamiento, siendo más bien un indicio de respuesta favorable. Si aparece una reacción máculo-pápula roja, pruriginosa, sensible e hipertérmica menor a 5cm de diámetro en el lugar de la inyección, se la considera habitual, ya que esta desaparecerá en 2 a 3 días más, debiendo evitar el rascado y la exposición al sol.

Reacciones secundarias y adversas: En algunos pacientes hipersensibles se observa una ligera y pasajera irritación o picazón cutánea en el lugar de la inyección.

Interacciones: Los corticoides inhiben la acción curativa del E.P.T.

Efectos sinérgicos y antagónicos: Se ha comprobado que una medicación anterior ó simultánea con derivados de cortisona impide o delimita la acción curativa del E.P.T. Se recomienda abstenerse de tomar alcohol durante el tratamiento.

Dosis: El E.P.T. es un líquido inyectable de aplicación sub-cutánea. Antes de iniciar el tratamiento realizar la prueba de sensibilidad de la siguiente manera:

Prueba de sensibilidad 0,05ml: Si aparece una reacción máculo-pápula roja pruriginosa, sensible e hipertérmica menor a 5cm de diámetro dentro de las 12 horas, se continúan las inyecciones sub-cutáneas:

Primer día	con 0,2ml
Segundo día	con 0,4ml
Tercer día	con 0,6ml
Cuarto día	con 0,8ml
Quinto día	con 1ml
Sexto día	con 1ml

El E.P.T. puede ser aplicado por el médico tratante o enfermeras.

Conviene alternar los brazos en cada aplicación sub-cutánea.

Se podrá extender el intervalo de las inyecciones cada 2 a 3 días o más sin alterar el efecto terapéutico. Para mejor control se recomienda utilizar la ficha de control de aplicaciones

que viene en la caja. Simultáneamente al tratamiento, pueden administrarse analgésicos antiinflamatorios no esteroideos (AINES).

Vía de administración: Inyección subcutánea, preferentemente en la parte superior externa del antebrazo, se recomienda utilizar jeringas desechables de 1ml (para insulina o tuberculina).

Gráfico N° 15 Presentación única del producto



Fuente: Laboratorios IFA

Dentro de las especificaciones del medicamento, será comercializado en cajas de cartón el cual incluirá todas las prescripciones y especificaciones químicas con el logotipo y distintivos del nuevo medicamento, además incluirá los permisos y requisitos sanitarios pertinentes del caso y fecha de caducidad.

- **Estrategia producto /servicio**

La estrategia de marketing está dirigida a generar un producto y servicio de distribución que satisfaga las necesidades y requerimientos de los pacientes con artritis reumatoide de la ciudad de Quito. Por ello se propone contar con personal capacitado que tenga conocimiento acerca del medicamento que se va a distribuir, así como la logística para la entrega del producto la cual se realizará de forma oportuna, eficiente y eficaz con el fin de proporcionar al cliente una adecuada atención y servicio.

Como es evidente la forma de presentación e información que se proporcione al cliente influye en la introducción y aceptación del mismo, por ello se definen las estrategias para cada uno de los componentes del marketing.

- **Estrategia de posicionamiento**

El medicamento E.P.T se posicionará como una medicina que ayuda a bloquear la artritis reumatoide en los pacientes que la padecen de la ciudad de Quito, por lo tanto, esta estrategia le corresponde a entregar al paciente un beneficio que otros medicamentos o tratamiento para dicha enfermedad no proporcionan.

4.7.1.2. Precio

Como se ha identificado en la investigación de campo existen varios tratamientos para tratar la artritis, pero tomando en cuenta que solamente sirven para paliar los dolores que esta enfermedad produce, más no se logra una remisión total de la enfermedad ni mucho menos una cura. Los precios de los tratamientos varían de acuerdo a su efectividad y efectos secundarios, es muy importante conocer que estos tratamientos deben ser suministrados de por vida, veamos la siguiente tabla:

Tabla N° 19 Precios de los tratamientos más aplicados para la Artritis

TRATAMIENTOS	PRECIOS	INSTITUCIÓN
Infliximab (c/dosis)	150,00	IESS
Medicamentos biológicos (6 a 8 meses)	8.000,00	Hospital Vicente Corral Moscoso
Rituximabm (vía de 100 mg / 10 ml solución infusión)	1.442,00	Centros de salud privados

Elaborado por: Yolanda Vacacela

Fuente: Sociedad Ecuatoriana de Ortopedia y Traumatología

Como se puede observar, según los hallazgos realizados se evidencia que los precios varían y son cuantiosos para muchos de los pacientes que no cuentan con los recursos económicos suficientes para solventar estos tratamientos. El presente proyecto tiene una alta connotación de carácter social y humano; no solo va encaminado a obtener un fin lucrativo, sino es llevar una esperanza de vida a pacientes de AR, proporcionándoles una alternativa de curación y remisión permanente de la enfermedad.

A continuación, para establecer el precio de venta se toma en cuenta todos los rubros inherentes a trasportación e importación, tramitación y pago de impuestos para el ingreso al Ecuador. Una vez definido todo lo anterior se determina que el precio de venta al público del nuevo medicamento que se pretende comercializar el EPT será de USD. 200.00 (DOSCIENTOS U.S. DOLARES AMERICANOS) cada dosis completa de 15 inyecciones. El tratamiento depende de cada paciente.

- **Política de precio**

Gráfico N° 16 Política de precios



Elaborado por: Yolanda Vacacela

Para fijar el precio de venta del nuevo medicamento para la artritis reumatoide del centro de importaciones Génesis S.A, la empresa se va a basar en la siguiente política que permite establecer y fijar precios con el fin de posicionarse en el mercado de forma social mas no económica ya que la finalidad de este proyecto es la de mejorar la calidad de vida de los pacientes que padecen dicha enfermedad.

4.7.1.3. Plaza / canal de distribución

El centro de importaciones se localizará en la Administración Norte de la Zona la Delicia en la Parroquia San Isidro del Inca, Av. 10 De agosto N58-56 y Murialdo, Diagonal al Supermaxi junto al Concesionario de Mercedes Benz. Esta ubicación es sumamente estratégica debido a que desde este lugar va a tomar todas las rutas para cualquier lugar de la Ciudad de Quito debido a la ubicación céntrica que ayudará a transportar de forma más eficiente, la distribución de los pedidos.

- **Canal de distribución**

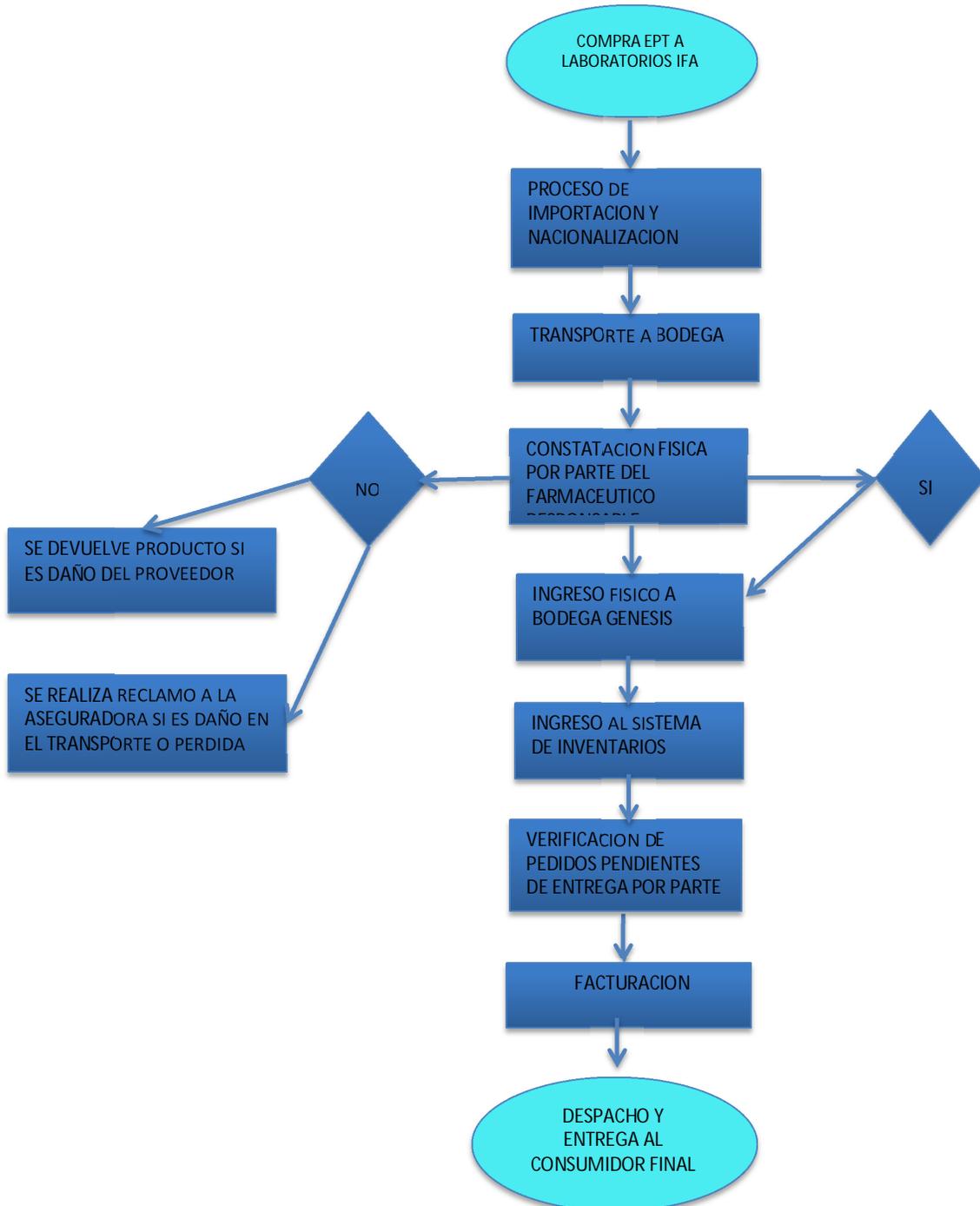
Como primera estrategia se plantea la distribución directa, tal como se presenta a continuación en el siguiente gráfico, ya que de esta forma se reducen los costos de comercialización a otros distribuidores, resultando ser más asequible al cliente.

Gráfico N° 17 Canal de distribución para el Centro de Importación



Elaborado por: Yolanda Vacacela

Gráfico N° 18 Diagrama de Flujo canal de distribución centro de importaciones



Elaborado por: Yolanda Vacacela

4.7.1.4. Promoción

El objetivo principal de esta estrategia es la comunicación cuya finalidad es la de difundir la imagen e identidad del centro de Importaciones entre el mayor número de personas, así como informar de la existencia del producto e incitar a la compra del mismo.

Para la publicidad del medicamento se va a efectuar una campaña de lanzamiento en la ciudad de Quito, a través de la utilización de afiches publicitarios, material colgante de la imagen del producto, trípticos de información; también una publicidad por medios radiales, redes sociales y página web que son un medio fuerte para llegar mercado.

Otra técnica de comunicación es mediante tarjetas de presentación. Estas tarjetas permitirán dar a conocer e identificar a los clientes para que puedan conocer el negocio un poco más. Con la posibilidad de que puedan contactarse con la empresa a través de punto de venta, vía teléfono o mediante la página web de la empresa y a través de Facebook o Twitter.

- **Mercadeo Directo y publicidad**

A continuación, una descripción de los medios por los que se va optar para dar a conocer el nuevo medicamento:

Radio: utilizando cuñas publicitarias persuasivas y directas acerca de los beneficios y demás características físicas y químicas del medicamento, que se escuchen en las principales radios de la ciudad de Quito, por los segmentos que padecen de artritis reumatoide.

Material P.O.P: mediante material publicitario en los lugares de venta, como en el punto de venta de la empresa y más adelante cuando ya se haya producido una aceptación del producto y logrado un posicionamiento se entregará a los distribuidores farmacéuticos, para que presenten el producto como un medicamento que ayuda a bloquear la enfermedad y a su vez refuercen el conocimiento de todos los pacientes de la ciudad de Quito.

Haciendo referencia al material P.O.P, están los carteles y colgantes, es necesario saber cómo colocarlos y en qué lugares, así tenemos:

Afiches y flyers

- Para el punto de venta se colocará en el área de la caja registradora a 1.70 y 2.00 mts de altura.
- Pared izquierda (visto de frente) junto a la puerta a 1.70 y 2.00 mts de altura.
- Pared derecha (vista de frente) junto a la puerta a 1.70 y 2.00 mts de altura.

Hojas Volantes y tarjetas de presentación

- Se entregará en el exterior de las instalaciones y sus alrededores

Gráfico N° 19 Hojas Volantes anverso

E.P.T. debe ser conservado en lugar frío sin congelar entre 4 y 8 C. Durante el tratamiento, el E.P.T. debe ser transportado cuidadosamente refrigerado.

Conclusiones y recomendaciones

Como hemos visto, la Artritis Reumatoide es una enfermedad crónica degenerativa en la cual hay que hacer un diagnóstico temprano y un tratamiento incidiendo en su origen, ya que los tratamientos clásicos mencionados lo único que hacen es aliviar temporalmente la sintomatología y retrasar su progresión, dejando graves efectos colaterales en el organismo, sin embargo, el tratamiento con el E.P.T. ofrece la posibilidad de una cura definitiva.

Distribuido por:

Centro de Importaciones GENESIS S.A.
 —una esperanza de vida—
 Av. Galo Plaza Lasso N58-96 y Leonardo Murialdo
 PBX: 02-2415779 Cel.: 0996343732
 E-mail: servicios@genesiss.com.ec
 WEB: www.genesiss.com

Centro de Importaciones Genesis S.A.
 Una esperanza de vida

Ecuador - 2016

Elaborado por: Yolanda Vacacela

Gráfico N° 20 Hoja Volante reverso

E.P.T.
 Solución Inyectable

Cada 1ml contiene:
 Extracto de Pseudomyrmex Triplarinus 2mg.
 Excipientes c.a.

Cada x 1 unid. de 16ml y ficha de control de aplicaciones

E.P.T. se constituirá en un producto estrella en el mercado Ecuatoriano para tratar cuadros de pacientes con **Artritis Reumatoide (AR)**. Fabricado por Laboratorios IPA en Bolivia, cuenta con el apoyo de un excelente equipo de profesionales y la formulación del producto óptima para tratar la artritis reumatoide siendo un **bloqueador inmunológico específico en la enfermedad**.

Normal **Rheumatoid Arthritis**

¿Qué es el E.P.T.?

E.P.T. EXTRACTO PSEUDOMYRMEX TRIPLARINUS, es un bloqueador inmunológico elaborado con el objetivo de tratar la Artritis Reumatoide (AR). El principio activo del E.P.T. es un complejo extractado de la toxina del insecto Pseudomyrmex Triplarinus, más conocida como "Hormiga de Palo Santo", según la fórmula de su inventor Dr. Gunter Holzmann patente en su nombre otorgada en 1981 en Estados Unidos (Patente U.S.A. Gunter Holzmann 4.247.540). Más de 25 años de investigaciones clínicas y de laboratorio han demostrado la eficiencia bloqueadora del E.P.T. sobre el complejo inmunológico, actuando directamente sobre los distintos eslabones de la cadena complementaria, inhibiendo el proceso inflamatorio en su origen.

Propiedades del E.P.T.

En lugar de aliviar los síntomas del mal mediante analgésicos, antiinflamatorios, corticoides y antiflogísticos, el E.P.T. ataca y elimina la causa de la enfermedad. No actúa sobre las glándulas suprarrenales y no contiene corticoides, evitando los inconvenientes que trae esta terapia, no tiene ninguna incidencia sobre el tracto gastrointestinal y no presenta efectos colaterales.

Objetivos del E.P.T.
 Los objetivos primordiales son:

1. Aliviar el dolor de forma permanente
2. Reducir la inflamación
3. Evitar el daño articular
4. Controlar los síntomas no articulares
5. Lograr que el paciente conserve la habilidad de realizar sus actividades diarias.
6. Mejorar la calidad de vida del paciente.

Ventajas del Tratamiento con el E.P.T.

- * **Inhíbe el proceso inflamatorio en su origen**, actuando directamente sobre la causa de la enfermedad.
- * **No contiene corticoides**, ni actúa sobre las glándulas suprarrenales, evitando los inconvenientes que encierra esta terapia.
- * **No tiene ninguna incidencia sobre el tracto gastrointestinal.**
- * **No tiene efectos colaterales**, salvo una ligera y pasajera irritación cutánea local en ciertos pacientes hipersensibles.
- * **El tratamiento se limita a un máximo de 18 inyecciones sub-cutáneas.**
- * **El 84% de los pacientes tratados con el E.P.T.** responden positivamente y éstos ya no requieren de ninguna medicación posterior.
- * En lugar de solamente aliviar los síntomas del mal mediante analgésicos y antiinflamatorios, **el tratamiento con E.P.T. ofrece la posibilidad de un alivio permanente.**

Modo de administración y dosificación
 El E.P.T. es un líquido inyectable de aplicación sub-cutánea. Antes de iniciar el tratamiento, realizar la prueba de sensibilidad de la siguiente manera:
Prueba de sensibilidad 0,05ml: Si aparece una reacción máculo-pápula roja pruriginosa, sensible e hipertérmica menor a 5cm de diámetro dentro de las 12 horas, se continúan las inyecciones sub-cutáneas:

Continuando con 1ml diario, hasta terminar el contenido de 16ml.
 El E.P.T. puede ser aplicado por el médico tratante o enfermeras.
 Conviene alternar los brazos en cada aplicación sub-cutánea.
 Se podrá extender el intervalo de las inyecciones cada 2 a 3 días o más sin alterar el efecto terapéutico. Para mejor control se recomienda utilizar la ficha de control de aplicaciones que viene en la caja. Simultáneamente al tratamiento, pueden administrarse analgésicos antiinflamatorios no esteroideos (AINES).

