



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES**

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERO - INGENIERA EN CONTADURIA PUBLICA-CPA**

TÍTULO DEL PROYECTO

**Gestión administrativa de los productos ajustados con motivo al
gasto por fraccionamiento de las Farmacias Cruz Azul de la empresa
DIFARE S.A. de la zona 5 en el periodo 2014.**

Autores: ENRIQUE NILO BARZOLA CAZAR
EVELYN XIOMARA RAMOS PARRA

**Milagro, noviembre del 2015
ECUADOR**

ACEPTACIÓN DEL(A) TUTOR(A)

Por la presente hago constar que he analizado el proyecto de grado presentado por los estudiantes BARZOLA CAZAR ENRIQUE NILO y RAMOS PARRA EVELYN XIOMARA, para optar al título de Ingeniería en Contaduría Pública y Auditoría y que acepto tutoriar a los estudiantes, durante la etapa del desarrollo del trabajo hasta su presentación, evaluación y sustentación.

Milagro, Noviembre del 2015

Msc. Ing. Felix Enrique Villegas Yagual.

C.I.: 0906346135

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

El autor de esta investigación declara ante el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro, que el trabajo presentado es de nuestra propia autoría, no contiene material escrito por otra persona, salvo el que está referenciado debidamente en el texto; parte del presente documento o en su totalidad no ha sido aceptado para el otorgamiento de cualquier otro Título o Grado de una institución nacional o extranjera.

Milagro, Noviembre del 2015

Firma del estudiante

Barzola Cazar Enrique Nilo

CI: 0921146551

Firma del estudiante

Ramos Parra Evelyn Xiomara

CI: 0940126923

CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA

El tribunal calificador previo a la obtención del título de Ingeniero en Contaduría Pública y Auditoría otorga al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones:

MEMORIA CIENTIFICA	[]
DEFENSA ORAL	[]
TOTAL	[]
EQUIVALENTE	[]

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL
Ing. Feliz Villegas Yagual MEA

PROFESOR DELEGADO
Ing. Dalva Icaza Rivera

SECRETARIO
Ing. María Campuzano
Rodríguez

DEDICATORIA

*Dedico este proyecto a mis
queridos padres por
apoyarme en mis estudios,
por su amor incondicional
y por creer en mi
capacidad.*

*A mis hermanos por estar
conmigo en todo momento
brindándome su cariño.*

Con Amor Evelyn

AGRADECIMIENTO

*Agradezco a Dios
por haberme
guiado en este
proceso, a mis
padres quienes me
brindaron su
apoyo en todo
momento, a mi tía
Esperanza por
estar pendiente de
mí y a mi
compañero de tesis
por su paciencia.*

Gracias.

DEDICATORIA

La concepción de este proyecto está dedicada a mis padres Homero Barzola y Gladys Cazar, pilares fundamentales en mi vida. Sin ellos, jamás hubiese podido conseguir lo que hasta ahora. Su tenacidad y lucha insaciable han hecho de ellos el gran ejemplo a seguir y destacar, no solo para mí, sino para mis hermanos y familia en general. También dedico este proyecto a mi esposa Silvia Reinoso, Mi Princesa, compañera inseparable de cada jornada. Ella representó gran esfuerzo y tesón en momentos de declive y cansancio. A mis amados hijos Mauro, Valeska y Mahetabelth por ser mi fuente de motivación e inspiración para poder superarme cada día más y así poder luchar para que la vida nos depare un futuro mejor. A ellos este proyecto, que sin ellos, no hubiese podido ser.

Con Amor Enrique

AGRADECIMIENTO

En primer lugar a Dios por haberme guiado por el camino de la felicidad hasta ahora; en segundo lugar a cada uno de los que son parte de mi familia a mi Padre Homero Barzola, mi Madre Gladys Cazar, mi segunda madre MI ABUELA Nieves Rivera, a mis hermanos y a todos mis tíos; por siempre haberme dado su fuerza y apoyo incondicional que me han ayudado y llevado hasta donde estoy ahora. Mi Esposa Silvia Reinoso por ser el apoyo incondicional que nunca me faltó. A ti que desde arriba me cuidas y guías en cada paso que doy, aunque no estés presente te llevo en mi corazón y sé que te sientes orgulloso por este logro, MI ABUELO Luis Cazar.

A mi compañera de tesis porque en esta armonía grupal lo hemos logrado, llegar a nuestro objetivo principal ser profesionales con un gran criterio.

Gracias.

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Ingeniero.

Fabrizio Guevara Viejó, MAE.

Rector de la Universidad Estatal de Milagro

Presente.

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor del Trabajo realizado como requisito previo para la obtención de nuestro Título de Tercer Nivel, cuyo tema fue “Gestión administrativa de los productos ajustados con motivo al gasto por fraccionamiento de las Farmacias Cruz Azul de la empresa Difare S.A. en la zona 5 en el año 2014” y que corresponde a la Facultad Ciencias Administrativas y Comerciales

Milagro, 29 de octubre de 2015

Firma del Estudiante (a)

Barzola Cazar Enrique Nilo

CI: 0921146551

Firma del Estudiante (a)

Ramos Parra Evelyn Xiomara

CI: 0940126923

ÍNDICE GENERAL

Contenido

CAPITULO I	4
1. EL PROBLEMA.....	4
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	4
1.1.1. Problematización	4
1.1.2. Delimitación del problema	5
1.1.3. Formulación del problema	6
1.1.4. Sistematización del problema.....	6
1.1.5. Determinación del tema.....	7
1.2. OBJETIVOS	7
1.2.1. Objetivo general.....	7
1.2.2. Objetivos específicos.....	7
1.3. JUSTIFICACIÓN	7
1.3.1. Justificación de la Investigación.....	7
CAPITULO II	9
2. MARCO REFERENCIAL.....	9
2.1. MARCO TEÓRICO.....	9
2.1.1. Antecedentes históricos.....	9
2.1.2. Antecedentes referenciales	35
2.2. MARCO LEGAL	38
2.3. Marco conceptual.....	40
2.4. hipótesis y variables	46
2.4.1. Hipótesis General	46
2.4.2. Hipótesis Particulares	46

2.4.3.	Declaración de variables	47
2.4.4.	Operacionalización de las variables	47
CAPITULO III	49
3.	MARCO METODOLOGICO	49
3.1.	TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACION Y SU PERSPECTIVA GENERAL	49
3.2.	LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA.....	49
3.2.1.	Delimitación de la población	50
3.2.2.	Tipo de muestra.....	50
3.2.3.	Tamaño de la muestra	51
3.2.4.	Proceso de selección.....	52
3.3.	LOS METODOS Y LAS TECNICAS.....	52
3.3.1.	Método teórico	52
3.3.2.	Métodos empíricos	53
3.3.3.	Técnicas e instrumentos	53
3.4.	PROCESAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN.....	54G
CAPITULO IV	55
4.	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	55
4.1.	ANALISIS DE LA SITUACION ACTUAL	55
4.2.	ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS	77
4.3.	El análisis de datos no sólo consiste en su presentación y procesamiento.	78
4.4.	RESULTADOS.....	80
4.5.	VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS.....	80
5.	CONCLUSIONES	83
6.	RECOMENDACIONES	85
7.	ANEXOS	86
8.	BIBLIOGRAFÍA	97

ÍNDICE DE CUADROS

Tabla 1: Base de datos DIFARE S.A.....	6
Tabla 2: Variables Independientes	47
Tabla 3: Variables Dependientes	48
Tabla 4: Base de Datos DIFARE S.A en Farmacias Cruz Azul	50
Tabla 5: Pregunta 1	57
Tabla 6: Pregunta 2.....	58
Tabla 7: Pregunta 3.....	59
Tabla 8: Pregunta 4.....	60
Tabla 9: Pregunta 5.....	61
Tabla 10: Pregunta 6.....	62
Tabla 11: Pregunta 7.....	63
Tabla 12: Pregunta 8.....	64
Tabla 13: Pregunta 9.....	65
Tabla 14: Pregunta 10.....	66
Tabla 15: Hipótesis General	82
Tabla 16: Hipótesis Particulares.....	82

ÍNDICE DE FIGURAS

Ilustración 1: PREGUNTA 1	57
Ilustración 2: Pregunta 2	58
Ilustración 3: Pregunta 3	59
Ilustración 4: Pregunta 4	60
Ilustración 5: Pregunta 5	61
Ilustración 6: Pregunta 6	62
Ilustración 7: Pregunta 7	63
Ilustración 8: Pregunta 8	64
Ilustración 9: Pregunta 9	65
Ilustración 10: Pregunta 10	66

RESUMEN

Nuestro objetivo principal es lograr una disminución en los ajustes que se realizan mensualmente en los locales de las farmacias Cruz Azul de la Zona 5.

Para este objetivo se utilizara los métodos hipotético-deductivo donde nos ayudara a definir las hipótesis del porque el alto índice de los ajustes llegando a una deducción y poder sostener nuestra teoría. El método analítico-sintético nos será de gran ayuda para poder analizar los productos que se ajustaron obteniendo un estudio del comportamiento general en los locales y poder sintetizar los motivos de ajustes utilizados en la empresa. El método inductivo-deductivo será nuestra base para determinar que productos no se debieron ajustar llevándolo de un nivel particular a general teniendo en cuenta que se generan ajustes de un mismo producto en varios locales. Y desde lo general a lo particular permitiendo disminuir los valores generales de los ajustes hasta llevarlos a un solo ajuste en un local.

Nuestros resultados nos permitirán en el futuro reducir un alto porcentaje de los valores ajustados por motivos de fraccionamiento al gasto teniendo como herramienta para este resultado la verificación de los lotes y fechas de caducidad de las blíster de los productos. También se gestionara una política de revisión de mínimos y máximos para los encargados de los locales y poder tener una mejora en este proceso con la finalidad de tener menos productos de baja rotación en los locales. Se dejara como conclusión la propuesta de establecer una herramienta tecnológica que nos permita devolver las blíster completas y conciliar los productos para proceder con la devolución a los proveedores según lo estipulado por las políticas internas de la compañía.

Palabras clave: Ajustes, Fraccionamiento, mínimos y máximos, blíster, productos de baja rotación.

ABSTRACT

Our main objective is to achieve a decrease in the monthly adjustments made on the premises of the Cruz Azul pharmacies Zone 5.

For this purpose the hypothetical-deductive methods which will help us define the hypothesis that the high rate of reaching deduction adjustments and to sustain our theory was used. The analytic-synthetic method will be of great help to analyze the products were adjusted to obtain a survey of the general behavior on the premises and to summarize the reasons used in business settings. The inductive-deductive method will be our base to determine which products are not bringing it should set a general level particularly considering that the same product settings are generated at various locations. And from the general to the particular enabling lower overall setting values to take them one at a local setting.

Our results allow us in the future to reduce a high percentage of the values set on the basis of expenditure splitting taking this result as a tool for checking of batches and expiry dates of the blister products. Policy review of minimum and maximum charge of the home and also manage to have an improvement in this process in order to have less slow-moving products on the premises. The proposal to establish a technological tool that allows us to return the complete blister and fall products to proceed with the return to suppliers as stipulated by the internal policies of the company let conclusion.

Keywords: settings, fractionation, minimum and maximum blister, slow moving products.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación está dirigida al estudio del aumento que sufre el ajuste al gasto por fraccionamiento, por el mal manejo de los fármacos de baja rotación que ocurre en farmacias Cruz Azul por parte de los recurso humano de la empresa ya que no existe un buen manejo de las políticas de devolución a causa por este motivo los fármacos no pueden ser devueltos a los proveedores, se realizara varios estudios para poder lograr bajar los ajustes por fraccionamiento teniendo en cuenta y verificando como se realiza el retiro de los productos por fecha corta. Los empleados tienen que tener en cuenta la fecha de caducidad de los fármacos, así como es el manejo de mínimos y máximos para verificar que no haya incremento de los productos de baja rotación, verificar si la falta de capacitación al personal sobre las políticas de devolución está afectando en el manejo de los productos de baja rotación.

Para la sociedad este proyecto trata de evitar un expendio de productos no aptos para el consumo humano mejorando los controles de calidad y controles internos de farmacias Cruz Azul para de esta manera brindar un mejor servicio a los clientes externos, debido a que en la actualidad los clientes no toman las medidas de precaución de revisar las fechas de caducidad de los productos adquiridos.

Esta investigación contribuirá a la empresa como al recurso humano, por el mal manejo de los productos de baja rotación pierden las dos partes, al no poder vender estos productos baja la rentabilidad para la empresa y el recurso humano no recibe una buena remuneración por no tener la facilidad de venta de estos productos implicando con esto no llegar a las variables que se manejan en la empresa.

Se solicitara una herramienta tecnológica que ayude a enlazar con el resto de locales para poder saber cuáles son los blíster que no podrán ser devueltos y compararlos con el resto de locales para poder remplazarlos y no enviarlo al gasto por fraccionamiento y poder cumplir con las políticas internas de devolución.