Advertencias y precauciones
 A pesar de haberse comprobado su inocuidad y atoxicidad, se recomienda supervisión médica directa, si se administra durante el embarazo y la lactancia.
El paciente no debe estar bajo corticoterapia por lo menos 3 meses antes de iniciar el tratamiento a fin de asegurar éxito.
 En el tercer al quinto día de aplicación, podrá sobrevenir una exacerbación de las molestias articulares, lo cual no impide continuar con el tratamiento, siendo más bien un indicio de una respuesta favorable.
 Si aparece una reacción máculo-pápula roja, pruriginosa, sensible e hipertérmica menor a 5cm de diámetro en el lugar de la inyección, se la considera habitual, ya que ésta desaparecerá en 2 a 3 días más, debiendo evitar el rascado y la exposición al sol. Venta bajo prescripción médica. Mantener alejado de los niños. No aplicar después de la fecha de vencimiento.

Primer día con 0,2ml
 Segundo día con 0,4ml
 Tercer día con 0,6ml
 Cuarto día con 0,8ml
 Quinto día con 1ml
 Sexto día con 1ml

Elaborado por: Yolanda Vacacela

Gráfico N° 21 Tarjetas de presentación



Elaborado por: Yolanda Vacacela

- **Venta directa: Página web de la empresa**

Se diseñará una página web para la empresa personalizada con el fin de que se pueda interactuar con el cliente a través de chat en línea, donde se entregará la información correspondiente al nuevo medicamento con la finalidad de incentivar su compra a través de la comunicación de los beneficios y ventajas que este aporta, así como también se enviará información relacionada al medicamento, el mismo que podrá ser verificado por los clientes.

- **Fuerza de Ventas**

Además, se contará con personal capacitado en atención al cliente para tomar todas las inquietudes y preguntas frecuentes que el cliente necesite conocer acerca del nuevo medicamento. Además, el personal se encargará de la logística para la distribución del medicamento, aunque preferentemente se realizará en el punto de venta que se encuentra en la dirección ya indicada en el apartado anterior.

- **Relaciones Públicas y Alianzas Estratégicas**

En lo referente a relaciones públicas se recomienda participar en congresos que se realice en la Sociedad Ecuatoriana de Ortopedia y Traumatología sobre problemas de articulaciones, osteoporosis y otros inconvenientes relacionados con los huesos. La participación constará en la colocación de un stand de información y promoción médica donde se realizará charlas y entregará información sobre el nuevo medicamento para bloquear la artritis reumatoide.

Igualmente se capacitará a los vendedores con el fin de entregar información oportuna acerca de la E.P.T nuevo medicamento para bloquear la artritis reumatoide con el fin de educar y persuadir al paciente sobre los beneficios y ventajas que le ofrece este fármaco.

Tabla N° 20 Matriz de estrategias

ESTRATEGIA	ACCIONES
Estrategia Producto:	<ul style="list-style-type: none"> • Descripción del producto • Propiedades del medicamento • Contenido del medicamento • Reacciones secundarias y adversas. • Dosis • Pruebas de sensibilidad • Vía de administración
Estrategia precio:	Competencia Política fijación de precios
Estrategia plaza:	Canal de distribución: Directa
Estrategia promoción:	Mercadeo directo Fuerza de ventas Relaciones publicas
Estrategia de posicionamiento:	Proporcionar un beneficio que los de a competencia no proporcionan al cliente, como bloquear la artritis reumatoide.

Elaborado por: Yolanda Vacacela

4.8. Plan de Medios de Comunicación

Tabla N° 21 Presupuesto plan de medios de comunicación centro de importaciones

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR
Radio	90 cuñas publicitarias al año	1.956,00
Afiches y flyers publicitarios	30	261,00
Hojas volantes	300	87,00
Página Web	1	196,00
TOTAL		2.500,00

Elaborado por: Yolanda Vacacela

Como se observa en la tabla anterior el presupuesto del plan de medios que se propone iniciar para promocionar el E.P.T como medicamento para bloquear la artritis reumatoide, espera posicionarse en el mercado con la finalidad de entregar a estas personas una alternativa efectiva para tratar la enfermedad.

4.8.1. Cronograma de implementación de estrategias

Tabla N° 22

ACTIVIDADES	EN E	FE B	MA R	AB R	MA Y	JU N	JU L	AGOS T	SEP T	OC T	NO V	DI C	RESPONSABL E
ESTRATEGIA PRODUCTO													Vendedores capacitados
*Descripción del producto													
*Propiedades del medicamento													
*Contenido del medicamento													
*Reacciones secundarias y adversas													
*Dosis													
*Pruebas de sensibilidad													
*Vía de administración													
*Estrategia de posicionamiento													
ESTRATEGIA PRECIO													Gerente y Jefe de Ventas
*Competencia y política de precios													
ESTRATEGIA PLAZA													Auxiliar contable-recepcionista y Jefe de ventas
Venta directa													
ESTRATEGIA PROMOCIÓN													Vendedores y Jefe de Ventas
*Mercadeo Directo (publicidad, Material POP)													
*Fuerza de Ventas													Vendedores
*Relaciones públicas													

Elaborado por: Yolanda Vacacela

CAPÍTULO V

ESTUDIO TÉCNICO

5.1. Introducción

Este estudio comprende la interpretación de la parte técnica del proyecto, ya que es importante plantear estrategias en el proceso de producción para optimizar los recursos disponibles para brindar productos de excelente calidad. Los principales aspectos que involucran el estudio técnico del proyecto, está la factibilidad logística, determinando las rutas apropiadas para acceder a la empresa, determinar el lugar idóneo para la instalación de la empresa y la ingeniería del proyecto, además de los requerimientos de la mano de obra, los bienes, los materiales y los equipos que se utilizará para la puesta en marcha del proyecto, para luego dar paso al estudio financiero.

5.2 Objetivos

- Establecer los factores y elementos que determinarán el tamaño del proyecto.
- Definir estratégicamente la ubicación optima del proyecto para el desarrollo de sus operaciones
- Determinar el tamaño ideal del proyecto.
- Establecer los equipos idóneos para el óptimo funcionamiento del centro de importaciones de medicinas.
- Especificar los requerimientos de materiales e insumos necesarios para la puesta en marcha de proyecto.

5.3. Localización

Para iniciar la empresa es importante mencionar que el nuevo centro de importaciones de medicinas para enfermedades catastróficas como la artritis reumatoide no requiere de

espacio físico de mayor magnitud para la operación administrativa, operativa y logística del proyecto.

La localización de la empresa estará basada en ciertos factores técnicos, dentro de estos se analizará la cercanía del mercado consumidor, la disponibilidad y precio relativo de los insumos, costos de transporte, facilidad de acceso para el cliente, disponibilidad y costo de mano de obra e infraestructura y adecuación, estos permitirán definir la ubicación exacta del nuevo centro de importaciones de medicinas. La localización se divide en dos elementos: Macrolocalización y Microlocalización

5.3.1. Macrolocalización

En esta etapa, se selecciona el área general donde se ubicará el proyecto. Para el presente estudio el centro de importaciones estará ubicado de la siguiente manera:

- País: Ecuador
- Región: Sierra
- Provincia: Pichincha
- Cantón: Quito

Gráfico N° 22 Macrolocalización Provincia de Pichincha



Fuente: Adilpa
Elaborado por: Adilpa

5.3.2. Microlocalización

Se refiere a la localización urbana, es decir el sitio donde va a implantar el centro de importaciones, para la implementación óptima del proyecto se procede a aplicar el método cualitativo por puntos. Por lo cual se ha planteado 3 alternativas de lugares y los factores determinantes para su selección.

Alternativa A: San Rafael (Valle de los Chillos)

Alternativa B: Av. Galo Plaza Lasso N58-56 y Murialdo, Diagonal al Supermaxi Plaza Norte.

Alternativa C: Av. Mariscal Sucre y Av. Juan de Selis

Tabla N° 23 Matriz locacional

FACTORES	PESO ASIGNADO	Sector San Rafael (Alternativa A)		Av. Galo Plaza Lasso N58-56 y Murialdo (Alternativa B)		Av. Mariscal Sucre y Av. Juan de Selis	
		CALIF.	POND.	CALIF.	POND.	CALIF.	POND.
Disponibilidad de materia prima	25%	7	1,75	9	2,25	7	1,75
Facilidad de acceso para el cliente	10%	5	0,50	6	0,60	7	0,70
Infraestructura y adecuación	10%	6	0,60	7	0,70	6	0,60
Disponibilidad servicios básicos	10%	8	0,80	9	0,90	9	0,90
Disponibilidad y costo de mano de obra	10%	9	0,90	9	0,90	9	0,90
Cercanía al mercado objetivo	25%	8	2,00	9	2,25	9	2,25
Marco Legal	10%	9	0,90	9	0,90	9	0,90
TOTAL	100%		7,45		8,5		8,00

Elaborado por: Yolanda Vacacela

Como se observa la tabla anterior se tomó en cuenta la ciudad de Quito, considerando los lugares estratégicos donde existe mayor facilidad de acceso, cercanía mercado objetivo, disponibilidad de mano de obra y servicios básicos, así como la adecuación e infraestructura del nuevo centro de importaciones de medicinas para enfermedades catastróficas.

Por lo tanto, de la tabla anterior se reafirma la ubicación definida por el estudio de mercado, ya que, de acuerdo a los lugares planteados, en la Av. Galo Plaza Lasso y

Por lo tanto, este proyecto se va a orientar solamente al 7,38% de la población objetivo, considerando que el medicamento que se va a comercializar en la ciudad de Quito va hacer importando directamente de IFA laboratorios de Bolivia. Y durante los tres primeros años de proyección del proyecto se considera abordar el 7% de la población objetivo debido a que se trata de un nuevo medicamento que debe primero introducirse en el mercado, así como consecuentemente su aceptación por la población, hasta alcanzar el consentimiento y fidelidad de los pacientes con artritis reumatoide.

Entonces, el tamaño del proyecto corresponde a las personas que de acuerdo a los resultados de la encuesta están dispuestas a adquirir el nuevo medicamento hecho a base del veneno de una hormiga para bloquear la artritis reumatoide (AR) y que además esta cumple con todas las garantías de fabricación y distribución aprobados por la FDA (Food and Drug Administration).

Tabla N° 24 Participación Mercado

AÑOS	DEMANDA POTENCIAL	DEMANDA OBJETIVO 90%	PORCENTAJE PARTICIPACIÓN MERCADO	PARTICIPACIÓN MERCADO (DOSIS)
0	28000	25200	0,0738	1860
1	28280	25452	0,0730	1860
2	28848	25964	0,0716	1860

Elaborado por: Yolanda Vacacela

5.5. Ingeniería del proyecto

El objetivo general del estudio de ingeniería del proyecto es resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento del nuevo centro de importaciones. Desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria, se determina la distribución óptima, hasta definir la estructura de organizacional y jurídica que tendrá el proyecto. Además, en apartado se va a detallar los requerimientos de equipos, materiales e insumos necesarios para el desenvolvimiento del proyecto.

Antes de iniciar con la descripción de los procesos y adquisición de equipo y maquinaria necesarios para la puesta en marcha del proyecto es necesario definir la cadena de valor para la empresa que es uno de los instrumentos predominantes para el análisis interno de la misma. Ya que este permite desarticular las actividades que realiza la empresa para comercializar un producto o servicio, es decir divide la actividad general en actividades de producción de valor. A continuación, se procede a identificar las actividades referentes al proyecto a implementar.

Gráfico N° 24 Cadena de Valor

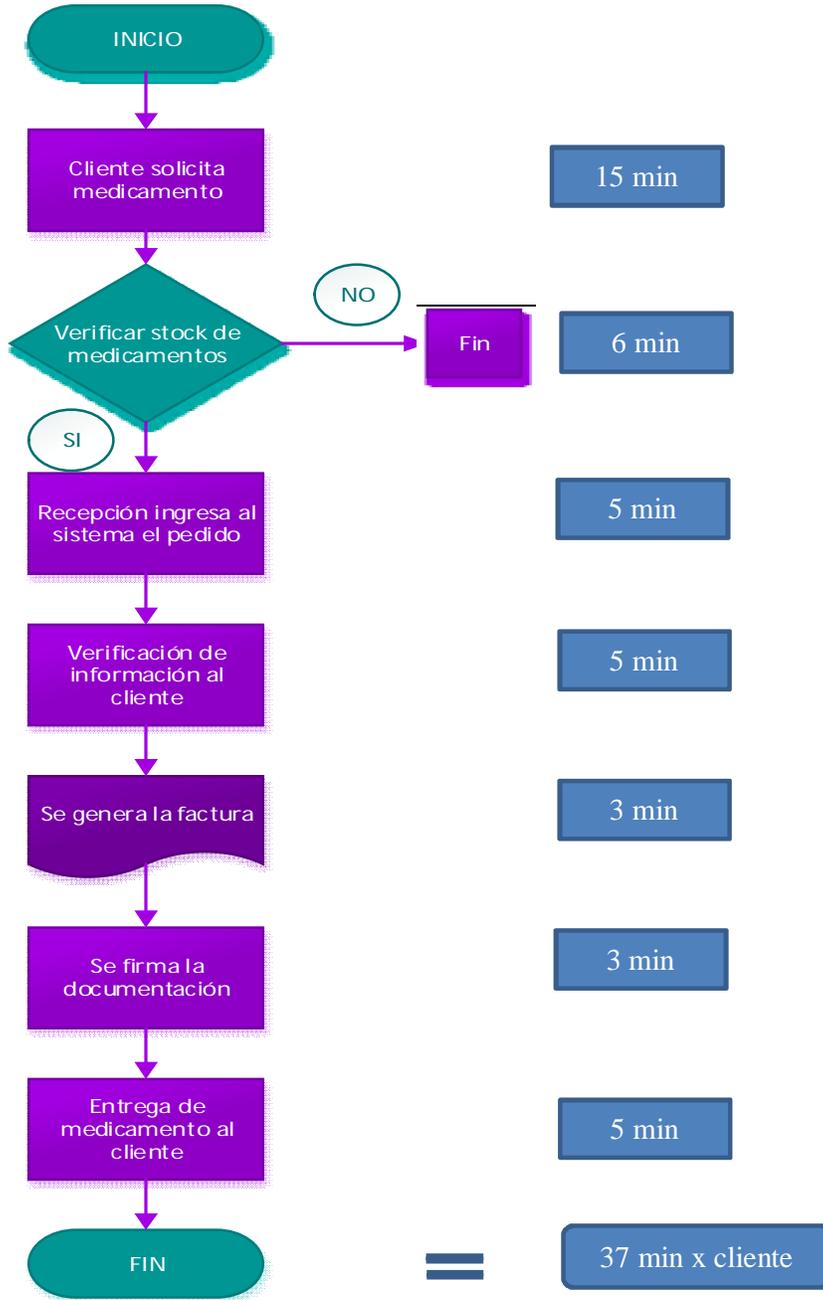


Elaborado por: Yolanda Vacacela

El objetivo de definir la cadena de valor para el centro de importaciones es el de maximizar el valor mientras se minimizan los costos, con el fin de crear percepción al cliente a través del mejoramiento de la calidad del servicio tanto en la entrega como en la calidad del producto (medicamento), los mismos que están correlacionados con la atención y servicio que se brinde al cliente, tal como se observa en la gráfica anterior.