La investigación realizada se diferencia de otras pues en ellas solo se dedica a un solo local mientras que la nuestra se ejecutara a la cadena de farmacias Cruz Azul en la Zona 5, si esta investigación llega a tener un impacto fundamental e importante en los

valores de los ajustes al gasto por fraccionamiento y los gerentes de la empresa deciden llevarla a cabo aumentaría en gran valor la utilidad, el ajuste del gastos por fraccionamiento tendrá una baja muy importante a causa de los cambios presentados en nuestro estudio.

CAPITULO I

1. EL PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1. Problematización

Farmacias Cruz Azul se originó hace 15 años dando un gran servicio a la comunidad, esta cadena de farmacias está ubicada en 150 ciudades del Ecuador. La línea de productos que maneja Farmacias Cruz Azul se despliega desde productos de consumo masivo hasta los medicamentos que ayudaran a nuestros clientes a cuidar su salud.

La salud de los clientes siempre esta primero en nuestros pensamientos, con esta ideología en práctica Farmacias Cruz Azul acata todas las disposiciones dictadas por el Ministerio de Salud Pública. Con esta ideología se cumple con la disposición de la evacuación de los productos con 60 días de anticipación de su fecha de caducidad sin embargo existen grandes cantidades de productos ajustados por no cumplir con los requisitos de devolución. En la actualidad se siguen realizando ajustes de este tipo los mismos que nos llevan a tener valores altos en este rubro por la falta de una herramienta que nos permita poder validar en el sistema informático los lotes y fechas coincidentes a nivel nacional.

Estos ajustes se produce por la falta de conocimiento del proceso de retiro de productos por fecha corta causando un aumento de productos que se enviarían al gasto, dicho efecto tendrá un impacto en el Estado de Resultados.

De igual forma la falta de revisión de mínimos y máximos de los productos de baja rotación afectan a los ajustes teniendo un incremento de productos de baja rotación al no realizar el debido proceso de actualización en los mínimos y máximos.

La restricción de venta de medicamentos sumado con la falta de capacitación en el personal en las políticas de devolución genera un alto nivel de productos que no cumplen con los requisitos para poder realizar la devolución a los proveedores.

La falta de revisión de los productos en todos los locales antes de ajustar, produce un aumento de valores en el ajuste al gasto.

De mantenerse esta situación en Farmacias Cruz Azul este rubro se volverá crítico al finalizar cada año por el alto valor que genera de pérdida de manera global, adicional el recurso humano que labora en los locales se adaptara a la situación tratando de que todos los productos sean ajustados mediante este tipo de ajuste perjudicando a la empresa. Los mínimos y máximos de los productos que existen en los locales de Farmacias Cruz Azul sin el debido control tendrán una alta incidencia en este rubro porque si no controlamos este proceso de manera adecuada tendremos muchos productos que no tienen rotación en las farmacias elevando el número de ajustes que se deberán ejecutar cada mes a causa de esta falta de control. La falta del cumplimiento de las políticas de devolución aumenta el número de productos que no son devueltos al proveedor afectando al ajuste realizado mensualmente y como no existe una herramienta que nos permita comparar los lotes y fechas con el resto de las existencias solo se realizan los ajustes correspondientes elevando el valor mensual de este rubro.

Este problema tendrá un control exhaustivo en todos los locales y se solicitara un reporte semanal de los ajustes generados con el motivo de productos al gasto, estos datos nos servirá para tener un control estadístico de un mes versus el anterior.

1.1.2. Delimitación del problema

País: Ecuador

Zona: Zona 5

Sector: Urbano

Área: Administrativa

Aspecto: Mejoras de políticas y procedimientos de control interno

Recurso Humano: 317 que son el objetivo de investigación.

Tema: Gestión Administrativa de los productos ajustados con motivo al gasto por fraccionamiento de las farmacias Cruz Azul de la Empresa DIFARE S.A de la Zona 5 en el periodo 2014.

CUADRO N# 1

Número de empleados

Base de datos de DIFARE S.A.

DISTRIBUIDORA FARMACEUTICA ECUATORIANA DIFARE S.A.	Total Empleados
ALIANZAS	41
CADENA DE SUMINISTRO	525
CONSUMO OTC	18
CORPORATIVO	259
CRUZ AZUL	1369
DIRECTORIO	36
DISTRIBUCION	99
DROMAYOR	167
FARMA	63
FARMACIAS	109
FRANQUICIAS CRUZ AZUL	3
INMOBILIARIA	3
INTERNACIONAL	2
JUBILADOS	3
PHARMACYS	717
REPRESENTACIONES	29
TECNOLOGIA Y SISTEMAS	1
Total general	3444
EMPLEADOS FARMACIAS CRUZ AZUL ZONA 5	Total Empleados
CRUZ AZUL	317
TOTAL EMPLEADOS FARMACIAS CRUZ AZUL ZONA 5	317

Elaborado por: Enrique Barzola – Evelyn Ramos

1.1.3. Formulación del problema

¿Cómo incide los ajustes por fraccionamiento de pastillas de baja rotación en la Cadena de Farmacias Cruz Azul?

1.1.4. Sistematización del problema

¿En qué afecta la falta de concientización en el seguimiento del proceso de retiro de productos por fecha corta al aumento de productos que se enviarán al gasto?

¿En qué afecta la revisión de mínimos y máximos de los productos de baja rotación al incremento de productos de baja rotación?

¿De qué manera afecta la falta de capacitación en el personal para identificar que productos son de baja rotación para no poder realizar la devolución a los proveedores?

¿En qué nivel afecta la falta de revisión de los productos por caducar antes de realizar la venta con el aumento de las cuentas por cobrar a los recursos?

1.1.5. Determinación del tema

Gestión Administrativa de los productos ajustados con motivo al gasto por fraccionamiento de las Farmacias Cruz Azul de la Empresa DIFARE S.A. de la ZONA 5 en el periodo 2014.

1.2. OBJETIVOS

1.2.1. Objetivo general

Realizar un estudio para lograr una disminución de ajustes por fraccionamiento de productos de baja rotación de la Cadena de Farmacias Cruz Azul

1.2.2. Objetivos específicos

- Establecer en que forma incide la falta de conocimiento del proceso de retiro de productos por fecha corta en el aumento de productos que se enviaran al gasto.
- Determinar de qué forma afecta la falta de revisión de mínimos y máximos con el incremento de productos de baja rotación.
- Analizar cómo afecta la falta de capacitación en el personal de las políticas de devolución en la no devolución a los proveedores.
- Analizar cómo afecta la falta de revisión de los productos en los locales antes de ajustar con el aumento de productos ajustados con motivo al gasto de la Cadena de Farmacias Cruz Azul.