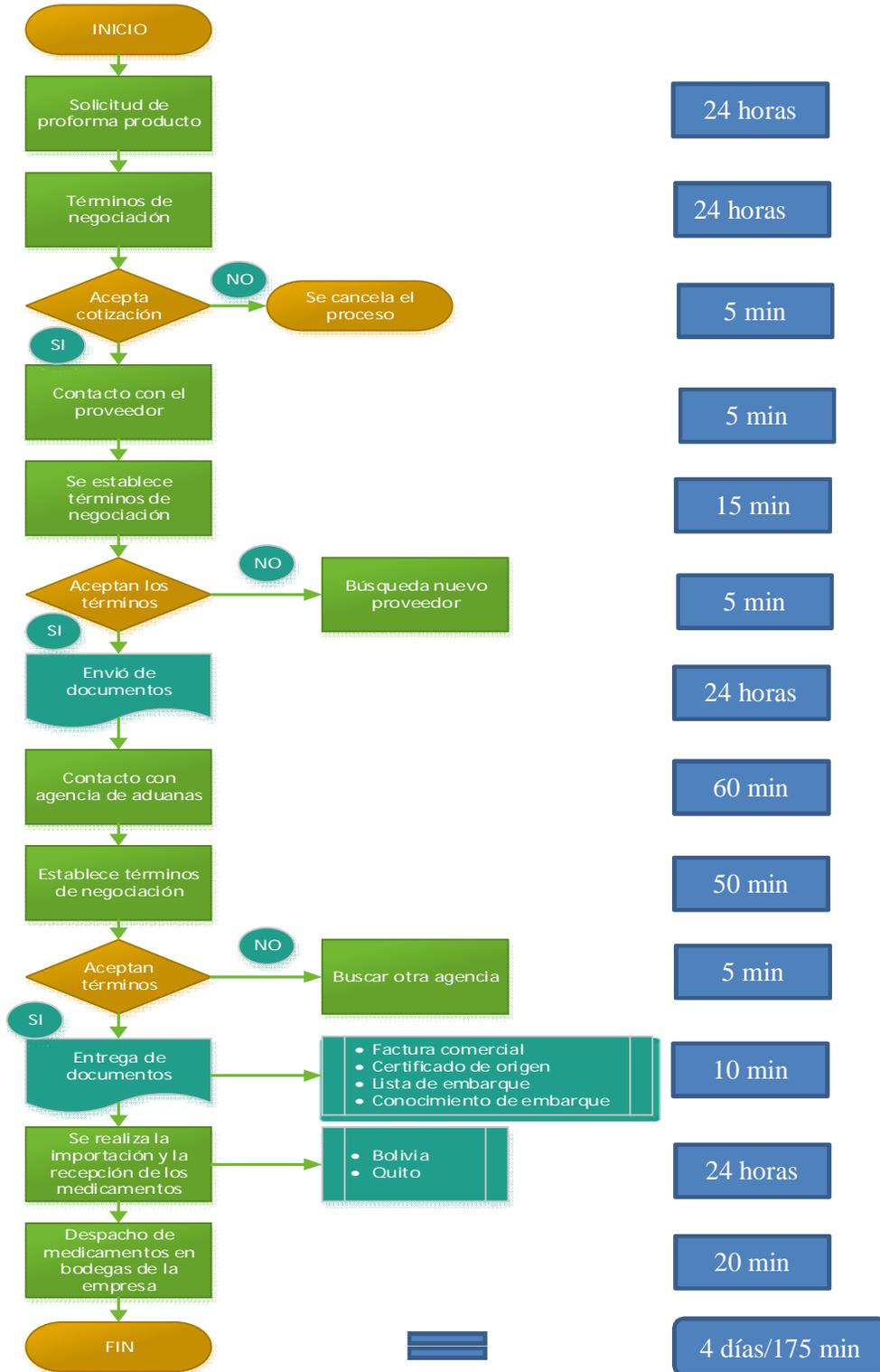
5.5.1. Flujograma de los Procesos

Gráfico N° 25 Flujograma del proceso de comercialización medicamento punto de venta



Elaborado por: Yolanda Vacacela

Tabla N° 25 Flujograma proceso de importación



Elaborado por: Yolanda Vacacela

5.5.2. Requerimientos de equipos, maquinaria e instalaciones

El centro de importaciones demanda de la adquisición de activos fijos que servirá para el funcionamiento de la empresa tales como muebles y enseres, equipos de oficina, equipos de computación, para el cumplimiento de los objetivos empresariales. A continuación, se detalla los requerimientos:

- **Activos fijos**

Tabla N° 26 Maquinaria y equipos industriales

CANT.	DESCRIPCIÓN
6	Equipos de refrigeración

Elaborado por: Yolanda Vacacela

Tabla N° 27 Vehículos

CANT.	DESCRIPCIÓN
1	Vehículo Cinascar Citivan
1	Cabina de refrigeración para vehículo

Elaborado por: Yolanda Vacacela

Tabla N° 28 Muebles de oficina

CANT.	DESCRIPCIÓN
	GERENCIA
1	Escritorio modular 1,60 * 1,50 en L
1	Silla gerente
2	Sillas visitas
1	Biblioteca de 1,8 x1,8 con 5 repisas y 3 separaciones de 40 cm de fondo
1	Credenza aérea
1	Archivador de dos cajones
	JEFE DE VENTAS
1	Escritorio modular
1	Silla jefe
2	Sillas visitas
1	Credenza aérea

1	Archivador de dos cajones
1	Archivador para carpetas bene de 5 repisas
AUXILIAR CONTABLE-RECEPCIONISTA	
1	Counter de recepción
1	Silla para recepción
1	Credenza aérea
1	Archivador de dos cajones
1	Archivador para carpetas bene de 5 repisas
BODEGUERO	
7	Perchas para medicinas (1.50 * 2.00)
1	Escritorio modular
1	Silla para escritorio
2	Sillas visitas
VENDEDORES	
3	Escritorios pequeños seguidos para counter de ventas
3	Sillas para los escritorios
6	Sillas para visitas
3	Credenzas aéreas
CONTADOR (EXTERNO)	
1	Escritorio pequeño
1	Silla escritorio
1	Credenzas aéreas
1	Archivador de 4 cajones de 45 x 125 cm de alto
RECEPCIÓN GENERAL	
1	Sofá para recepción
1	Mesa para recepción
1	Mesa para reuniones con 8 sillas
JEFE DE MARKETING	
1	Escritorio pequeño
1	Silla escritorio
1	Credenzas aéreas
1	Archivador de 4 cajones de 45 x 125 cm de alto

Elaborado por: Yolanda Vacacela

Tabla N° 29 Equipo de Oficina

CANT.	DESCRIPCIÓN
	GERENCIA- (Funge como Jefe Administrativo)
1	Teléfono para extensión
	JEFE DE VENTAS
1	Teléfono para extensión
	RECEPCIÓN
1	Central telefónica
1	Copiadora / impresora RIHCO a color y b/n
	BODEGUERO
1	Teléfono para extensión
	VENDEDORES
3	Teléfonos para extensiones
	CONTADOR
1	Teléfono para extensión
	JEFE DE MARKETING
1	Teléfono para extensión
	RECEPCIÓN GENERAL
1	Infocus

Elaborado por: Yolanda Vacacela

Tabla N° 30 Equipo de Computación

CANT.	DESCRIPCIÓN
	GERENCIA- (Funge como Jefe Administrativo)
1	PC
1	Impresora matricial (para reportes estadísticos etc.)
	JEFE DE VENTAS
1	Laptop
	RECEPCIÓN
1	PC
1	Impresora matricial (para reportes estadísticos etc.)
	BODEGUERO
1	PC
1	Impresora matricial (para reportes estadísticos etc.)
	VENDEDORES
3	Laptops
	CONTADOR
1	PC
	JEFE DE MARKETING
1	Laptop
	RECEPCIÓN GENERAL
1	Proyector

Elaborado por: Yolanda Vacacela

- **Talento Humano**

De acuerdo al giro de la empresa, el tamaño y capacidad del proyecto se requiere el siguiente personal:

Tabla N° 31 Personal para el centro de importaciones

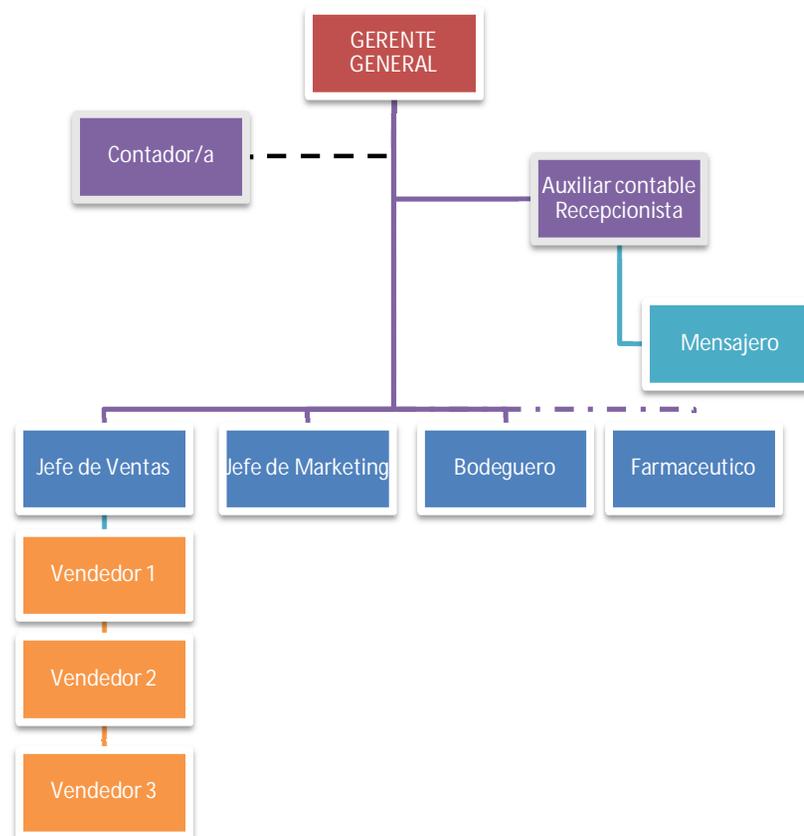
CANT.	DESCRIPCIÓN
1	Gerente General
1	Contador (externo)
1	Auxiliar Contable - Recepcionista
1	Jefe de Marketing
1	Jefe de Ventas
3	Vendedores
1	Bodeguero
1	Mensajero
1	Farmacéutico Responsable
11	TOTAL

Elaborado por: Yolanda Vacacela

5.6. Organización de la empresa

De acuerdo a la naturaleza y giro de la empresa se requiere del siguiente personal el cual está organizado de la siguiente manera, para la puesta en marcha del centro de importaciones de medicamentos para enfermedades catastróficas como la artritis reumatoide.

Tabla N° 32 Organigrama



Elaborado por: Yolanda Vacacela

5.6.1. Manual de funciones

Tabla N° 33 Gerente General

NOMBRE DEL CARGO: GERENTE GENERAL
Descripción general: Sus funciones son planificar, organizar, dirigir, controlar, coordinar, analizar, calcular y deducir el trabajo de la empresa, además de contratar al personal adecuado.
Descripción del puesto:
Representar legalmente a la empresa.
Controlar el cumplimiento de las reglas, objetivos y valores de la empresa.
Dirigir la empresa, tomar decisiones, realizar supervisiones y ser un líder dentro de ésta.
Decidir respecto a la contratación, selección, capacitación y ubicación del personal adecuado para cada puesto de trabajo.
Analizar los problemas de la empresa en el aspecto financiero, administrativo-contable, de personal, entre otros.
Garantizar el adecuado manejo de los recursos de la empresa.
Asegurar márgenes aceptables de rentabilidad mediante la operación eficiente y eficaz.
Realizar el proceso completo de importación del producto; desde la orden de compra hasta la entrega final en la bodega. Incluye realizar el análisis de partidas arancelarias, permisos de importación, transferencias al exterior para el pago al proveedor, etc.
Negociar un acuerdo de Distribución Exclusiva del medicamento con Laboratorio IFA de por lo menos 5 años.
Planear y definir estrategias para lograr cumplir con los objetivos de la empresa.
Planificar conjuntamente con el jefe de ventas y marketing las proyecciones de ventas del medicamento.
Especificaciones del puesto
a) Requisitos intelectuales
Educación: Profesional en Negocios Internacionales.
Experiencia: Mayor a 4 años en puestos de trabajo similares.
b) Requisitos físicos
Debe tener atención auditiva y visual, en general estar sentado y caminar dentro de la empresa para comprender el trabajo de la jornada diaria.
c) Responsabilidades implícitas
Con clientes.
Con entidades financieras.
Con el Estado.
Con el personal vinculado a la empresa.
Con el agente de aduanas.
d) Destrezas
Liderazgo y trabajo en equipo.
Pensamiento estratégico.
Poder de negociación.
Visionario.
Estratega.

Elaborado por: Yolanda Vacacela

Tabla N° 34 Contador (Contratación externa)

NOMBRE DEL CARGO: CONTADOR
Descripción general: Analizar la información contenida en los documentos contables generados en el proceso contable, verificando su exactitud; a fin de garantizar estados financieros confiables y válidos para análisis posteriores, así como las correspondientes declaraciones al SRI.
Descripción del puesto:
Recibe y clasifica todos los documentos, debidamente enumerados y que le sean asignados.
Examina y analiza la información que contienen los documentos que llegan a sus manos.
Elaboración y presentación de los estados de cuenta en forma de reporte.
Corregir y verificar los registros contables.
Realizar declaraciones de impuestos en el SRI, llevar todo lo concerniente al IESS del personal.
Especificaciones del puesto.
a) Requisitos intelectuales.
Educación: Profesional Contador Público.
Experiencia: Mayor a 2 años en puesto de trabajo como contador en empresas farmacéuticas.
b) Requisitos físicos.
Tener atención auditiva y visual, por lo general estar sentado y desempeñar las actividades que comprender el trabajo de su jornada.
c) Responsabilidades implícitas
Con gerente general
Con la auxiliar contable y jefe de ventas
d) Destrezas
Preparación de informes contables
Analizar información contable
Firma de balances
Declaración al SRI
Dominar página del IESS

Elaborado por: Yolanda Vacacela

Tabla N° 35 Auxiliar contable - recepcionista

NOMBRE DEL CARGO: AUXILIAR CONTABLE - RECEPCIONISTA
Descripción general: Colabora con el gerente general y contador el manejo de la documentación, el registro de las transacciones diarias en el sistema contable de la empresa. Además, recepta llamadas de los clientes, recibe los pedidos, entrega información sobre el medicamento, así como también se encarga del control del inventario de oficina y material de trabajo. Realiza la recaudación de la cartera.
Descripción del puesto:
Recibir a los clientes y receptar los pedidos.
Proporcionar la información pertinente sobre el medicamento EPT.
Recibe llamadas y concretas citas para entrega de los pedidos.
Revisión de la página web de la empresa, así como resolver las inquietudes y preguntas de los clientes interesados en el producto.
Manejo y archivo adecuado de la documentación.
Registro de las transacciones diarias en el sistema contable de la empresa.
Contabilizar las nóminas de pago del personal de la empresa.
Elaborar comprobantes de los movimientos contables.
Agendar y organizar reuniones de la empresa.
Realizar informes.
Redacta actas, certificados, contratos y demás documentación pertinente a la empresa.
Verifica y controla el inventario de oficina y material de trabajo de la empresa.
Llevar el control bancario de los ingresos y egresos de la empresa que se lleva a diario.
Elaborar las facturas y comprobantes de las ventas.
Especificaciones del puesto
a) Requisitos intelectuales
Educación: Media (estudios en área contable).
Experiencia: Mayor a 2 años en puesto de trabajo como auxiliar contable
b) Requisitos físicos
Debe tener atención auditiva y visual, física para caminar dentro de la empresa para comprender el trabajo de la jornada diaria.
c) Responsabilidades implícitas
Con clientes.
Con personal vinculado a la empresa.
Con el gerente general y contador.
d) Destrezas
Preparación de informes.
Analizar información contable.
Poder de negociación clientes.
Destreza analítica.
Proactiva.

Elaborado por: Yolanda Vacacela

Tabla N° 36 Jefe de ventas

NOMBRE DEL CARGO: JEFE DE VENTAS
Descripción general: Capacidad para lograr un direccionamiento estratégico y efectivo de la gestión de ventas y velar por el cumplimiento de las metas puestas a su equipo de trabajo, por medio del liderazgo efectivo de los vendedores que le sean asignados.
Descripción del puesto:
Gestión proceso de comercialización del medicamento.
Supervisión de tareas operativas.
Planificación de la actividad a corto, mediano y largo plazo.
Optimización de rutas.
Reporte diario y despacho semanal con su equipo de trabajo.
Seguimiento y análisis de la evolución de las ventas con el fin de optimizar las previsiones y cuadrar los objetivos.
Encaminar y promover la fuerza de ventas: selección, animación al equipo, formación, coaching, seguimientos de las citas comerciales.
Especificaciones del puesto
a) Requisitos intelectuales
Educación: Profesional (Preferiblemente área marketing y ventas)
Experiencia: Mayor a 2 años en comercialización y distribución de medicamentos
b) Requisitos físicos
Debe tener atención auditiva y visual. Debe tener buen estado físico para jornadas largas de caminata en las instalaciones de la empresa.
c) Responsabilidades implícitas
Con el Gerente General.
Con su equipo de trabajo.
d) Destrezas
Habilidades para la solución de problemas.
Facilidad para la comunicación escrita y verbal.
Capacidad para el trabajo en equipo.
Capacidad de liderazgo y organización.

Elaborado por: Yolanda Vacacela

Tabla N° 37 Vendedor

NOMBRE DEL CARGO: VENDEDOR
Descripción general: Atender cordialmente a los clientes, facilitando toda la información referente al producto propiedades, contenido del medicamento, farmacodinamia, contraindicaciones, precauciones, efectos sinérgicos, vía de administración, etc. Así como las ventas del producto a los clientes que padecen de artritis reumatoide.
Descripción del puesto:
Explicar y detallar al cliente el medicamento para bloquear la artritis reumatoide.
Tomar los pedidos de los clientes y despachar los mismos.
Coordinar la presencia del stock suficiente de productos con el jefe de ventas.
Entregar la factura a todos los clientes.
Impulsar el producto a los clientes que visiten el punto de venta.
Gestionar la logística para la entrega del producto.
Verificar que el producto llegue directamente al cliente.
Realizar el registro de las ventas en el sistema.
Especificaciones del puesto
a) Requisitos intelectuales
Educación: Media (estudios universitarios)
Experiencia: Mínimo 1 año en cargos similares
b) Requisitos físicos
Conocimiento de comercialización, distribución y venta del medicamento.
c) Responsabilidades implícitas
Con el jefe de ventas, auxiliar contable y gerente general.
d) Destrezas
Servicio al Cliente.
Emprendedor.
Relaciones interpersonales.
Poder de convencimiento.
Marketing.

Elaborado por: Yolanda Vacacela

Tabla N° 38 Jefe de marketing

NOMBRE DEL CARGO: JEFE DE MARKETING
Descripción general: Gestionar el mercado de GÉNESIS, buscando nuevas oportunidades de negocio. También buscar la satisfacción de los clientes a través del desarrollo de estrategias de comunicación tendientes a informar sobre los servicios y ventajas. Crear normas de desempeño para asegurar los niveles de calidad del producto y servicio. Realizar investigaciones para evaluar el grado de satisfacción de los clientes. Así como implementar programas de responsabilidad social.
Descripción del puesto:
Cumplir con las políticas, objetivos y programas de marketing y de ventas de la empresa, optimizando los ingresos y minimizando los costos.
Planear, organizar, dirigir y controlar los ingresos por venta.
Planificar, dirigir y organizar los esfuerzos del área para la consecución de nuevos contratos que garanticen la estabilidad económica de GÉNESIS, en el mediano y largo plazo
Analizar permanentemente las condiciones del mercado, incidiendo en los costos de comercialización y logística para la distribución del medicamento.
Mantener una estructura tarifaria dinámica y flexible que responda a los cambios que puedan suscitarse financiera o comercialmente.
Elaborar y dar seguimiento a los planes de comercialización que proporcionara la empresa.
Evaluar la posibilidad de incorporar nuevos productos y/o servicios proyectando el impacto dentro del mercado.
Definir Estrategias de Comercialización.
Especificaciones del puesto
a) Requisitos intelectuales
Educación: Profesional (Preferiblemente área marketing y ventas).
Experiencia: Mayor a 2 años en comercialización y distribución de medicamentos.
b) Requisitos físicos
Debe tener atención auditiva y visual. Debe tener buen estado físico para jornadas largas.
c) Responsabilidades implícitas
Con el Gerente General.
Con su equipo de trabajo.
d) Destrezas
Habilidades interpersonales y de comunicación.
Capacidad para redactar.
Conocimientos de Microsoft Office.
Ser sociable y optimista.
Ser creativo.
Capacidad manejar cifras.

Elaborado por: Yolanda Vacacela

Tabla N° 39 Mensajero

NOMBRE DEL CARGO: MENSAJERO
Descripción general: Desarrollar todas las actividades de mensajería y gestión de trámites que le sean solicitadas por parte de la gerencia de la empresa, así como la de ser responsable de la recaudación de dinero.
Descripción del puesto:
Llevar documentos a proveedores, clientes y lugares indicados.
Realizar trámites Bancarios y pagos de impuestos.
Realizar depósitos en los diferentes bancos.
Atender cualquier solicitud del área administrativa y demás de la empresa.
Apoyar a la empresa realizando diversas actividades administrativas, operativas, etc.
Conducir el vehículo para transportar la medicina.
Velar e inspeccionar todo lo concerniente al cuidado y mantenimiento del vehículo.
Realizar las recaudaciones de dinero.
Especificaciones del puesto
a) Requisitos intelectuales
Educación: Bachiller
Experiencia: Mayor a 2 años en área de mensajería, chofer y distribución de medicamentos.
b) Requisitos físicos
Debe tener atención auditiva y visual. Debe tener buen estado físico para jornadas largas de trabajo de la empresa.
c) Responsabilidades implícitas
Con el Gerente General
Con los demás del equipo de trabajo
d) Destrezas
Conocimientos de los riesgos envueltos en su trabajo y de las medidas de seguridad requeridas.
Conocimiento de las diferentes rutas que comprende el área metropolitana.
Disciplina.
Responsabilidad.
Buenas relaciones interpersonales.
Honestidad.
Proactividad.
Autocontrol.

Elaborado por: Yolanda Vacacela

Tabla N° 40 Bodeguero

NOMBRE DEL CARGO: BODEGUERO
Descripción general: Encargado de llevar el control y los registros de ingreso y salida de la mercadería.
Descripción del puesto:
Ingreso y egreso de la mercadería (medicamentos).
Inspeccionar el estado de los ingresos de mercadería y reportar cualquier anomalía.
Realizar el ingreso y codificación del inventario.
Elaborar las respectivas guías de remisión y despachar de bodega los productos especificados.
Almacenar y custodiar la mercadería.
Llevar el registro del inventario.
Elaborar informes para el área de contabilidad.
Mantener el buen estado del producto hasta su respectivo despacho.
Especificaciones del puesto
a) Requisitos intelectuales
Educación: Bachiller
Experiencia: Mayor a 2 años en cargos similares
b) Requisitos físicos
Debe tener atención auditiva y visual. Debe tener buen estado físico para jornadas largas de caminata en las instalaciones de la empresa.
c) Responsabilidades implícitas
Con el Gerente General
Con su equipo de trabajo
d) Destrezas
Conocimiento de paquete de Microsoft office
Conocimiento de tratamiento y almacenamiento de medicamentos
Conocimiento de control de inventario
Conocimiento de servicio al cliente

Elaborado por: Yolanda Vacacela

Tabla N° 41 Farmacéutico

NOMBRE DEL CARGO: FARMACÉUTICO
Descripción general: Lograr la satisfacción del usuario, mediante procedimientos que garanticen la dispensación eficiente y oportuna del medicamento a comercializar para la artritis reumatoide E.P.T.
Descripción del puesto:
Supervisar, controla y mantener la información de stock de los medicamentos a comercializar.
Revisión de las fechas de caducidad.
Velar por el buen la buena conservación y manipulación adecuada de los medicamentos.
Controles sanitarios del lugar de almacenamiento.
Emitir informe mensual al ARCASA avalando el correcto funcionamiento del establecimiento.
Emitir certificación indicando no se están distribuyendo sustancias psicotrópicas controladas.
Informar periódicamente las ocurrencias, deficiencias o irregularidades suscitadas en el área.
Debe cumplir 20 horas de trabajo.
Especificaciones del puesto
a) Requisitos intelectuales
Educación: Farmacéutico profesional registrado en el Ministerio de Salud Publica
Experiencia: Mayor a 3 años en cargos similares
b) Requisitos físicos
Debe tener atención auditiva y visual. Debe tener buen estado físico para control y revisión de los productos del área de almacenamiento.
c) Responsabilidades implícitas
Con el Gerente General
Con su equipo de trabajo
d) Destrezas
Conocimiento de paquete de Microsoft office
Conocimiento de tratamiento y almacenamiento de medicamentos
Conocimiento de control de inventario
Conocimiento de manejo de medicamentos
Capacitación y especialización en gestión farmacéutica
Tener buena relación interpersonal
Concretar resultados en el tiempo oportuno.

Elaborado por: Yolanda Vacacela

Elaborado por: Yolanda Vacacela

Tabla N° 42 Esquema General Inicial del centro de importaciones Génesis S.A.

CANT.	DESCRIPCION
4	OFICINAS
1	BODEGA
1	RECEPCION
1	AREA DE VENTAS

Elaborado por: Yolanda Vacacela

De acuerdo a los hallazgos encontrados en el presente estudio se ha determinado que la ubicación geográfica del centro de importaciones es óptima, debido a su fácil acceso y disponibilidad de materia prima, mercado objetivo y de talento humano, factores necesarios para la puesta en marcha del negocio. A continuación, haciendo referencia a la distribución del proyecto todos los equipos, maquinaria, muebles y equipos de oficina y computación se ubicarán en lugares estratégicos con el fin de optimizar espacios y tiempo entre el personal de la nueva empresa. Hablando de este estudio se determina que es factible y viable ponerlo en marcha.

5.8. Estudio organizacional y legal

5.8.1. Base legal

Como se sabe en la actualidad la legislación societaria del Ecuador pone a disposición varias alternativas bajo las cuales una o varias personas pueden agruparse con el fin de emprender actividades empresariales o productivas.

Por lo tanto, la figura jurídica que se plantea instaurar es la de personería jurídica, la misma que se decide conformarse como Sociedad Anónima y de acuerdo a sus características el capital total está dividido en acciones, el mismo que puede ser negociado públicamente. Además, requiere de un mínimo de dos accionistas para dividir el capital

accionario, tomando en cuenta que la responsabilidad de los accionistas se restringe exclusivamente a la propiedad de sus acciones.

Para la constitución de la empresa se debe cumplir con los siguientes requisitos:

- Determinar el nombre de la empresa, la razón social de la empresa es Génesis.
- Objeto social: el objeto social será la importación de medicamentos para enfermedades catastróficas como la artritis reumatoide.
- Número mínimo de socios: la empresa se constituirá con dos socios que son:
 - Yolanda Verioshka Vacacela Saltos (Socio 1)
 - Freddy Raul Vacacela Saltos (Socio 2)
- Capital mínimo: Para la constitución el capital mínimo es de \$800,00 dólares y se repartirá de la siguiente manera
 - Yolanda Verioshka Vacacela Saltos 50%
 - Freddy Raúl Vacacela Saltos 50%
- Determinar el domicilio de la sociedad y de las sucursales que se establezcan (en el caso de existir): la empresa GÉNESIS se ubicará en la ciudad de Quito, provincia de Pichincha, Av. Galo Plaza Lasso y Leonardo Murialdo, la misma no contará con sucursales, sin descarta en años posteriores su apertura de sucursales.

Los trámites que se deben realizar para la constitución de la empresa son los siguientes:

1. Aprobación del nombre (razón social de la empresa) en la Superintendencia de Compañías
2. Elaboración y aprobación de la minuta
3. Apertura de la cuenta de integración de capital adjuntando original y copia de minuta, copia de cédulas de los socios, aprobación del nombre, cuadro de integración de capital, todos estos requisitos con copias notariadas.
4. La minuta se eleva a escritura pública ante un Notario.

5. Entrega de copias certificadas de la escritura, aprobación de nombre y publicación con una carta dirigida al Superintendente de Compañías.
6. Emisión de resolución de aprobación de la escritura por parte de la Superintendencia de Compañías.
7. Presentación de documentación al Registro Mercantil para que conceda el número de partida o registro el cual debe ir en los nombramientos del representante legal y presidente. Requisitos:
 - Escritura de constitución de la empresa (mínimo tres copias).
 - Pago de la patente municipal.
 - Publicación en la prensa del extracto de la escritura de constitución.
 - Cancelar el valor de \$61.82 dólares americanos.
8. Presentación de la documentación a la Superintendencia de Compañías con formulario 01A, 01B para la obtención del RUC en el SRI.

Requisitos para obtener el RUC

- Formulario 01A y 01B
- Escrituras de constitución Nombramiento del Representante legal o agente de retención
- Presentar el original y entregar una copia de la cédula del Representante Legal o Agente de Retención
- Presentar el original del certificado de votación del último proceso electoral del Representante Legal o Agente de Retención
- Entregar una copia de un documento que certifique la dirección del domicilio fiscal a nombre del sujeto pasivo

Permiso de funcionamiento Ministerio de Salud Publica

- a) Solicitud para permiso de funcionamiento

- b) Copia del RUC del establecimiento
- c) Plano del local a escala 1.50
- d) Croquis con referencias de ubicación del establecimiento
- e) Copia de la escritura de Constitución en caso de tener personería jurídica
- f) Copias de la Cédula de ciudadanía o pasaporte del propietario o representante legal
- g) Copia de la Papeleta de votación del propietario o representante legal
- h) Copia certificada o notariada del nombramiento del representante legal
- i) Copia certificada o notariada del Título del profesional responsable técnico registrado en el Ministerio de Salud Pública (Bioquímico farmacéutico)
- j) Autorización de distribución otorgada por el titular del registro sanitario
- k) Copia de los certificados de salud ocupacional emitidos por los centros de salud del Ministerio de Salud
- l) Lista de productos con el respectivo registro sanitario.
- m) Copia del Permiso del Cuerpo Bomberos (Zona Rural); y Licencia Única de Actividades Económicas LUAE (Distrito Metropolitano de Quito)

Requisitos para la inscripción del registro sanitario de medicamentos biológicos extranjeros

Para la obtención del Registro Sanitario, Control y Vigilancia de Medicamentos Biológicos para uso y Consumo Humano, se lo define como homologación el reconocimiento oficial de los Registros Sanitarios otorgados por Autoridades Sanitarias de los países cuyas agencias reguladoras de medicamentos han sido calificadas por la Organización Mundial de la Salud/organización Panamericana de la Salud, como Autoridades de Referencia encargadas de este proceso.

Se adjuntará a la solicitud del registro sanitario los siguientes documentos

1. Solicitud ingresada por Ventanilla Única Ecuatoriana (VUE),

2. Copia notariada del Certificado vigente de Buenas Prácticas de Manufactura (BPM), del fabricante del/los principio(s) activo(s) y del producto terminado, según sea el caso, para medicamentos biológicos para uso y consumo humano importados y de fabricación nacional,
3. Fórmula maestra o de producción incluyendo el tamaño de lote,
4. Descripción de los materiales de partida de origen biológico tales como: cepas, líneas celulares, microorganismos, origen de las donaciones de los componentes de sangre, células o sustratos celulares y medios de cultivo y otros indicados para medicamentos biológicos, incluyendo especificaciones de control de calidad,
5. Descripción de los métodos de análisis de laboratorio validados y de los métodos para la exclusión de agentes adventicios de los materiales de partida de origen biológico,
6. Interpretación del código de lote,
7. Descripción del proceso de fabricación del medicamento biológico de acuerdo al acápite correspondiente del Instructivo para este Reglamento,
8. Información detallada de las especificaciones de calidad,
9. Certificados de análisis de los principios activos, sustancias auxiliares, adyuvantes, preservantes, solventes (cuando aplique), producto en proceso (si procede), producto terminado y materiales de referencia (estándares de referencia),
10. Todos los protocolos de validación de resultados,
11. Presentación de modelos de etiquetas de los envases primario y secundario, las mismas que deben estar redactadas en idioma castellano y en caracteres claramente legibles e indelebles,
12. Informe de estudios preclínicos y estudios clínicos,
13. Plan de fármaco vigilancia elaborado por el titular del Registro Sanitario, aprobado por la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria ARCSA, o quien ejerza sus competencias, hasta que se expida normativa al respecto,
14. Estudios de estabilidad natural en tiempo real y estudios de estabilidad acelerada en zona IV,

15. Descripción del sistema envase – cierre, en el que se encuentra contenido el producto,
16. Datos para la emisión de la factura.
17. Copia notariada del Certificado vigente de Buenas Prácticas de Manufactura (BPM), del fabricante del /los principio(s) activo(s) y del producto terminado, según sea el caso, para medicamentos biológicos para uso y consumo humano importados y de fabricación nacional,
18. Copia notariada del Certificado de Producto Farmacéutico (CPF), según el modelo de la OMS, para medicamentos biológicos para uso y consumo humano importados, emitido por la Autoridad Sanitaria competente del país donde esté instalado el fabricante del principio activo del medicamento biológico, del producto terminado y del solvente,
19. Plan de fármaco vigilancia y gestión de riesgos, de acuerdo a la normativa legal vigente en el país de procedencia del producto,
20. En caso de productos de importación en los cuales el solicitante del Registro Sanitario sea distinto del fabricante, se requiere una certificación de fabricación legalizada por la Autoridad Sanitaria del país de origen.

Proceso de Importación:

Es sumamente importante detallar el proceso de la importación de los medicamentos ampliando el flujograma citado en páginas anteriores.

1.- El primer paso es registrarse como importador, el proceso es el siguiente:

Requisitos para ser Importador en la Aduana

1. Obtener el Registro Único de Contribuyente (RUC) que expide el Servicio de Rentas Internas (SRI).
2. Obtener el Certificado digital para la firma electrónica y autenticación otorgado por el Banco Central del Ecuador y Security Data : en <http://www.eci.bce.ec/web/guest> y <http://www.securitydata.net.ec>.
3. Registrarse en el Portal de ECUAPASS: <http://www.ecuapass.aduana.gob.ec>
4. A través de un Agente de Aduana se procederá a realizar los trámites de desaduanización de las mercancías, quien asesorará al importador que mercancía

se puede o no importar, así como los respectivos requisitos que cumplir el producto según los requisitos establecidos por la ley. (Comunidad todo comercio, 2015)

2.- Negociación con el proveedor:

- Forma de pago: en este caso la forma de pago, 50% anticipo y 50% a 3 meses (el impuesto a la salida de divisas que genera este pago se puede usar como crédito tributario o como parte de costo de la importación).
- Tiempo de entrega: una vez realizada la transferencia del 50% la entrega es inmediata.
- Tipo de embalaje: Especial para carga internacional adecuado por cada dosis de acuerdo a especificaciones del laboratorio.
- Incoterm a usar: Exwork.
- Se procede a solicitar la cotización del producto, con ella se emite la orden de compra.
- El proveedor emite la factura y entrega la carga.