1.3. JUSTIFICACIÓN

1.3.1. Justificación de la Investigación

Realizado el análisis de la situación de la empresa se puede establecer con claridad la necesidad de implantar un nuevo método de control de los productos que tienen una baja rotación y que debido a la mala práctica del personal ocasiona que se genere una pérdida en la utilidad de la empresa. Adicional a esto se tendrá la colaboración de las Farmacias para implementar un proceso con las herramientas tecnológicas para

poder facilitar la aplicación del nuevo diseño y a través de ellos dar un seguimiento y evaluar las mejoras que se obtendrían.

Con la información que se tendrá a través de este proceso investigativo podremos dar una solución a la problematización que existe en la empresa y llegar a implementar un manual de procedimientos en la administración de los productos de baja rotación para reducir la pérdida de utilidad generada por la mala utilización de este proceso.

CAPITULO II

2. MARCO REFERENCIAL

2.1. MARCO TEÓRICO

2.1.1. Antecedentes históricos

En noviembre de 1983, Carlos Cueva Gonzáles y su esposa Galicia Mejía Zevallos, instalan la farmacia MARINA en las calles Pedro Moncayo y Manuel Galecio. Ahí fueron testigos de primera mano de las oportunidades en la distribución de las medicinas que necesitaban para proveer su negocio. Decidieron hacer algo al respecto y un año después el primero de julio de 1984, iniciaron como Distribuidora Farmacéutica Rene que funcionaba desde la misma farmacia.

Esta fecha hoy en día ha sido institucionalizada como la fecha de su fundación de GRUPO DIFARE, ya que constituye el inicio del negocio de distribución. Un servicio diferente, que se caracterizó por una mayor rapidez en la entrega de los productos, amplitud de surtidos e innovadoras políticas de negocios, llevó a la Distribuidora Rene a captar la atención de pequeñas y medianas farmacias.

Poco a poco la empresa empezó a ganarse la confianza de cada vez más clientes. En enero de 1985 se traslada a la avenida Quito y Quisquis con un local de 200 mts² y se organiza Distribuidora Rene.

En julio de 1987, con el objetivo de darle una proyección nacional la compañía cambia de nombre y deja de ser Distribuidora Rene para convertirse formalmente en Distribuidora Farmacéutica Ecuatoriana DIFARE S.A.

En abril de 1988 la empresa se traslada a las calles primero de mayo y José Mascote (este local era de Laboratorios Abbott donde había funcionado más de 20 años) para tener oficinas y bodegas más amplias donde almacenar su creciente inventario de productos.

El gran crecimiento de la demanda que se extendió hasta otras provincias de la costa, le obligaba a contar con mayor espacio y en 1988 el Grupo DIFARE adquiere 2000mts² en la vía terminal terrestre.¹

Difare S.A. un conjunto de empresas de capital 100% ecuatoriano que desde 1984, hemos impulsado el sector farmacéutico del país a través de nuestras divisiones de negocio: Distribución, Desarrollo de Farmacias y Representaciones de Productos.

Nuestra labor en la División de Distribución nos ha permitido alcanzar una cobertura mayor a 3400 puntos de venta a nivel nacional, entre farmacias, sub-distribuidores y mayoristas del canal farmacéutico y de consumo.

Grupo Difare, con el fin de impulsar el crecimiento de micro empresarios farmacéuticos, crea en el 2000 y 2006 respectivamente, Farmacias Cruz Azul y Farmacias Comunitarias. Por medio de su División de Desarrollo de Farmacias, estas franquicias se han posicionado como las más importantes del país. Actualmente ambas cuentan con más de 950 locales en 145 poblaciones del país, convirtiendo a Cruz Azul en la franquicia más grande del Ecuador. Desde el 2002, esta división impulsó la cadena Pharmacy's, cumpliendo la promesa de ser la mejor experiencia en compra de farmacias gracias a su variedad de productos, atención profesional, personalizada y ágil.

La División de Representaciones de Productos, en alianza con importantes laboratorios farmacéuticos, incorpora y desarrolla marcas nacionales e internacionales en el mercado ecuatoriano. Entre sus marcas más conocidas se encuentran **Menticol, Mentol Chino, Hepagen, Lacteol, Mixavit, Mebo, Atrolip, Proton, Cipran, Kurador**, entre otras.

Para potencializar los negocios corporativos y PYMES (Pequeñas y Medianas Empresas) en especial del sector de la salud, a nivel local e internacional, nuestra empresa de tecnología, Dires, desarrolla soluciones integrales e innovadoras. El sistema "NEPTUNO", para administración de farmacias, cuenta con más de 2400

¹ <http://slideplayer.es/slide/1057414/>

licencias en Ecuador y se encuentra en proceso de instalación en otros países de la región.

Nuestra Responsabilidad Corporativa nos llevó a crear en el 2004 la Fundación Educativa FEDIFARE para contribuir con la capacitación de personas vinculadas al sector farmacéutico mediante programas académicos y uso de nuevas tecnologías. Su gestión ha permitido llegar a más de 8000 beneficiados.²

Grupo Difare y su división de negocios

Distribución

Es la división que comercializa productos farmacéuticos y de consumo, atendiendo las necesidades de los diferentes puntos de venta farmacéuticos y de consumo a nivel nacional, ofreciendo un adecuado abastecimiento mediante procesos de distribución, el uso de herramientas tecnológicas, comerciales y financieras. Somos pioneros en el desarrollo de modelos de atención, incorporando en la cadena de abastecimiento el pedido electrónico.

Líder de distribución farmacéutica en el Ecuador, Grupo Difare provee más de 12.000 ítems para atender las necesidades de abastecimiento a más de 3.400 clientes en el país, entre los cuales se encuentran minoristas, mayoristas y distribuidores farmacéuticos y de consumo.

Contamos con dos bodegas principales en las ciudades de Guayaquil y Quito y puntos de conexión ubicados estratégicamente a nivel nacional que nos permiten cumplir con tiempos de entregas hasta 24 y 48 horas en ciudades y provincias respectivamente.

Hemos desarrollado modelos de negocio colaborativos tanto con laboratorios como Novartis, Bayer, Merck Sharp & Dohme y Pfizer, así como también con los distribuidores locales ARTISFARMA, DIFAL y APROFARM, que nos ha permitido diferenciarnos en el mercado y extender nuestra labor a todas las regiones del país.³

² <http://www.grupodifare.com/quienesomos.aspx>

³ <http://www.grupodifare.com/distribucion.aspx?i=0>

Desarrollo de Farmacias

Grupo Difare promueve las primeras franquicias de farmacias en el país: Farmacias Cruz Azul y Farmacias Comunitarias que actualmente cuentan con una cobertura en 165 poblaciones con más de 960 locales. La cadena Pharmacy's forma parte también de nuestras farmacias que brindan a los ecuatorianos el mejor servicio de variedad y precio de productos.