3.- Proceso en Ecuador:

- Se realiza la contratación del embarcador quien es responsable de realizar el pick up de la carga, con un transporte adecuado para el mismo (en este caso un furgón refrigerado), hasta el aeropuerto de Viru Viru en Santa Cruz de la Sierra en Bolivia. La carga es entregada a la aerolínea quienes la embarcan y vuelan hasta la ciudad de Quito, en un contenedor refrigerado.
- Una vez ingresada la carga a la bodega designada, debe ser tratada con la delicadeza y cuidado por ser carga especial y frágil, previamente se ha contratado con la bodega el uso de un espacio refrigerado para almacenar la carga a la temperatura indicada.

Nacionalización

- Se contrata al Agente de Aduana se le entregan los siguientes documentos para empezar el trámite de nacionalización:
 1. Registro Sanitario (ARCSA).
 2. Autorización del uso del registro de la marca.

3. Póliza de seguro todo riesgo contratada desde el momento que sale la carga de la bodega del proveedor.
4. Guía aérea.
5. Factura original de compra del producto.

4.- Clasificación arancelaria:

E.P.T se clasifica dentro de la partida arancelaria No. 3002103900 TNAN 0001 paga 0% arancel, 0.5% Fodinfra y 12% IVA.

Para mayor información y se adjunta la información de la partida **3002.10.39** según el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador:

Sangre humana; sangre animal preparada para usos terapéuticos, profilácticos o de diagnóstico; antisueros (sueros con anticuerpos), demás fracciones de la sangre y productos inmunológicos modificados, incluso obtenidos por proceso biotecnológico; vacunas, toxinas, cultivo de microorganismos (excepto las levaduras) y productos similares

Sangre humana; sangre animal preparada para usos terapéuticos, profilácticos o de diagnóstico; antisueros (sueros con anticuerpos), demás fracciones de la sangre y productos inmunológicos modificados, incluso obtenidos por proceso biotecnológico; vacunas, toxinas, cultivo de microorganismos (excepto las levaduras) y productos similares

- - Las demás fracciones de la sangre y productos inmunológicos modificados, incluso obtenidos por proceso biotecnológico:

- - - Los demás

Sección VI

PRODUCTOS DE LAS INDUSTRIAS QUÍMICAS O DE LAS INDUSTRIAS CONEXAS

Notas.

1. A) Cualquier producto que responda al texto específico de una de las partidas 28.44 ó 28.45, se clasificará en dicha partida y no en otra de la Nomenclatura, excepto los minerales de metales radiactivos.

- B) Salvo lo dispuesto en el apartado a) anterior, cualquier producto que responda al texto específico de una de las partidas 28.43 ó 28.46 o 28.52. se clasifica en dicha partida y no en otra de esta Sección.
2. Sin perjuicio de las disposiciones de la Nota 1 anterior, cualquier producto que, por su presentación en forma de dosis o por su acondicionamiento para la venta al por menor, pueda incluirse en una de las partidas 30.04, 30.05, 30.06, 32.12, 33.03, 33.04, 33.05, 33.06, 33.07, 35.06, 37.07 ó 38.08, se clasificará en dicha partida y no en otra de la Nomenclatura.
 3. Los productos presentados en surtidos que consistan en varios componentes distintos comprendidos, en su totalidad o en parte, en esta Sección e identificables como destinados, después de mezclados, a constituir un producto de las Secciones VI o VII, se clasificarán en la partida correspondiente a este último producto siempre que los componentes sean:
 - a) netamente identificables, por su acondicionamiento, como destinados a utilizarse juntos sin previo reacondicionamiento;
 - b) presentados simultáneamente;
 - c) identificables, por su naturaleza o por sus cantidades respectivas, como complementarios unos de otros. (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2016)

Proceso de la nacionalización por parte del Agente de Aduana:

- Elaboración de Matriz de nacionalización.
- Se sube al sistema Ecuapass – asociando a la línea del registro sanitario correspondiente, junto con el resto de documentos.
- Se realiza la declaración de aduana cargando todos los datos en el formato del Ecuapass.
- El sistema de aduana de acuerdo a arancel, salvaguardia, liberaciones etc., emite la liquidación aduanera.
- La liquidación aduanera debe ser cancelada en un máximo de 48 horas.
- Se revisa que tipo de aforo (físico, documental y automático) que arroja el sistema, se cumple con la parte del aforo.
- Se espera en el sistema la respuesta del revisor quien puede dar salida o pedir justificaciones a criterio.
- Una vez que se obtiene la autorización de salida se cancela el bodegaje y se coordina el transporte y la entrega.

5.8.2. Razón Social

Para la inscripción de la sociedad hay que definir la razón social que es la denominación comercial que haga referencia a la actividad de la empresa. Cuyo nombre constituirá propiedad de la empresa y no podrá ser adoptada por otra.

Nombre de la empresa: **GÉNESIS S. A**

El nombre de la empresa está relacionado con la creación de la misma ya que el medicamento que se propone comercializar dará inicio al proceso de bloqueo de la artritis reumatoide en los pacientes que lo padecen, por dicha razón se considera oportuno el nombre con el fin de determinar a la E.P.T como un medicamento alternativo que promete contribuir a las personas que durante años han padecido la angustia de vivir con el dolor, con molestias constantes sin tener esperanza de alivio y sobre todo la oportunidad de saber que existe un medicamento que puede contrarrestar este problema. Continuando con la razón social además la empresa proporcionará una atención de calidad, permitiendo que el cliente tenga a su disposición un producto 100% seguro que cumpla con todos los requisitos de fabricación y distribución del mismo.

4.8.2.1. Logotipo

Se ha diseñado un logotipo con el cual las personas relacionen el nombre de la empresa con el producto y el servicio que se va a ofrecer.

4.8.2.2. Slogan

El slogan que se ha elegido es el siguiente: “Una esperanza de vida” La frase que contiene el eslogan pretende señalar, que a pesar del sufrimiento, dolor y molestias que ocasiona la artritis reumatoide, las personas tienen una esperanza para mejorar su calidad de vida.

Gráfico N° 27 Logotipo y slogan del centro de importaciones



Elaborado por: Yolanda Vacacela

5.9. Base filosófica de la empresa

Consiste en revelar la razón de ser y las directrices que se van a seguir para lograr que se cumplan los objetivos que la empresa ha planteado.

5.9.1. Visión

“Para el 2021 ser un centro de importación de medicamentos para diferentes enfermedades catastróficas, reconocido por toda la población ecuatoriana, que a través de su capital humano brinde calidez y eficiencia en el servicio, otorgándole al paciente productos de calidad que le proporcionen mejoría constante en su salud.”

5.9.2. Misión

“El centro de importaciones de medicamentos para enfermedades catastróficas Génesis Esperanza de vida, proporcionará una mejor calidad de vida a pacientes de enfermedades degenerativas como la artritis reumatoide y a sus familias; a través de tratamientos con medicamentos efectivos que bloqueen el dolor y la enfermedad, elevando así su calidad de vida.”

5.9.3. Principios y valores corporativos:

Calidad de servicio: Cuando se trata con pacientes no solo se trata con un cliente, sino que estamos tratando con toda su familia que busca exasperadamente una esperanza de vida. Por ello el centro de importaciones brindará calidad en el servicio para que el paciente se sienta atendido cómodo y confiado con el producto que se le está entregando.

Honestidad: Ser sinceros y cuidadosos tanto con los pacientes y familiares, así como con los proveedores en el exterior y el personal de la propia empresa. Hablar siempre con la verdad y ser transparentes en todos nuestros actos.

Calidez: Se relaciona con la amabilidad y cordialidad, en este caso nos comprometemos a proporcionar un trato cuidadoso y amable a los pacientes, entregando una buena actitud de manera que haga sentir al paciente y a su familia bienvenidos y apreciados.

Compromiso: El personal de la empresa estará realmente comprometido con los clientes, siempre entregando lo mejor de nosotros como en familia.

Trabajo en equipo: El trabajo en equipo es compartir un propósito en común, claramente conocido y colaborándose mutuamente, para así alcanzar juntos resultados de calidad, sintiéndonos parte de un todo. El trabajo en equipo significa ser productivos, participativos y creativos apostando al apoyo de la organización.

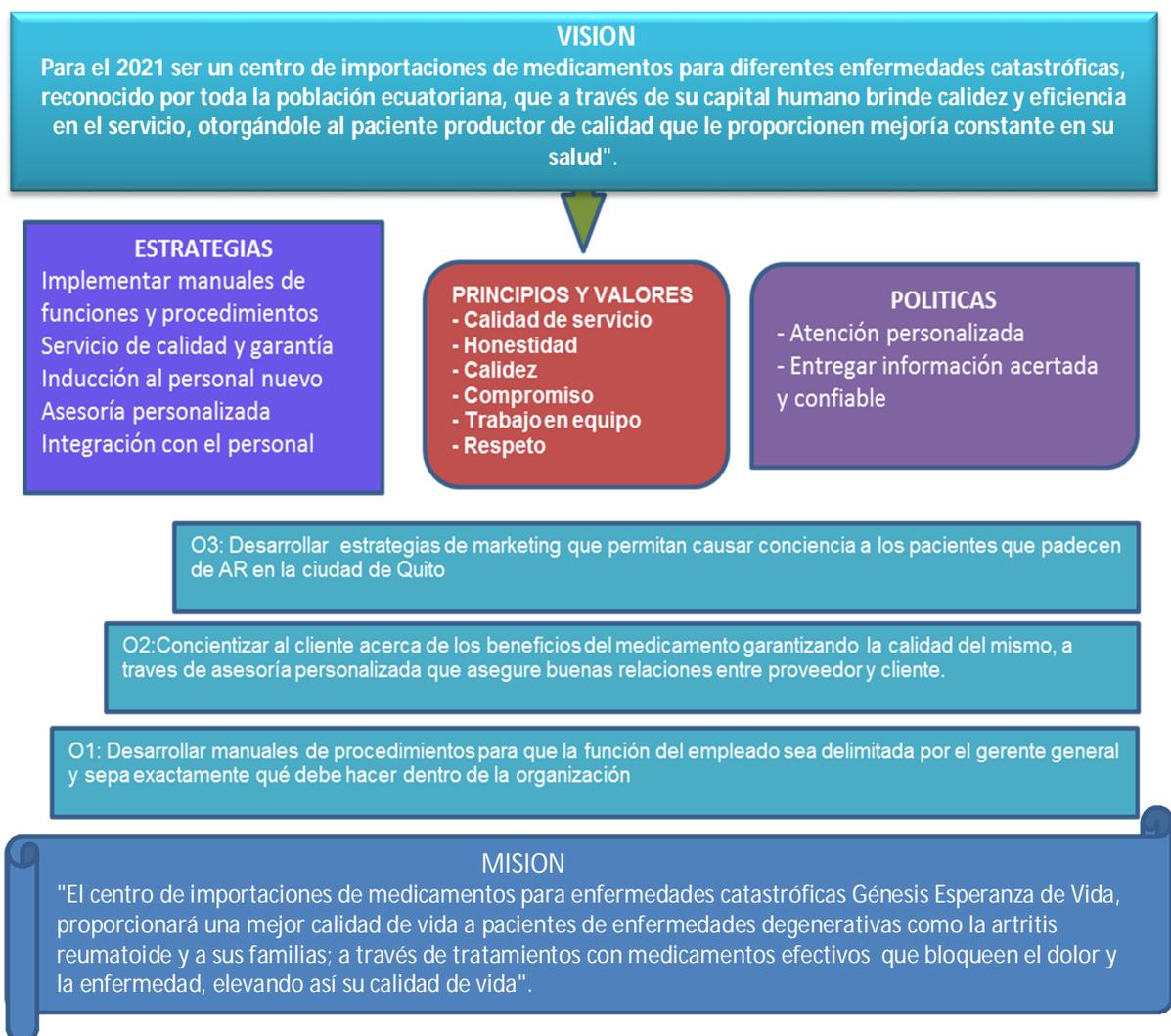
Respeto: Actuar con respecto es reconocer y considerar a los demás, todo esto basado en la ética y el cuidado interpersonal. Por lo tanto, el respeto es ponerse en el lugar de otro y tratar a los demás con tolerancia.

5.9.4. Responsabilidad social

Este proyecto está orientado hacia un nicho de mercado totalmente diferenciado pacientes con artritis reumatoide, por lo que la responsabilidad social, al ser una inspiración voluntaria, permite reconocer y aceptar los compromisos que tenemos con la sociedad, mediante una actitud madura, consciente y sensible que juega un papel predominante en la actualidad.

La idea básica es la de dejar un impacto positivo y expresar la necesidad de ayudar a personas que se ven afectadas por enfermedades catastróficas. No se puede ignorar que todos somos parte de una sociedad, en la que existen compromisos y obligaciones que se deben cumplir, tanto de forma independiente como en conjunto, lo que nos hace entes activos y generadores de recursos, y mediante este centro de importación de medicamentos nos hace formadores de un planeta sustentable y mejores seres humanos al brindar tranquilidad y bienestar a los pacientes que padecen enfermedades catastróficas.

Gráfico N° 28 Mapa Estratégico del centro de importaciones Génesis S.A



Elaborado por : Yolanda Vacacela

CAPITULO VI

ESTUDIO FINANCIERO Y EVALUACIÓN FINANCIERA

6.1. Objetivos

- Determinar la inversión inicial necesaria para el funcionamiento del centro de importaciones de medicinas para enfermedades catastróficas como la artritis reumatoide.
- Determinar los ingresos y egresos para el centro de importaciones en un horizonte de tres años.
- Elaborar los estados financieros del proyecto
- Analizar la evaluación financiera para conocer si el centro de importaciones es factible o no económicamente y determinar cuál es la rentabilidad para el inversionista.

6.2. Inversión del proyecto

Representa el recurso monetario inicial para la adquisición de los recursos y componentes necesarios para la puesta en marcha del centro de importaciones.

La inversión inicial se determina a través del plan de inversión, el cual programa la utilización de los recursos disponibles que requiera el desarrollo del proyecto, las mismas que no son inmediatas en su totalidad, sino que se realizan gradualmente conforme avanza su operación.

6.2.1. Inversión fija o tangible.

Constituyen todos aquellos bienes tangibles de propiedad de la empresa, que tienen permanencia prolongada y están sujetas a depreciación. Dentro de lo que es inversión fija están los activos diferidos o intangibles indispensables para el funcionamiento de la empresa.

Muebles y Enseres: Corresponde a todos los bienes adquiridos para el funcionamiento de la empresa como son los escritorios, sillas, archivadores y demás elementos necesarios. El valor asciende a \$ 17.516,00.

Tabla N° 43 Muebles y enseres

CANT.	DESCRIPCIÓN	UNITARIO	TOTAL
	GERENCIA		
1	ESCRITORIO MODULAR 1,60 * 1,50 en L	520,00	520,00
1	SILLA GERENTE	329,00	329,00
2	SILLAS VISITAS	147,00	294,00
1	BIBLIOTECA de 1,8 x1,8 con 5 repisas y 3 separaciones de 40 cm de fondo	445,00	445,00
1	CREDENZA AÉREA	238,00	238,00
1	ARCHIVADOR DE DOS CAJONES	509,00	509,00
	JEFE DE VENTAS		
1	ESCRITORIO MODULAR	320,00	320,00
1	SILLA JEFE	306,00	306,00
2	SILLAS VISITAS	147,00	294,00
1	CREDENZA AÉREA	238,00	238,00
1	ARCHIVADOR DE DOS CAJONES	509,00	509,00
1	ARCHIVADOR PARA CARPETAS BENE DE 5 REPISAS	670,00	670,00
	AUXILIAR CONTABLE-RECEPCIONISTA		
1	COUNTER DE RECEPCIÓN	1.198,00	1.198,00
1	SILLA PARA RECEPCIÓN	286,00	286,00
1	CREDENZA AÉREA	238,00	238,00
1	ARCHIVADOR DE DOS CAJONES	509,00	509,00
1	ARCHIVADOR PARA CARPETAS BENE DE 5 REPISAS	670,00	670,00
	BODEGUERO		

7	PERCHAS PARA MEDICINAS (ECONÓMICAS DE 1.50 * 2.00)	150,00	1.050,00
1	ESCRITORIO MODULAR	320,00	320,00
1	SILLA PARA ESCRITORIO	286,00	286,00
2	SILLAS VISITAS	147,00	294,00
	VENDEDORES		
3	ESCRITORIOS PEQUEÑOS SEGUIDOS PARA COUNTER DE VENTAS	320,00	960,00
3	SILLAS PARA LOS ESCRITORIOS	286,00	858,00
6	SILLAS PARA VISITAS	147,00	882,00
3	CREDENZAS AÉREAS	238,00	714,00
	CONTADOR		
1	ESCRITORIO PEQUEÑO	320,00	320,00
1	SILLA ESCRITORIO	306,00	306,00
1	CREDENZAS AÉREAS	238,00	238,00
1	ARCHIVADOR DE 4 CAJONES DE 45 X 125 CM DE ALTO	670,00	670,00
	RECEPCIÓN GENERAL		
1	SOFÁ PARA RECEPCIÓN	788,00	788,00
1	MESA PARA RECEPCIÓN	108,00	108,00
1	MESA PARA REUNIONES CON 8 SILLAS	615,00	615,00
	JEFE DE MARKETING		
1	ESCRITORIO PEQUEÑO	320,00	320,00
1	SILLA ESCRITORIO	306,00	306,00
1	CREDENZAS AÉREAS	238,00	238,00
1	ARCHIVADOR DE 4 CAJONES DE 45 X 125 CM DE ALTO	670,00	670,00
	TOTAL		17.516,00

Elaborado por: Yolanda Vacacela

Equipo de oficina: Está compuesto por todas las máquinas y dispositivos necesarios para poder llevar a ejecutar las típicas tareas dentro de la oficina. El valor asciende a \$3.606,00.