La cadena Pharmacy's forma parte también de nuestras farmacias que brindan a los ecuatorianos el mejor servicio de variedad y precio de productos.⁴

Representaciones de Productos

Esta división mantiene alianzas con laboratorios internacionales que han confiado en el Grupo Difare para desarrollar y comercializar sus marcas en el país. Contamos con la representación de los siguientes laboratorios:

- Laboratorio Julpharma (Emiratos Árabes Unidos)
- Laboratorio Stein y Newport Pharmaceutical (Costa Rica)
- Ranbaxy (India)
- Chiesi (España)
- Axcan (Franco-Canadiense),
- Interfarma y Megapharmaceutical(EE.UU. -E.M.S. de Brasil.).

La división cuenta con un equipo compuesto por visitadores a médicos, asesores comerciales y promotores para la promoción de los productos en el sector farmacéutico y de consumo.

Las unidades de negocio de esta división son: Farma, Consumo OTC y Stein.⁵

⁴ <http://www.grupodifare.com/dfarmacias.aspx?i=0>

⁵ <http://www.grupodifare.com/marcasyr.aspx?i=0>

Farma

La Unidad Farma y su equipo de especialistas trabajan en el desarrollo de la estrategia para las diferentes líneas de productos, las cuales son implementadas tanto en el Cuerpo Médico como en las farmacias, a través de los equipos de promoción médica y asesores de venta.

Dentro de las líneas de productos que maneja la unidad Farma se encuentran marcas como: Cipran, Clavoxine, Cefuzime, Cefrin, Profinal, Paralgen, Inflalid, Artrosamin, Hemoblock, Isoprinosine, Itrapor, Mebo, Neutrofer, Unigyn, Apevitin, Caverta, Colcibra, Contiflo, Enhancin, Raciper, Flebodia, Polygynax, 3V, Clofen, Ferrolent, Gynomikozal, Julphamox, Osteoform, Repoflor, Salden y Simvast.⁶

Consumo OTC

La unidad Consumo OTC desarrolla productos dirigidos al mercado masivo, así como farmaceuticos de venta libre (OTC, *“Over the counter”*).

Varias de nuestras principales marcas de Consumo y OTC han sido registradas en los países de la Comunidad Andina, lo cual ha abierto las puertas a la exportación a Perú y Colombia.

Dentro de esta unidad mantenemos las siguientes líneas de productos:

Dolor

Esta línea se compone por marcas posicionadas en el mercado como lo son Menticol, Mentol Chino, Vaporex, Nodorex, Nodor, Kurador, entre otras.

Como parte de nuestra política de calidad e innovación en nuestros productos, los cuales son fabricados en alianza con varios laboratorios a nivel nacional e internacional, como: US Nonwovens (EEUU), Plethico (India) y PT Egling-Pharma (Indonesia). Y localmente con Laboratorios HG, uno de los primeros en obtener la Certificación de Buenas Prácticas de Manufactura del Instituto de Higiene y Medicina Tropical Izquieta Pérez y la Certificación ISO 9001:2000.

⁶ <http://www.grupodifare.com/marcasyr.aspx?i=0>

Vitaminas y Pediátricos:

Se enfoca en productos relacionados a vitaminas y nutrientes, energizantes e higiene y cuidado infantil. Entre los vitamínicos tenemos Mixavit para niños y Pro Energy para adultos. Ton Was es el energizante natural de nuestro portafolio de productos.

Kurador Baby y Sweet Touch son nuestras marcas relacionadas a la higiene y cuidado infantil.

Gastro – Nutricional

Esta línea está conformada por dos marcas de reconocidas como son Hepagen y Lacteol; para el cuidado y protección del Hígado y uno de los anti diarreicos y reconstituyentes de flora bacteriana intestinal más vendidos del país respectivamente.

Varias de nuestras principales marcas de Consumo y OTC han sido registradas en los países de la Comunidad Andina, lo cual ha abierto las puertas a la exportación a Perú y Colombia. Además, mantenemos acuerdos de representación con empresas como Coinsa (Honduras), Gerco (Colombia) Mission Pharmaceuticals (India)⁷

Stein

Stein es un laboratorio de Costa Rica que desde el 2006 mantiene una alianza estratégica con nosotros. Actualmente cuenta con una penetración importante en el mercado ecuatoriano; cuenta con presencia en otros países de América Latina. (LINK PAG STEIN)

Dentro de su portafolio cuenta con la línea cardio-metabólica, gastrointestinal, antibiótica, odontológica y dolor, y OTX.

LÍNEA CARDIOMETABÓLICA

- ❖ Normolipemiantes: ATROLIP, CEROLIP
- ❖ Antidiabéticos: BIGUANIL, BIGUANIL G.
- ❖ Antihipertensivos: ACEPRES, COACEPRESS

⁷ <http://www.grupodifare.com/marcasyr.aspx?i=0>

- ❖ Antiagregante Plaquetario: EXPANSIA.

LÍNEA GASTROINTESTINAL:

- ❖ Antiulcerosos: PROTON, PROTON 3 (helicobacter), MILENIUM
- ❖ Síndrome Intestino Irritable: COLICA

LÍNEA ANTIBIÓTICA

- ❖ AZITROBAC.
- ❖ CLARITOBAC
- ❖ FLOXIMAX.

LÍNEA ODONTOLÓGICA Y DOLOR

- ❖ PRONOL, CLOREXIL, MEGACOX

LÍNEA OTX:

- ❖ Antigripales: PHENETAPS, PHENETAPS UVA, PHENETAPS DM
- ❖ Vitaminas: ACTIVITON JR.
- ❖ Fibras Naturales: PLANTAFIBER
- ❖ Aminoácidos: RECUPEREX⁸

Origen Y Antecedentes Históricos De La Franquicia.

El origen de la palabra franquicia se remonta a la edad media, época en la cual un soberano otorgaba o concedía un privilegio a sus súbditos, (“cartas francas”) quienes en virtud del mismo podían realizar en determinadas zonas del reino actividades tales como la pesca y la caza. Estas autorizaciones o privilegios se designaban utilizando el término “franc”.

Igualmente en esa época la iglesia católica concedía, a ciertos señores propietarios de tierras, autorizaciones para que actuaran en su nombre en la recolección de los

⁸ <http://www.grupodifare.com/marcasyr.aspx?i=0>

diezmos debidos a la iglesia, permitiendo que un porcentaje de lo recaudado fuera para ellos, a título de comisión y el resto para el papa.