Tabla N° 44 Equipo de oficina

CANT.	DESCRIPCIÓN	VALOR
	GERENCIA- (Funge como Jefe Administrativo)	
1	TELÉFONO PARA EXTENSIÓN	18,00
	JEFE DE VENTAS	
1	TELÉFONO PARA EXTENSIÓN	18,00
	RECEPCIÓN	
1	CENTRAL TELEFÓNICA	500,00
1	COPIADORA / IMPRESORA RIHCO A COLOR Y B/N	2.000,00
	BODEGUERO	
1	TELÉFONO PARA EXTENSIÓN	18,00
	VENDEDORES	
3	TELÉFONOS PARA EXTENSIONES	54,00
	CONTADOR	
1	TELÉFONO PARA EXTENSIÓN	18,00
	JEFE DE MARKETING	
1	TELÉFONO PARA EXTENSIÓN	18,00
	RECEPCIÓN GENERAL	
1	INFOCUS	962,00
	TOTAL	3.606,00

Elaborado por: Yolanda Vacacela

Equipo de computación: Corresponde la dotación de equipos de informática necesarios para el desarrollo de las actividades de la empresa. El valor asciende a \$ 8.385,00.

Tabla N° 45 Equipo de computación

CANT.	DESCRIPCIÓN	VALOR
	GERENCIA	
1	PC	600,00
1	IMPRESORA MATRICIAL (PARA REPORTES ESTADÍSTICOS ETC.)	475,00
	JEFE DE VENTAS	
1	LAPTOP	899,00
	RECEPCIÓN	
1	PC	600,00
1	IMPRESORA MATRICIAL (PARA REPORTES ESTADÍSTICOS ETC.)	475,00
	BODEGUERO	
1	PC	600,00

1	IMPRESORA MATRICIAL (PARA REPORTES ESTADÍSTICOS ETC.)	475,00
VENDEDORES		
3	LAPTOPS	1.800,00
CONTADOR		
1	PC	600,00
JEFE DE MARKETING		
1	LAPTOP	899,00
RECEPCIÓN GENERAL		
1	PROYECTOR	962,00
TOTAL		8.385,00

Elaborado por: Yolanda Vacacela

Maquinaria y equipos industriales: Constituye toda la maquinaria y equipo necesarios para el almacenamiento y tratamiento de la medicina importada, la misma que está dirigida a pacientes con artritis reumatoide. El valor de la maquinaria y equipo asciende a \$ 8.400,00.

Tabla N° 46 Maquinaria y equipos industriales

CANT	ITEMS	PROVEEDOR	PRECIO UNIT.	PRECIO TOTAL
6	Equipos de refrigeración	Cora Refrigeración	1.400,00	8.400,00
TOTAL				8.400,00

Elaborado por: Yolanda Vacacela

Vehículo: Es el bien que tiene como finalidad la transportación de la medicina importada el cual están destinado al uso de la empresa u otros fines relacionados con las operaciones. El precio que se cotizó es de \$ 28.490,00.

Tabla N° 47 Vehículos

CANT	ITEMS	PROVEEDOR	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
1	Vehículo Citivan	CINASCAR	21.490,00	21.490,00
1	Cabina de refrigeración para vehículo	CINASCAR	7.000,00	7.000,00
TOTAL				28.490,00

Elaborado por: Yolanda Vacacela

6.2.3. Activos Diferidos

Constituyen todos aquellos derechos adquiridos inicialmente que son necesarios para la operación de la empresa que incluye los gastos de constitución, documentación y certificaciones para el funcionamiento.

Tabla N° 48 Activos diferidos

Descripción	Tipo	Valor
Notaria	AD	350,00
Capital suscrito	AD	800,00
Permisos de funcionamiento	AD	1.000,00
TOTAL		2.150,00

Elaborado por: Yolanda Vacacela

6.2.4. Resumen de inversión total prevista

Tabla N° 49 Inversión inicial total requerida

Descripción	Tipo	Valor
Caja	AC	600,00
Bancos	AC	30.003,16
Inventario de materia prima	AC	26.340,79
Activo Diferido	AD	2.150,00
Activos Fijos	AF	66.397,00
TOTAL		108.271,92

Elaborado por: Yolanda Vacacela

6.3. Presupuesto de Ingresos y Costos

Posterior a la determinación de la inversión en activos fijos y diferidos se debe realizar el proceso de compra de los materiales, insumos y medicinas con el fin de estimar los costos del producto para así determinar la utilidad del mismo.

Tabla N° 50 Nomina del centro de importaciones génesis S.A.

#	CARGO	SUELDO BÁSICO	TOTAL INGRESOS	APORTE IESS	TOTAL EGRESOS	NETO A RECIBIR
1	Gerente General	850,00	850,00	80,33	80,33	769,68
2	Contador	500,00	500,00		-	500,00
3	Auxiliar Contable	400,00	400,00	37,80	37,80	362,20
4	Jefe de Ventas	400,00	400,00	37,80	37,80	362,20
5	Jefe de Marketing	400,00	400,00	37,80	37,80	362,20
6	Mensajero	366,00	366,00	34,59	34,59	331,41
7	Bodeguero	366,00	366,00	34,59	34,59	331,41
8	Farmacéutico responsable	240,00	240,00			240,00
9	Vendedor 1	366,00	366,00	34,59	34,59	331,41
10	Vendedor 2	366,00	366,00	34,59	34,59	331,41
11	Vendedor 3	366,00	366,00	34,59	34,59	331,41
	TOTAL	4.620,00	4.620,00	431,97	431,97	4.253,34

Elaborado por: Yolanda Vacacela

Tabla N° 51 Provisiones beneficios de ley

#	NOMBRE	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	Aporte Patronal	Fondos de Reserva	Total Provisiones
1	Gerente General	70,83	30,50	35,42	103,28	70,83	240,03
3	Auxiliar Contable	33,33	30,50	16,67	48,60	33,33	129,10
4	Jefe de Ventas	33,33	30,50	16,67	48,60	33,33	129,10
5	Jefe de Marketing	33,33	30,50	16,67	48,60	33,33	129,10
6	Mensajero	30,50	30,50	15,25	44,47	30,50	120,72
7	Bodeguero	30,50	30,50	15,25	44,47	30,50	120,72
9	Vendedor 1	30,50	30,50	15,25	44,47	30,50	120,72
10	Vendedor 2	30,50	30,50	15,25	44,47	30,50	120,72
11	Vendedor 3	30,50	30,50	15,25	44,47	30,50	120,72
	SUMAN	323,33	274,50	161,67	471,42	323,33	1.230,92

Elaborado por: Yolanda Vacacela

Tabla N° 52 Liquidación de la importación

			FECHA: 15-feb-16		
PROVEEDOR:	LABORATORIOS IFA		FACTOR: 106,2129		
CLIENTE:	STOCK		COSTO POR KILO: 6,88		
PAÍS:	BOLIVIA	T/C			
MONEDA:	DÓLARES		PESO:	200 Kg	
ITEMS	PROVENIENTE	FACT .#	SUBTOTAL	IVA	TOTAL
VALOR EXWORK	ISFA		80.000,00		80.000,00
PICK UP	ISFA		500,00		500,00
FLETE	TRANSCONTINEN TAL		2.500,00		2.500,00
DOCUMENTACIÓN, MANEJO ISD	TRANSCONTINEN TAL		188,67	22,64	211,31
TRAMITE	CESAR CHÁVEZ		240,00	28,80	268,80
ALMACENERA	EMSAAIRPORT		300,00	36,00	336,00
ASEGURADORA	CONSTITUCIÓN		825,00	99,00	924,00
IMPUESTOS - ADUANA	LIQUIDACIÓN		416,63	10.049,00	10.465,62
TRANSPORTE INTERNO	AEROP-BODEGA		-		-
TOTALES			84.970,30	2.039,02	95.205,73

Elaborado por: Yolanda Vacacela

Tabla N° 53 Costo Unitario por Ítem nacionalización

COSTEO UNITARIO POR ITEM						
CÓDIGO	CANTI DAD	UNIT.F OB	TOTAL FOB	FACTOR	UNIT. NACIO	TOTAL NACIO
E.P.T. 154778	1000	80,00	80.000,00	1,0621290	84,9703	84.970,32
		SUBTO TAL GRAL.	80.000,00		Subtotal	84.970,32
COSTO NACIONALIZACIÓN			4.970,32			

Elaborado por: Yolanda Vacacela

6.3.1. Costos

Tabla N° 54 Presupuesto de costos primer año

NOMBRE DE CUENTAS	PROYECCIÓN DE GASTOS PRIMER AÑO (Enero - Diciembre)												TOTAL ANUAL
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN:													125.755,96
Sueldos	4.620,00	4.620,00	4.620,00	4.620,00	4.620,00	4.620,00	4.620,00	4.620,00	4.620,00	4.620,00	4.620,00	4.620,00	55.440,00
Provisiones (Benef. Ley)	1.230,92	1.230,92	1.230,92	1.230,92	1.230,92	1.230,92	1.230,92	1.230,92	1.230,92	1.230,92	1.230,92	1.230,92	14.771,04
Publicidad	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	30.000,00
Depreciación de Activos	953,74	953,74	953,74	953,74	953,74	953,74	953,74	953,74	953,74	953,74	953,74	953,74	11.444,92
Servicios Básicos	725,00	725,00	725,00	725,00	725,00	725,00	725,00	725,00	725,00	725,00	725,00	725,00	8.700,00
Gasto Arriendo	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	3.000,00
Gastos Varios (Caja chica)	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	2.400,00
GASTOS FINANCIEROS:													-
Interés	754,91	733,94	712,97	692,00	671,03	650,06	629,09	608,12	587,15	566,18	545,21	524,24	7.674,91
													-
SUMAN	11.234,57	11.213,60	11.192,63	11.171,66	11.150,69	11.129,72	11.108,75	11.087,78	11.066,82	11.045,85	11.024,88	11.003,91	133.430,87

Elaborado por: Yolanda Vacacela

Tabla N° 55 Presupuesto de costos segundo año

NOMBRE DE CUENTAS	PROYECCIÓN DE GASTOS SEGUNDO AÑO (Enero - Diciembre)												TOTAL ANUAL
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN:													132.547,37
Sueldos	4.634,48	4.649,00	4.663,56	4.678,18	4.692,84	4.707,54	4.722,29	4.737,09	4.751,93	4.766,82	4.781,75	4.796,74	56.582,20
Provisiones (Benef. Ley)	1.558,11	1.562,99	1.567,89	1.572,80	1.577,73	1.582,67	1.587,63	1.592,61	1.597,60	1.602,60	1.607,63	1.612,66	19.022,93
Publicidad	2.507,83	2.515,69	2.523,57	2.531,48	2.539,41	2.547,37	2.555,35	2.563,36	2.571,39	2.579,45	2.587,53	2.595,64	30.618,08
Depreciación de Activos	953,74	953,74	953,74	953,74	953,74	953,74	953,74	953,74	953,74	953,74	953,74	953,74	11.444,92
Servicios Básicos	727,27	729,55	731,84	734,13	736,43	738,74	741,05	743,37	745,70	748,04	750,38	752,73	8.879,24
Gasto Arriendo	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	3.000,00
Gastos Varios (Caja chica)	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	3.000,00
GASTOS FINANCIEROS:													-
Interés	503,27	482,30	461,33	440,36	419,39	398,42	377,45	356,49	335,52	314,55	293,58	272,61	4.655,28
SUMAN	11.384,71	11.393,28	11.401,94	11.410,70	11.419,55	11.428,49	11.437,52	11.446,65	11.455,88	11.465,20	11.474,61	11.484,12	137.202,64

Elaborado por: Yolanda Vacacela

Tabla N° 56 Presupuesto de costos tercer año

NOMBRE DE CUENTAS	PROYECCIÓN DE GASTOS SEGUNDO AÑO (Enero - Diciembre)												TOTAL ANUAL
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN:													137.966,76
Sueldos	4.814,33	4.831,98	4.849,69	4.867,48	4.885,32	4.903,24	4.921,22	4.939,26	4.957,37	4.975,55	4.993,79	5.012,10	58.951,33
Provisiones (Benef. Ley)	1.618,58	1.624,51	1.630,47	1.636,45	1.642,45	1.648,47	1.654,51	1.660,58	1.666,67	1.672,78	1.678,91	1.685,07	19.819,43
Publicidad	2.605,15	2.614,71	2.624,29	2.633,92	2.643,57	2.653,27	2.663,00	2.672,76	2.682,56	2.692,40	2.702,27	2.712,18	31.900,07
Depreciación de Activos	953,74	953,74	953,74	953,74	953,74	953,74	953,74	953,74	953,74	953,74	953,74	953,74	11.444,92
Servicios Básicos	755,49	758,26	761,05	763,84	766,64	769,45	772,27	775,10	777,94	780,79	783,66	786,53	9.251,02
Gasto Arriendo	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	3.000,00
Gastos Varios (Caja chica)	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	3.600,00
GASTOS FINANCIEROS:													-
Interés	251,64	230,67	209,70	188,73	167,76	146,79	125,82	104,85	83,88	62,91	41,94	20,97	1.635,64
													-
SUMAN	1.548,93	11.563,87	11.578,94	11.594,14	11.609,48	11.624,95	11.640,55	11.656,29	11.672,16	11.688,17	11.704,31	11.720,59	139.602,40

Elaborado por: Yolanda Vacacela

6.3.2. Ingresos

Tabla N° 57 Presupuesto de Ingresos proyectado

PROYECCIÓN DE VENTAS CON INCREMENTO SEGÚN EL MERCADO DEL 8,45% ANUAL, CONSIDERANDO LA INFLACIÓN ANUAL DEL 4,12%(Crecimiento real anual del 4,33% según datos BCE)

PROYECCIÓN DE VENTAS PRIMER AÑO (Enero - Diciembre)													TOTAL
DETALLE	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
E.P.T.	31.000,00	31.000,00	31.000,00	31.000,00	31.000,00	31.000,00	31.000,00	31.000,00	31.000,00	31.000,00	31.000,00	31.000,00	372.000,00
SUMAN	31.000,00	372.000,00											

PROYECCIÓN DE VENTAS CON INCREMENTO SEGÚN EL MERCADO DEL 8,45% ANUAL, CONSIDERANDO LA INFLACIÓN ANUAL DEL 4,12%(Crecimiento real anual del 4,33% según datos BCE)

PROYECCIÓN DE VENTAS SEGUNDO AÑO (Enero - Diciembre)													TOTAL
DETALLE	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
E.P.T.	32.342,30	32.342,30	32.342,30	32.342,30	32.342,30	32.342,30	32.342,30	32.342,30	32.342,30	32.342,30	32.342,30	32.342,30	388.107,60
SUMAN	32.342,30	388.107,60											

PROYECCIÓN DE VENTAS CON INCREMENTO SEGÚN EL MERCADO DEL 8,45% ANUAL, CONSIDERANDO LA INFLACIÓN ANUAL DEL 4,12%(Crecimiento real anual del 4,33% según datos BCE)

PROYECCIÓN DE VENTAS TERCER AÑO (Enero - Diciembre)													TOTAL
DETALLE	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
E.P.T.	33.742,72	33.742,72	33.742,72	33.742,72	33.742,72	33.742,72	33.742,72	33.742,72	33.742,72	33.742,72	33.742,72	33.742,72	404.912,66
SUMAN	33.742,72	404.912,66											

Elaborado por: Yolanda Vacacela

6.4. *Financiamiento del proyecto*

El préstamo se realizará a través del Banco del Pacífico el cual mantiene líneas de crédito abiertas con la Corporación Financiera Nacional – CFN para proyectos de inversión que contribuyan al desarrollo productivo del país.

El 47,05% del total de la inversión corresponde a 49.999,88, será financiado con aportación de los socios. Mientras que el 52,95% será financiado a través del Banco del Pacífico que mantiene líneas de crédito abiertas con la Corporación Financiera Nacional CFN para proyectos de inversión. La tasa de interés que otorga la institución financiera es del 12% anual. Cabe mencionar que el crédito está destinado a la financiación de la maquinaria, equipo de oficina, muebles y enseres y demás activos fijos y diferidos que el centro de importaciones requiere para su funcionamiento.

Tabla N° 58 Tabla de amortización

CAPITAL	75.490,95
TASA DE INTERÉS	12%
TIEMPO	3 Años
# CUOTAS	36

# Cuotas	Capital Amortizado	Interés	Cuota	Capital Reducido
				75.490,95
1	2.096,97	754,91	2.851,88	73.393,98
2	2.096,97	733,94	2.830,91	71.297,01
3	2.096,97	712,97	2.809,94	69.200,04
4	2.096,97	692,00	2.788,97	67.103,07
5	2.096,97	671,03	2.768,00	65.006,10
6	2.096,97	650,06	2.747,03	62.909,13
7	2.096,97	629,09	2.726,06	60.812,15
8	2.096,97	608,12	2.705,09	58.715,18
9	2.096,97	587,15	2.684,12	56.618,21
10	2.096,97	566,18	2.663,15	54.521,24
11	2.096,97	545,21	2.642,18	52.424,27
12	2.096,97	524,24	2.621,21	50.327,30
13	2.096,97	503,27	2.600,24	48.230,33

14	2.096,97	482,30	2.579,27	46.133,36
15	2.096,97	461,33	2.558,30	44.036,39
16	2.096,97	440,36	2.537,33	41.939,42
17	2.096,97	419,39	2.516,37	39.842,45
18	2.096,97	398,42	2.495,40	37.745,48
19	2.096,97	377,45	2.474,43	35.648,50
20	2.096,97	356,49	2.453,46	33.551,53
21	2.096,97	335,52	2.432,49	31.454,56
22	2.096,97	314,55	2.411,52	29.357,59
23	2.096,97	293,58	2.390,55	27.260,62
24	2.096,97	272,61	2.369,58	25.163,65
25	2.096,97	251,64	2.348,61	23.066,68
26	2.096,97	230,67	2.327,64	20.969,71
27	2.096,97	209,70	2.306,67	18.872,74
28	2.096,97	188,73	2.285,70	16.775,77
29	2.096,97	167,76	2.264,73	14.678,80
30	2.096,97	146,79	2.243,76	12.581,83
31	2.096,97	125,82	2.222,79	10.484,85
32	2.096,97	104,85	2.201,82	8.387,88
33	2.096,97	83,88	2.180,85	6.290,91
34	2.096,97	62,91	2.159,88	4.193,94
35	2.096,97	41,94	2.138,91	2.096,97
36	2.096,97	20,97	2.117,94	- 0,00
TOTAL	75.490,95	13.965,83	89.456,78	

Elaborado por: Yolanda Vacacela

6.5. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es permite conocer el punto exacto donde se produce cuando el ingreso total por volumen de ventas es igual a los costos totales en que incurre la empresa. A partir de ese punto, el incremento de las ventas origina un beneficio, mientras que, por debajo de ese punto, la venta de medicina ocasiona pérdidas.

Para el cálculo del punto de equilibrio y para su proyección a tres años se va a utilizar la siguiente fórmula:

Términos Económicos:

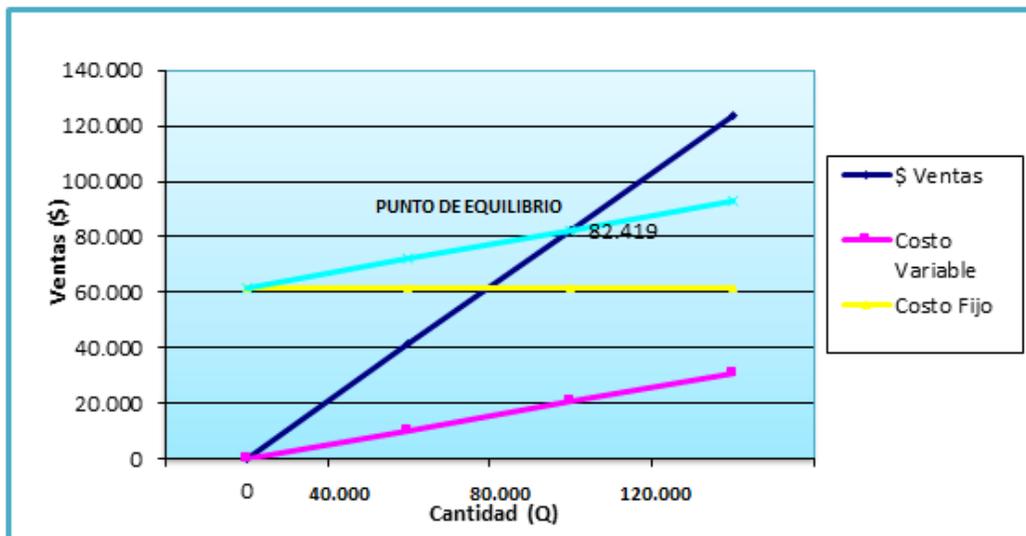
$$PE = \frac{\text{COSTO FIJO TOTAL}}{1 - \frac{\text{COSTO VARIABLE TOTAL}}{\text{VENTAS TOTALES}}}$$

Tabla N° 59 Punto de equilibrio

RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
COSTOS FIJOS	61.860,81	64.539,39	67.333,94
COSTOS VARIABLES	92.791,22	96.809,08	101.000,91
COSTOS TOTALES	154.652,03	161.348,46	168.334,85
COSTOS VARIABLES UNITARIOS	49,89	52,05	54,30
VENTAS	372.000,00	226.759,14	236.577,81
PUNTO EQUILIBRIO	82.419,41	112.619,38	117.495,80

Elaborado por: Yolanda Vacacela

Gráfico N° 29 Representación gráfica punto de equilibrio 1er año



Elaborado por: Yolanda Vacacela

Análisis:

El punto de equilibrio para el primer año de vida útil del proyecto en cuanto a las ventas es de \$ 82.419. Por lo tanto cuando la empresa alcance estos valores sabrá que no está ganando ni perdiendo, pero si los ingresos son inferiores a \$372.000, la empresa estará perdiendo y si por lo contrario se incrementan las cantidades empezará a ganar por lo tanto la empresa obtendrá rentabilidad.

6.6. Estado de pérdidas y ganancias

Es un documento contable que corresponde al análisis de las cifras y datos provenientes del ejercicio económico de la empresa durante un período determinado. Este instrumento contable permite determinar la utilidad neta del ejercicio económico, así como también los sueldos y utilidades de los trabajadores, y los impuestos establecidos por la ley tributaria que debe cumplir la entidad.

Tabla N° 60 Estado de Pérdidas y Ganancias

NOMBRE DE CUENTAS	PERÍODOS		
	2015	2016	2017
INGRESOS:			
Venta Netas	372.000,00	388.107,60	404.912,66
(-) Costo de Ventas	158.044,76	164.888,10	172.027,75
(=) Utilidad Bruta	213.955,24	223.219,50	232.884,91
(-) Gastos de Administración	125.755,96	132.547,37	137.966,76
(=) Utilidad Operacional	88.199,28	90.672,14	94.918,15
(-) Gastos Financieros	7.674,91	4.655,28	1.635,64
(=) Utilidad Antes de Participación	80.524,37	86.016,86	93.282,51
(-) 15% Participación Trabajadores	12.078,66	12.902,53	13.992,38
(=) Utilidad Antes de Impuestos	68.445,71	73.114,33	79.290,13
(-) 22% Impuesto a la Renta	15.058,06	16.085,15	17.443,83
(=) UTILIDAD NETA	53.387,66	57.029,18	61.846,30

Elaborado por: Yolanda Vacacela

6.7. Balance Inicial

Se trata al resumen del inventario inicial de los bienes, derechos, obligaciones y capital con el que se da inicio al negocio. El balance inicial refleja la situación patrimonial de la empresa en el momento en que están a punto de iniciarse las operaciones de la empresa.

A continuación, se presenta el balance inicial del Centro de importaciones Génesis S.A, al inicio del periodo:

Tabla N° 61 Balance Inicial

CENTRO DE IMPORTACIONES GÉNESIS S.A
BALANCE GENERAL INICIAL
AL 01 DE ENERO DEL 2016
(En Dólares de los EE.UU.)

ACTIVOS.		PASIVOS.	
<u>CORRIENTES:</u>	56.943,95	<u>CORRIENTES:</u>	-
Efectivo	600,00		
Bancos	30.003,16	Cuenta por pagar	_____
Inventario M. Prima	<u>26.340,79</u>		
		<u>LARGO PLAZO:</u>	75.490,95
		Préstamo Largo plazo	<u>75.490,95</u>
<u>FIJOS:</u>	66.397,00	TOTAL PASIVOS	
Maq. y Equipos Indust.	8.400,00		
Muebles y enseres	17.516,00		
Vehículo	28.490,00		
Equipos de computación	8.385,00		
Equipos de oficina	<u>3.606,00</u>	<u>PATRIMONIO:</u>	<u>50.000,00</u>
		Capital contable	<u>50.000,00</u>
<u>OTROS ACTIVOS:</u>			
Gastos de Constitución (Tramites)	<u>2.150,00</u> <u>2.150,00</u>		
<hr/>		<hr/>	
TOTAL ACTIVOS	<u><u>125.490,95</u></u>	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	<u><u>125.490,95</u></u>

Elaborado por: Yolanda Vacacela

6.8. Flujo de Caja

Es una herramienta financiera que permite identificar las causas de disminución o aumento de efectivo dentro de un determinado periodo de tiempo de planeación del proyecto. Además de que provee información importante para los administradores del

negocio para determinar la salida de recursos en un momento determinado, y así permite la toma de decisiones a largo plazo respecto a la factibilidad del mismo.

Tabla N° 62 Flujo de Caja

	0	1	2	3
Ingresos				
Ventas	-	372.000,00	388.107,60	404.912,66
Total Ingresos	-	372.000,00	388.107,60	404.912,66
Egresos				
Maq. Y Equipos indust.	8.400,00			
Muebles y enseres	17.516,00			
Equipos de computación	8.385,00			
Equipos de oficina	3.606,00			
Vehículo	28.490,00			
Gastos de Constitución	2.150,00			
Capital de Trabajo	56.943,95			
Compras		158.044,76	164.888,10	172.027,75
Gastos Financieros		7.674,91	4.655,28	1.635,64
Gastos Administrativos		125.755,96	132.547,37	137.966,76
Participación Empleados		12.078,66	12.902,53	13.992,38
Impuesto a la Renta		15.058,06	16.085,15	17.443,83
Total Egresos	125.490,95	318.612,34	331.078,42	343.066,36
Saldo Final de Caja	- 125.490,95	53.387,66	57.029,18	61.846,30

Elaborado por: Yolanda Vacacela

6.9. Evaluación Financiera

La evaluación financiera es importante para la toma de decisiones de un proyecto, además permite identificar, desde el punto de vista de un inversionista, los ingresos y egresos atribuibles a la realización del proyecto y, en consecuencia, la rentabilidad generada por el mismo en términos de valores.

6.9.1. TMAR

La Tasa Mínima Aceptable de rentabilidad, representa el coste de oportunidad en el que incurre el inversionista por canalizar su dinero en un proyecto de inversión. Por lo tanto, es la mínima rentabilidad que el inversor está dispuesto a ganar.

Tabla N° 63 TMAR

CONCEPTO	VALOR	% PARTICIPACIÓN	TMAR	TMAR GLOBAL MIXTA
PASIVO DE LARGO PLAZO	75.491	60,16%	16,00%	9,63%
CAPITAL SOCIAL	50.000	39,84%	14,14%	5,63%
TOTAL FINANCIAMIENTO	125.491	100,00%	TMAR	15,26%

Elaborado por: Yolanda Vacacela

Análisis: Para el proyecto se determina que la TMAR es de 15,26%

6.9.2. VAN

Este indicador permite determinar el tiempo en que se recupera el valor de la inversión de los recursos propios. Si el VAN es positivo, significa que habrá ganancias que por lo tanto alcanza a cubrir los costos obteniendo un margen de utilidad adicional; si es negativo, significa que las ganancias no son suficientes para cubrir con los costos. Este indicador permite conocer de manera monetaria si el proyecto es o no rentable.

$$VAN = -A + (FC1/(1+i)^1) + (FC2/(1+i)^2) + (FC3/(1+i)^3)$$

$$VAN = -125090,95 + (53.387,66 / (1+0,1526)^1) + (57.029,18 / (1+0,1526)^2) + (61.846,30 / (1+0,1526)^3)$$

$$VAN = \underline{\underline{4.152,57}}$$

Análisis: El VAN del proyecto es de \$ 4.152,57 por lo que se acepta el proyecto.

6.9.3. TIR

Este indicador presenta el porcentaje de rentabilidad que obtendrá el inversionista como premio a la decisión de invertir en una alternativa de inversión seleccionada. La TIR es la máxima tasa de interés a la cual el inversionista tomaría dinero para financiar la totalidad del proyecto, repagando con su producto la totalidad del capital y de sus intereses, sin perder un centavo.

Tabla N° 64 TIR

Saldo Final de Caja	- 125.490,95	53.387,66	57.029,18	61.846,30
----------------------------	---------------------	------------------	------------------	------------------

TIR	17,20%
------------	---------------

Análisis: La TIR del proyecto es 17,20%; de esta manera se evidencia que es mayor a la TMAR (15,26%), por lo que se considera la factibilidad del proyecto.

6.9.4. Relación Costo / Beneficio

La relación costo beneficio consiste en tomar los ingresos y egresos presentes netos del estado de flujo de efectivo, para determinar cuáles son los beneficios por cada peso que se sacrifica en el proyecto.

Tabla N° 65 Relación Costo/ Beneficio

RCB = Inversión/Σ Flujos	2,20
---	-------------

Análisis: El cálculo de la Relación Costo/ Beneficio da como resultado 2,20 siendo este mayor que uno; es decir los ingresos son mayores que los egresos y por cada dólar invertido se obtendrá una ganancia de \$2,20 es decir que hay un excedente de \$1,20 por lo que el proyecto es viable.

6.9.5. Periodo de Recuperación de la Inversión

Este indicador es un criterio muy utilizado para evaluar el proyecto, con el cual se mide el tiempo que se va a recuperar la inversión. A continuación, al analizar el periodo de recuperación del capital se obtiene que:

Tabla N° 66 Periodo de recuperación de la Inversión

Año	Flujos anuales	Flujos acumulad.	Tiempo recuperación
Año 1	53.387,66	53.387,66	2,79
Año 2	57.029,18	110.416,83	
Año 3	61.846,30	172.263,14	

Elaborado por: Yolanda Vacacela

	2 Años	
0,79 * 12	9 Meses	9,48
0,48*12	6 Días	5,76

Análisis: Los resultados indican que la inversión inicial del proyecto \$ 125.490,95, se recuperará en un lapso de tiempo de 2 años, 9 meses y 6 días.

CAPÍTULO VII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1. Conclusiones

- Para el desarrollo del plan de negocios se estableció la fundamentación teórica, conceptual, referencial y legal, que sustente a través de la base bibliográfica encontrada el estudio de la creación de un centro de importaciones de medicamentos para enfermedades catastróficas en la ciudad de Quito, y de esta manera comprobar su factibilidad y viabilidad.
- La base teórica permitió determinar que, gracias a los convenios firmados entre Ecuador y Bolivia, como es el Convenio Marco de Cooperación entre el Ministerio de Salud y Deportes de Bolivia y el Ministerio de Salud Pública del Ecuador, para contribuir en acciones para el mejoramiento de la calidad de la atención en salud; las importaciones de medicamentos alternativos para tratar dolencias como la AR, ahora son posibles pagando 0% arancel.
- El estudio de mercado permitió determinar que la población afectada arroja un resultado positivo para que el Centro de Importaciones tenga una demanda adecuada del producto y pueda ser comercializado de una manera efectiva dentro de la ciudad de Quito, con miras a expandirse al resto del país.
- La investigación de mercado ayudó a identificar la demanda, oferta actual de mercado, determinando que actualmente existen medicamentos solamente para tratar la artritis reumatoide, más no para bloquearla, razón por la cual se considera que existe un efectivo nicho de mercado para introducir el nuevo medicamento hecho a base del veneno de una hormiga originaria de Bolivia.
- El estudio técnico permitió analizar la localización de la empresa, los requerimientos de ingeniería, la distribución de las instalaciones y requerimientos

para la operación del negocio, sirviendo de base para el capítulo financiero, demostrándose que no existe limitaciones para la implementación de la empresa.

- Además permitió establecer una adecuada elección del equipo de trabajo que participa dentro de una importación, como son: embarcador, agente de aduana, bodega, transportistas, etc., contribuye a que ésta se realice con éxito y sobre todo a que el factor de nacionalización sea el adecuado; para colocar el producto a un precio competitivo, el cual pueda ser asequible al bolsillo del consumidor y pueda a la vez cubrir las expectativas del importador.
- El estudio financiero permitió determinar la factibilidad de la creación de un centro de importaciones de medicinas para enfermedades catastróficas en el Ecuador; arrojando valores positivos, gracias a los resultados del estudio se concluyó un TIR de 17.20%, un TMAR de 15.26, un VAN de \$ 4.152,57, con una adecuada recuperación de la inversión de dos años, nueve meses y seis días, indicando al inversionista una efectiva rentabilidad durante la proyección del proyecto.
- Se determinó que la inversión total requerida asciende a \$ 125.490.95 los cuales serán financiados el 60.16 % por medio de un crédito en el Banco del Pacífico que otorga créditos para actividades productivas, y el 39.84% será financiado por aportaciones de los accionistas.