Después del triunfo de la revolución francesa, la palabra desaparece junto con los privilegios otorgados a los nobles, y no es hasta el siglo XIX que renace en el nuevo continente, con una concepción diferente. No obstante, no se puede establecer exactamente en qué año vuelve a utilizarse esta figura, aunque puede ubicarse en los inicios del siglo XIX, tras la guerra civil en Estados Unidos de América.

El primer antecedente de franquicia en los Estados Unidos fue probablemente el otorgamiento a particulares, por vía legislativa para la explotación de algunos servicios públicos o "public utilities" como fue el caso de los ferrocarriles y los bancos, luego en la década de 1850 a 1860 la Singer Sewing Machine Company para dar solución a los problemas que afrontaba con la distribución de sus máquinas cambió la estructura básica de su funcionamiento y con ello, sembró las bases del actual sistema de franquicias, habiendo sido ésta, una franquicia de producto y marca.

Posteriormente la Coca-Cola, la General Motors, y la empresa Hertz Rent a Car comenzaron a utilizar esta manera de reproducir su negocio, al mismo tiempo que en Francia, la fábrica de lanas "la Lainière de Roubaix" trataba de asegurar salidas comerciales para la producción de una nueva planta. Por la importancia de estos hechos, ocurridos en Estados Unidos y Francia en forma simultánea, es que muchos expertos en el tema sitúan en 1929 el nacimiento del sistema de franquicias.

El gran auge de las franquicias en Estados Unidos se produce después de la Segunda Guerra Mundial cuando miles de soldados regresaron de la guerra y se hizo urgente su incorporación a la sociedad. El hecho de que no tuvieran conocimientos comerciales ni formación profesional suponía un gran problema para encontrar trabajo, pero como la mayoría disponía de cierto capital, acertaron en poner un negocio en régimen de franquicia, que garantizaba el asesoramiento de otras personas más preparadas.

Por otra parte, el crecimiento repentino de la población norteamericana y el incremento generalizado del poder adquisitivo de los consumidores, generó una fuerte demanda de una variada gama de productos, al mismo tiempo que los avances tecnológicos

permitieron la creación de nuevos productos y servicios. Era el clima idóneo para el desarrollo de las franquicias.⁹

Las Franquicia

Se trata de un contrato por el que una empresa (*el franquiciador*), cede a otra (*franquiciado*), a cambio de una contraprestación (*canon*), el **derecho a la explotación** de un conjunto de derechos de propiedad industrial o intelectual, marcas, nombres comerciales, rótulos, modelos, derechos de autor, etc, para la reventa de productos o la prestación de servicios. Además implica la prestación continuada por el franquiciador de asistencia comercial o técnica durante la vigencia del contrato, así como unas facultades de control de este hacia la actividad del franquiciado, rigiéndose normalmente por pacto de exclusividad.

La finalidad de este contrato es crear una extensa red de distribuidores que facilite la mayor difusión en el mercado de los bienes o servicios de una empresa.

Ventajas:

- Mejor distribución de productos y servicios
- Establecimiento de una amplia red, sin necesidad de realizar grandes inversiones.
- Entrada de un mayor número de competidores, con una red de distribución uniforme y eficaz.
- Reduce la presión mono política de las grandes multinacionales.
- El franquiciado puede aprovechar los conocimientos, experiencia, prestigio y clientela del franquiciador

⁹

<http://www.eumed.net/libros-gratis/2009a/478/ORIGEN%20Y%20ANTECEDENTES%20HISTORICOS%20DE%20LA%20FRANQUICIA.htm>

Inconvenientes:

- Menor beneficio por unidad, ya que este es compartido
- En ocasiones, el precio es muy elevado
- La exclusividad a la que se somete la relación comercial
- Dificultad para diversificar y extender el negocio sin consentimiento del franquiciador
- Falta de libertad para organizar su propio negocio, ya que está sujeto a las instrucciones del franquiciador.

Obligaciones del franquiciador:

- Inscribirse en el Registro de Franquiciadores, creado al efecto por la correspondiente Comunidad Autónoma.
- Facilitar al futuro franquiciado, 20 días antes de la firma del contrato, toda la información necesaria para poder decidir libremente su incorporación a la red de franquicia. Principalmente, los datos del franquiciador, descripción del sector de actividad del negocio, contenido y características de la franquicia, estructura y extensión de la red y elementos esenciales del acuerdo.
- Incorporar nuevos productos, mejorando los existentes y permitiendo que el franquiciador haga uso de los derechos de propiedad industrial e intelectual sobre los mismos.
- Facilitar en tiempo la mercancía al franquiciado.
- Formar, adiestrar y prestar asistencia técnica continua al franquiciado.
- Programar los precios de manera que se asegure la rentabilidad y estabilidad del negocio
- Controlar los stocks y la calidad de los productos.
- Respetar las cláusulas de exclusividad.

Obligaciones del franquiciado:

- Pagar el canón establecido, que puede consistir en una cantidad inicial más un porcentaje sobre las ventas y los productos suministrados por el franquiciador.

- Respetar las instrucciones recibidas en materia de precios, calidad, imagen y prestigio.
- Aplicar el sistema comercial señalado por el franquiciador.
- Permitir los controles de calidad y financieros del franquiciador.
- Usar los signos distintivos, know how y los derechos de propiedad intelectual cedidos por el franquiciador exclusivamente para la explotación de la franquicia. Esta obligación podrá estar vigente hasta después de la terminación del contrato.
- Guardar secreto de los datos e informaciones, procedentes del franquiciador, a los que tenga acceso con ocasión del contrato.
- Respetar los pactos de exclusiva.
- No ceder a un tercero los derechos y obligaciones que resulten del acuerdo, salvo consentimiento del franquiciador.¹⁰

PRINCIPALES FRANQUICIAS ESTABLECIDAS EN EL ECUADOR

POLLO STAV. Venta de pollos a la parrilla.

RESTAURANTE PIM'S: Pim's es una marca Internacional cuyo nombre proviene del exclusivo licor Inglés PIMM'S, y ha sido Registrada en Ecuador desde 1981 por Alejandro Baraya bajo convenio internacional con la Pimm's Limited de Londres. Sus Registros reposan en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI). Ofrece su marca a un costo de \$ 35 mil por cinco años y una regalía mensual de 9,5%. La inversión del franquiciado puede ascender hasta en 9.500 dólares, más la adecuación del local y el "stock" inicial de mercadería.