7.2. Recomendaciones

- Se plantea realizar nuevas investigaciones científicas que permitan entregar a los pacientes con enfermedades catastróficas soluciones especialmente para bloquear enfermedades degenerativas a través de medicamentos efectivos que garanticen mejorar su calidad de vida.
- Introducir al país medicinas alternativas para el tratamiento de diferentes enfermedades, es darle al paciente una esperanza de vida; por lo que se recomienda dar mayor apertura a este tipo de importaciones para incentivar a los emprendedores de negocios internacionales.
- Recomiendo que el Centro de Importaciones de Medicinas para Enfermedades Catastróficas, en un futuro cercano diversifique sus productos para dar mayor atención a nichos de mercado que aún están por explotar; para ello es fundamental realizar procesos de planificación para conocer las oportunidades que se puede tener y las posibles amenazas que se pueden dar al introducir nuevos productos.
- Se recomienda al Centro de Importaciones; cuando ya esté posicionado en el mercado, contratar los servicios de una enfermera calificada para que pueda suministrar las dosis en el mismo centro; cumpliendo previamente con los requisitos que el Ministerio de Salud solicite para realizar este tipo de atención.
- Al momento y de acuerdo a las entrevistas realizadas a los Reumatólogos del medio, vemos que ellos se muestran reacios a cambiar sus tratamientos tradicionales; por lo que se recomienda capacitar un equipo de visitadores médicos para que, a través de su conocimiento y experiencia, puedan introducirse en la asociación de Reumatología Ecuatoriana y den a conocer el producto, el cual pueda ser reconocido y recetado directamente por los especialistas en el área, lo cual aportaría más confianza a los pacientes.

- El área de negocios internacionales es un océano azul de oportunidades, recomiendo que se incentive a los estudiantes de esta carrera que sus proyectos los pongan en marcha y no se queden solo en papel.
- Se recomienda garantizar estabilidad laboral al personal con el fin de desenvolver una adecuada cultura organizacional, incentivando al empleado a través de diferentes técnicas de integración con el fin de comprometerlo con la empresa, hacia el logro de los objetivos.
- Se recomienda conformar alianzas estratégicas con los proveedores con el fin de consolidar negociaciones efectivas que beneficien a ambas partes permitiendo optimizar recursos económicos, materiales y humanos, y de esta manera entregar al consumidor final un producto de calidad a un precio accesible a todo bolsillo.

BIBLIOGRAFÍA

1. Acción Internacional para la Salud - Ecuador. (octubre de 2008). *Precio, Disponibilidad y Asequibilidad de Medicamentos y Componentes del Precio en Ecuador*. Recuperado el 10 de junio de 2015, de http://www.haiweb.org/medicineprices/surveys/200810EC/sdocs/survey_report.pdf
2. Aduanet. (19 de marzo de 2008). *Preguntas frecuentes de importación*. Obtenido de <http://www.aduanet.gob.pe/aduanas/informag/importac.htm>
3. Águeda, E., García, J., & Narros, M. J. (2008). *Principios del marketing* (3ra. ed.). Madrid: ESIC Editorial.
4. Arango, L. (2015). *Biblioteca Virtual*. Recuperado el 11 de mayo de 2015, de Desempleo: <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/economia/desempleo>
5. Astudillo, R. (2011). *La farmacoconomía y la incidencia de los precios de los medicamentos en el costo del tratamiento terapéutico de enfermedades comunes de los ecuatorianos*. Escuela Politécnica Nacional, Facultad de Ciencias Administrativas. Quito: Escuela Politécnica Nacional.
6. Ayala, M. (2014). *El mercado Farmacéutico en el Ecuador: Diagnóstico y Perspectiva*. Recuperado el 9 de junio de 2015, de <http://www.espae.espol.edu.ec/images/documentos/publicaciones/articulos/ElMercadoFarmaceuticoenelEcuadorDiagnosticoyPerspectiva.pdf>
7. Baca, G. (2009). *Evaluación de proyectos* (4ta. ed.). México: McGraw-Hill.
8. Baca, U. (2010). *Evaluación de proyectos*. México: McGraw - Hill Interamericana.
9. Banco Central del Ecuador. (octubre de 2014). *Tasas de interes referenciales*. Recuperado el 10 de octubre de 2014, de <http://contenido.bce.fin.ec/docs.php?path=/documentos/Estadisticas/SectorMonFin/TasasInteres/Indice.htm>
10. Cámara de Comercio de Quito. (2010). *Industria Automotriz*. Recuperado el 29 de octubre de 2013, de <http://www.lacamaradequito.com>

11. Consejo de Educación Superior. (2013). *CES*. Recuperado el 27 de octubre de 2013, de <http://www.ces.gob.ec/sala-de-prensa/galeria-de-videos/youtubegallery?videoid=rkMwYV2YEEYs>
- ecuadorenvivo.com. (3 de agosto de 2014). *El gasto en salarios públicos continúa su carrera al alza*. Recuperado el 27 de noviembre de 2014, de Diario expreso Guayaquil: <http://www.ecuadorenvivo.com/politica/24-politica/18889-el-gasto-en-salarios-publicos-continua-su-carrera-al-alza-diario-expreso-de-guayaquil.html#.VHh91E2YbIV>
12. Ediciones legales Control Sanitario. (2013). *Reglamento de aplicación de la ley de producción, importación, comercialización y expendio de medicamentos genéricos de uso humano*. Recuperado el 13 de junio de 2015, de <http://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/09/D-0392-Reglamento-de-aplicaci%C3%B3n-de-la-ley-de-producci%C3%B3n-importaci%C3%B3n-comercializaci%C3%B3n-y-expe.pdf>
13. El Mercurio Diario Independiente de la mañana. (18 de octubre de 2015). *Reducción de precio de petróleo... es un tema de mucho cuidado*. Recuperado el 10 de diciembre de 2014, de <http://www.elmercurio.com.ec/452263-reduccion-de-precio-de-petroleo-es-un-tema-de-mucho-cuidado/#.VLQ3WE2YbIU>
14. El Telégrafo. (16 de enero de 2012). *La industria farmacéutica mejora su tecnología y mantiene su crecimiento*. Recuperado el 9 de junio de 2015, de <http://www.telegrafo.com.ec/economia/item/la-industria-farmaceutica-mejora-su-tecnologia-y-mantiene-su-crecimiento.html>
15. El Telégrafo. (06 de enero de 2014). *Vistazo al panorama 2014*. Recuperado el 2 de agosto de 2014, de <http://www.telegrafo.com.ec/economia/masqmenos/item/vistazo-al-panorama-de-2014.html>
16. El Universo. (martes de junio de 2014). *Crece la balanza comercial del país en 170,4%*. Recuperado el 26 de noviembre de 2014, de <http://www.eluniverso.com/noticias/2014/06/11/nota/3083731/crece-balanza-comercial-pais-1704>
- elcomercio.com. (2014). *Subempleo es mayor en el sector rural de Ecuador*. Recuperado el 27 de noviembre de 2014, de

<http://www.elcomercio.com.ec/actualidad/negocios/subempleo-mayor-sector-rural-de.html>

17. Fernández, S. (2011). *Los proyectos de inversión* (1ra ed.). Costa Rica: Editorial Tecnológica.
18. Fleitman, J. (2000). *Negocios Exitosos*. México: Mc Graw Hill.
19. Gallardo, J. (2013). *Evaluación económica y financiera: Proyectos y portafolios de inversión bajo condiciones de riesgo*. México: Dirección General de Publicaciones y Fomento Editorial.
20. Gitman, L. (2011). *Principios de administración financiera* (10ma ed.). México: Pearson Addison Wesley.
21. Gómez, D. (2007). *Evaluación ambiental estratégica*. Barcelona: Ediciones Mundi - Prensa.
22. Harvard Business . (2007). *Crear un plan de negocios*. Santiago de Chile: Impact Media Comercial.
23. Haydeé, A. (2012). *Fibromialgia*. Buenos Aires: Dunken.
24. Hernández et al. (2003). *Metodología de la Investigación* (3ra. ed ed.). México: McGraw Hill.
25. Hernández, L. (2003). *Los riesgos y su cobertura en el comercio internacional*. Madrid: FC Editorial.
26. Loranca, R. (2006). *Plan de negocios para el Hotel Mar y Tierra*. Universidad de las Américas Puebla, Escuela de Negocios y Economía. México: Universidad de las Américas Puebla.
27. Meza, J. (2013). *Evaluación financiera de proyectos* (3era ed.). Valledupar: Ecoe Ediciones.
28. Rentería, M. B. (2012). *Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa importadora y comercializadora de rodamientos automotrices, en el norte del Distrito Metropolitano de Quito*. Sangolquí: Escuela Politécnica del Ejército.
29. Rodríguez, A. (2012). *Fundamentos de mercadotecnia*. Mexico: Mc Graw Hill.
30. Thomsen, M. (2009). *El plan de negocios dinámico*. España: Federique Gerard.

ANEXOS

Anexo 1. Modelo de Encuesta

ENCUESTA

NOMBRE : _____

EDAD : _____

SEXO : _____ EDAD: _____

1. ¿Desde hace cuántos años fue diagnosticado de Artritis Reumatoide?

0 - 2 años _____

3 -5 años _____

6 -8 años _____

9 - 11 años _____

12 años en adelante _____

2. ¿Actualmente qué tratamiento recibe para tratar la AR?

Sales de oro _____

Tratamientos biológicos como el Actemra _____

Fármacos comunes _____

Corticoides _____

Metrotrexato _____

3. ¿Está consciente de los efectos secundarios de los medicamentos que Usted toma?

SI _____

NO _____

4. ¿El costo de los medicamentos afecta su economía familiar?

SI _____

NO _____

5. ¿Se siente a gusto con su tratamiento o le gustaría conocer alternativas diferentes para tratar la AR?

SI _____

NO _____

OTRA ALTERNATIVA _____

6. ¿Quiere seguir tomando los medicamentos comunes para toda la vida o le gustaría curar su AR?

SI _____

NO _____

7. ¿Le gustaría curar su AR?

SI _____

NO _____

8. ¿Existe un medicamento para bloquear la enfermedad el cual ha tenido gran éxito en pacientes tratados, a un precio mínimo y con efectos a largo plazo, incluso con remisión total de la enfermedad, le gustaría poder tener acceso a este medicamento?

SI _____

NO _____

9. ¿Si éste medicamento se distribuiría directamente en un centro de acopio lo adquiriría sabiendo que es un medicamento aprobado por la FDA y cuenta con todas las garantías de fabricación y distribución?

SI _____

NO _____

10. E.P.T. es un medicamento hecho del veneno de una hormiga llamada de Palo Santo cuyo principio activo produce un bloqueo de la AR logrando remisiones permanentes de la enfermedad, cuyo costo no llega a USD.200.00 todo el tratamiento, que es por vía subcutánea. ¿Estaría dispuesto a probarlo?

SI _____

NO _____

11. ¿Una vez probada su efectividad recomendaría su uso a otros pacientes?

SI _____

NO _____

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo 2. Entrevista Reumatólogo

Entrevista

Nombre Doctor:

Manuel Moreno A.

Especialidad:

Reumatólogo

Institución:

Rivado.

Dr. Manuel Moreno A.
- Reumatólogo
Libro III - Folio 273 No. 829

¿Nos puede definir lo que es la artritis reumatoide?

Es una enfermedad autoinmune polistruada, multistruada del etidigi de durado q' afecta a los gyo etno sictorio.

¿Cuáles son las complicaciones, dolencias que presenta esta enfermedad a los pacientes que lo padecen?

1.- Síntomas general: malestar, debilidad, inflamación polistruada (dolor, hinchazón) y artropatía polistruada. 2.- Puede desarrollar en sus gyo otras artropatías: Bursitis, etc.

¿Nos explica acerca de los tratamientos y medicamentos actuales que existen en el mercado para aliviar el dolor?

Intoxicante, corticoide, antiinflamatorio (Ciclooxigenasa), arava, azatioprina, ciclofosfáido, metotrexato o biológicos: Tocilizumab, Abatacept, rituximab, etc.

¿Considera que los medicamentos con los que se trata dicha enfermedad ayudan de manera significativa a los pacientes que padecen esta enfermedad?

Si

¿Se ha estudiado la idea de introducir medicamentos alternativos para aliviar esta enfermedad?

No

¿Ha escuchado o tiene conocimiento acerca de la EPT medicamento que trata la artritis reumatoide?

No

¿Sabe acerca de las investigaciones realizadas sobre esta medicina a base del veneno de un insecto denominado "hormiga de palo santo"?

No

¿Si se introdujera esta medicina en el país si lo prescribiría a sus pacientes?

- 1.- Primero si hay estudios Fase III como mínimo
- 2.- Si es aprobado por Organismo Internacional de Alta Calidad o similar como lo FDA o la EMA.
- 3.- Si el rigor de la investigación científica se ha cumplido: doble ciego, aleatorizado, randomizado.

Anexo 3. Proforma de E.P.T (Laboratorios IFA)



PROFORMA

No. 000-0001

Santa Cruz de la Sierra - Bolivia

Razon Social :

Contacto :

Telefonos:

N.I.T.

Contacto:

Correo:

Fecha:

PEDIDO	CODIGO	DESCRIPCION	MEDIDA	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
5000	1789	EPT	16 ML	1	5000	150,00	750,000,00

Son : SETECIENTOS CINCUENTA MIL Dolares.

NOTA-

Entregar en Direccion:

Fecha de entrega:

Horario de entrega:

Persona de contacto que recibe:





www.laboratoriosifa.com



Anexo 4. Cotización de la póliza

LUGO & SALGUERO

ASESORES PRODUCTORES DE SEGUROS

Quito, 15 de Febrero del 2016

Señora
Yolanda Vacacela
Presente. -

Referencia: Cotización (Seguro de Transporte Aéreo)

De mi consideración

Estimada Yolanda

Mercadería: delicada medicamentos
Puerto salido: Bolivia
Puerto llegado: Quito
Cobertura: Todo riesgo
Tasa: 1% riesgo alto

Saludos Cordiales

Luz Angela Lugo M.
LUGO & SALGUERO
Asesores Productores de Seguros
0993996936 / 0997766823

Anexo 5. Flete Aéreo



Quito, 15 de febrero de 2016

Atentamente,
Yolanda Vacacela
Departamento de Importaciones.
Presente.-

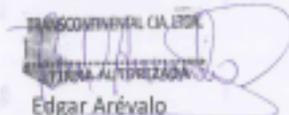
A continuación por favor encuentre la tarifa aérea solicitada:

ORIGEN	BOLIVIA	DESTINO	Quito
INCOTERM	EXWORK	TIPO DE CARGA	MEDICINAS
PESO Kg	200,00	VOLUMEN m3	

DESCRIPCION CARGOS EN ORIGEN			
FLETE AÉREO	USD		2.500,00
MANEJO EN EL EXTERIOR	USD		100,00
DOCUMENTACION	USD		88,00
PICK UP SANTA CRUZ DE LA SIERRA	USD		500,00
COSTO DEL FLETE 5 %			
		TOTAL	3.188,00

- * FRECUENCIAS 3 POR SEMANA
- * TRÁNSITO 1 DÍA
- * TARIFA NO INCLUYE BODEGAJE, IMPUESTOS, MULTAS

Atentamente

TRANSCONTINENTAL CALISTO

 EDGAR ARÉVALO
 EDGAR ARÉVALO

Anexo 6. Cotización del agente afianzado de aduana



César Chávez Barriga & Asociados Cia. Ltda.
COMERCIAL ADUANERA Servicio y Creatividad a Tiempo

Quito, 15 de febrero de 2016

Señora
Yolanda Vacacela
Presente

De mi consideración:

En atención a su amable requerimiento, a continuación encontrará el detalle de nuestra propuesta como Agentes de Aduana para sus trámites de importación en la ciudad de Quito:

Honorarios Nacionalización por embarque US \$240 + IVA

NOTA: Se debe considerar que la tarifa propuesta estará vigente hasta el 31/12/2016, ya que debemos verificar la tarifa mínima que entre en vigencia a partir del 01/01/2017, de acuerdo al Salario Básico Unificado.

FORMA DE PAGO

Se otorgará un plazo de 15 días para el pago de las Facturas que se generen por concepto de nuestros honorarios profesionales y por los reembolsos de gastos.

Para el caso de los gastos que se cubran a nombre de su representada, solicitamos retenciones vacías para entregarlas al momento de realizar los pagos. Esto implica que las reposiciones de gastos serán emitidas considerando el descuento de las retenciones.

ENTREGA DE DOCUMENTACIÓN

Nos comprometemos con la entrega de la documentación asociada al trámite hasta 2 días después de recibida la carga en sus bodegas.

Esperamos que la presente oferta satisfaga sus expectativas, quedo atenta a sus comentarios y lista para satisfacer cualquier inquietud que tengan al respecto.

Atentamente,
CESAR CHÁVEZ BARRIGA & ASOCIADOS

Ana Carolina Chávez
Firma Autorizada

Ing. Ana Carolina Chávez
Presidenta