FRANQUICIA YOGURT PERSA: Cadena de Comidas Rápidas que con un nuevo concepto que entrelaza salud y sabor fue penetrando en la mente y el paladar de la familia guayaquileña, instituyéndose "una nueva forma de comer".
SUBWAY: La franquicia SUBWAY® es la cadena de restaurantes más grande en

¹⁰ <http://www.crear-empresas.com/franquicias>

América del Norte y está en camino de ser la cadena de restaurantes más grande del mundo, es la cadena de restaurantes # 1 en número total de restaurantes con más establecimientos que ninguna otra cadena en la industria de restaurantes de servicio rápido (QSR).

Coffee & Toffee. Cafetería.

LA PARRILLA DE HOMERO: Restaurante de Carnes a la Parrilla, fundada en 2004.

GYMBORRE ECUADOR. Play y música. Clases para niños.

PRESTO: País de origen: España. Tintorería/lavandería rápida con la más alta calidad – una hora de servicio. Año de establecimiento: 1994. Tiendas propias: 51. Tiendas franquiciadas: 490.

HIGIENSEC TINTORERÍAS. Empresa española de lavado en seco.

LOS CEBICHES DE LA RUMIÑAHUI. Establecimiento de comida con especialidad en mariscos.

CORREOS DEL ECUADOR. Negocio postal.

VIAJES ECUADOR. Forma parte de Globalia, el primer grupo turístico español.

SERVIENTREGA. Envío de paquetes y más.

PELUQUERIA ZULUOAGA. Servicios de peluquería y más.

PERFUMERIA BIBI´S. Venta de perfumes y relacionados.

CELLULEM BLOCK. Empresa europea que se especializa en tratamientos de celulitis y adelgazamiento.

THE GROWTH COACH: Capacitación y coaching para negocios y ventas.

PAÑALERAS POTOTIN. Venta de pañales a través de tiendas especializadas.

FARMACIAS CRUZ AZUL. Venta de productos médicos y relacionados.

RE/MAX. Servicios inmobiliarios.

PUBLIPLAN. Consiste en aprovechar la funda de papel en la que habitualmente las panaderías entregan un producto tan básico como el pan como nuevo medio para que los anunciantes plasmen su publicidad.

WENDYS. Establecimiento de comidas con especialidad en hamburguesas.¹¹

EMPRESAS FARMACEUTICAS EN EL ECUADOR

En Ecuador se han creado un sin número de empresas farmacéuticas debido a la demanda de estos productos por parte de la población, que día a día se ve en la necesidad de adquirirlos debido a las múltiples enfermedades que se presentan tanto en las zonas urbanas como rurales del país, es por ello que contamos con una gran variedad de farmacias que satisfagan todas las necesidades de la población.

Concepto

Las empresas farmacéuticas forman parte del área de la materia médica que se ocupa de la procedencia, naturaleza, propiedades y preparación de fármacos. Los farmacéuticos comparten con los químicos y los médicos la responsabilidad de desarrollar nuevos fármacos.

Importancia

La industria farmacéutica se ha dedicado a la fabricación de medicamentos para todo tipo de personas, es decir, los productos más exitosos no son aquellos que están destinados a curar enfermedades, sino a mejorar las condiciones físicas de los individuos.

¹¹ <http://www.rap.com.ec/es/inicio/10-espanol/areas-de-practica/139-franquicias-en-el-ecuador.html>

Objetivo

El objetivo primordial de las empresas farmacéuticas, es mejorar los servicios farmacéuticos y extender los llamados “cuidados de salud” al paciente, al personal médico, al paramédico, a la comunidad y a las instituciones en general.¹²

Un supermercado de salud

Tal como sucede con otros negocios, la farmacia moderna permite a los usuarios recorrer diferentes góndolas en las cuales se exponen los productos. Generalmente, los productos que están exhibidos en góndolas son aquellos que no necesitan receta o que son de venta libre, mientras que los medicamentos que sí la requieren suelen ser provistos por especialistas que deben verificar la receta u orden del médico antes de entregarlos. Al mismo tiempo, los responsables de proveer con tales medicamentos pueden recibir pedidos de recetas magistrales especialmente encargados para cada cliente.

Normalmente, una farmacia también puede vender productos de cosmética, implementos relacionados con la kinesiología, elementos de higiene, etc. Todos estos productos son hoy en día complementados, en las grandes farmacias, con productos no necesariamente relacionados con la farmacéutica tales como golosinas, bebidas, productos comestibles, piezas de indumentaria menor, perfumes y otros elementos.

Servicios Y Funciones Básicas Complementarias

Finalmente, una farmacia también puede ser utilizada como un centro de atención para primeros auxilios, contando en tal caso con el equipo para tomar presión, para aplicar inyecciones, etc. Esto prueba que las farmacias no pueden ser operadas por empleados si no que deben contar siempre en su staff con gente especialmente capacitada para atender las necesidades sanitarias de las personas que allí concurren. De tal modo, una farmacia es un establecimiento que debe contar con

¹²

<http://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/1361/1/TESIS%20FARMACIA%20JERUSALEN.pdf>

mayores regulaciones sanitarias y legales a la hora de funcionar que cualquier otro tipo de negocio.

Para asegurar la asistencia de los pacientes en general, las farmacias suelen formar parte de un sistema de turnos que está pensado para que siempre haya alguna farmacia abierta por la zona a la cual los individuos pueden recurrir.¹³

Farmacias del Ecuador

Farmacias Económicas - Quito

Somos una organización empresarial dedicada a comercializar productos que a nuestros clientes les brinde bienestar y salud.

Farmacias Económicas, es una farmacia con un formato práctico y amigable, que puede estar presente en cualquier sector y en cualquier ciudad del Ecuador.

Farmacias Económicas a la fecha es una Cadena Nacional, presente en 18 provincias, con 255 farmacias y agrupa más de un centenar de franquiciados los cuales atienden a la comunidad con profesionalismo, visión de futuro y "Siempre pensando en tu Ahorro".

En Farmacias Económicas buscamos ofrecer una experiencia de calidad en servicio al cliente a través de los más de 1400 colaboradores que permanentemente reciben capacitación y trabajan con sentido de responsabilidad con la comunidad, la marca y su desarrollo profesional.¹⁴

Farmacias Fybeca

La Red Vitalcard crece, ahora más establecimientos afiliados para mejorar tu estilo de vida y aumentar tu bienestar con solo presentar tu tarjeta.

Fybeca es una empresa orgullosamente ecuatoriana, pionera en el sector del retail farmacéutico. Su misión es contribuir con el bienestar de la comunidad, ofreciendo servicios de excelencia y un amplio portafolio de medicinas y productos

¹³ <http://www.definicionabc.com/general/farmacia.php>

¹⁴ www.farmaciaseconomicas.com.ec

complementario de calidad garantizada. Cuenta con más de 90 locales ubicados en las principales ciudades del Ecuador.

Su búsqueda permanente de calidad e innovación, la han convertido en la cadena de farmacias líder en el país. Fybeca tiene modernos autoservicios diseñados para brindar a sus clientes una experiencia de compra única. Ofrece secciones especializadas para niños, adultos mayores, rehabilitación, servicios de salud, entre otras.¹⁵

Farmacias Medicity

Contamos con medicinas de especialidad y una gran variedad de productos para la salud. Creemos que ser feliz te hace bien.

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

Ser líderes con alta eficiencia en la comercialización de productos y servicios para la salud y bienestar de los clientes, con una cultura diferenciadora en atención al cliente, mejoramiento continuo, crecimiento del personal y rentabilidad de la empresa.¹⁶

Farmacias Nueva Selecta - Guayaquil

Distribuidora Farmacéutica Nueva Selecta en Guayaquil

Distribuidora Farmacéutica Nueva Selecta, ofrecemos medicinas nacionales y extranjeras. Hacemos entrega domicilio, somos proveedores registrados en el Portal de Contratación Pública.¹⁷

¹⁵ <https://www.fybeca.com/site/es/site/institucional>

¹⁶ <http://www.farmaciasmedicity.com/quienes-somos/misionyvision>

¹⁷ <http://www.soyecuatoriano.com/distribuidora-farmaceutica-nueva-selecta-F170FC70319>

Farmacias Sana Sana

Empresa orgullosamente ecuatoriana que cuenta con más de 280 locales en 70 ciudades de todo el Ecuador.

Farmacias SanaSana es una empresa orgullosamente ecuatoriana que cuenta con más de 400 locales en 70 ciudades de todo el Ecuador.

Nuestro propósito es contribuir con el mantenimiento y recuperación de la salud y bienestar de la comunidad, brindando una excelente atención y la mejor variedad de productos que necesitas, entre medicinas, productos para bebés y cuidado personal.

Nuestros productos provienen de laboratorios y proveedores reconocidos y de alta calidad nacionales e internacionales.¹⁸

Farmacias Z - Guayaquil

Farmacia con más de 30 años de experiencia ofreciendo servicio profesional en la venta de medicinas, manteniendo un amplio y completo stock de medicamentos.

Obtener la satisfacción de los clientes ofreciendo mejores descuentos, promociones y precios competitivos del mercado.

Mantener un amplio y variado stock de productos que permita satisfacer las necesidades de su cliente principal (La clínica).

Contar con personal altamente capacitado tanto en la atención al cliente como en el manejo administrativo.¹⁹

Farmaenlace - Quito

Es un gusto poder servirle.

Nace en el año 2005 a través de una alianza estratégica entre dos importantes empresas distribuidoras farmacéuticas: Representaciones Ortiz Cevallos y Farmacéutica Espinosa.

¹⁸ <http://www.sanasana.com.ec/>

¹⁹ <http://www.farmaciaz.com/quienes-somos.html>

En el año 2006 Farmaenlace (fuente VISTAZO) ocupa el puesto 175 dentro de las 500 mejores empresas en el país y de acuerdo a la más reciente información disponible, la empresa se encuentra entre las 100 compañías más importantes del mercado ecuatoriano.²⁰

Pharmacys

Al servicio de tu salud.

Somos una Cadena de Farmacias que satisface las necesidades de nuestros clientes ofreciendo medicamentos, productos y servicios para el cuidado integral de la salud, y productos de conveniencia relacionados con farmacias.²¹

Farmacias Cruz Azul y Farmacias Comunitarias

Del Grupo DIFARE, con más de 700 locales franquiciados, constituyen la red más grande de franquicias del Ecuador y una de las más antiguas. Desde el año 1996 el Grupo Difare fue la primera empresa que propuso la idea a las farmacias de unirse para comprar en conjunto y obtener mejores descuentos. La dolarización, el crecimiento de cadenas independientes y la desaparición de farmacias en los 3 últimos años, aceleraron la concentración del mercado y crearon el ambiente ideal para lograr el objetivo de conformar una cadena. Es así como el 1ro de Noviembre del 2000, se inauguró la cadena Farmacias Cruz Azul, hoy, la cadena de farmacias más grande del país. Posteriormente lanzaron el concepto de Microfranquicia FARMACIAS COMUNITARIAS.

En Febrero del 2006 la Presidencia de la República les premió con el galardón de PIONEROS EN LA FRANQUICIA como reconocimiento al esfuerzo, la calidad, la constancia, y al trabajo en equipo.

Farmacias cruz azul

El 1ro. De Noviembre del 2000, nace la cadena de farmacias más grande del país, Farmacias cruz azul

²⁰ <http://www.farmaenlace.com/farmaenlace/quienes-somos/resena-historica>

²¹ http://www.pharmacys.com.ec/ubicacion_punto.aspx?sid=4&mid=3

En una primera etapa, contábamos con una imagen básica, que tenía la intención de crear un símbolo que signifique farmacia (la cruz color azul) y mantener el nombre del dueño de la farmacia, esto fue como una base principal de nuestra estrategia, pero la clave estaba en la excelente atención que debía brindar siempre el franquiciado de la farmacia. Todo el entorno era complejo, la desconfianza de los clientes, la competencia con mensajes negativos, había que ganarse el espacio cumpliendo lo mejor posible, meta que fuimos logrando poco a poco, gracias al esfuerzo de todos los que creyeron en nosotros y en el proceso.

En Febrero del 2004, nace una nueva etapa de Farmacias Cruz Azul, tras realizar un lanzamiento definitivo de la cadena de farmacias Cruz Azul, con una imagen corporativa totalmente renovada, apoyada por una agencia publicitaria y una estrategia ganadora.

En la actualidad Farmacias Cruz Azul, se ha convertido en la alternativa ganadora para las farmacias y los consumidores finales en todo el país.

(FARMACIA CRUZ AZUL, 2010).²²

Línea de productos que maneja Farmacias Cruz Azul va desde uso humano hasta medicamentos para la salud de los clientes.

LOS MEDICAMENTOS

Se los puede definir como: toda sustancia medicinal o sus asociaciones o combinaciones destinadas a la utilización en las personas o en los animales, que se presente dotada de propiedades para prevenir, diagnosticar, tratar, aliviar o curar enfermedades y dolencias o para afectar a funciones corporales o al estado mental se emplean desde hace miles de años como remedios a los seres vivos, humanos o animales, a fin de lograr un efecto no solo curativo, sino también preventivo, paliativo o diagnóstico.

El ser humano los comienza a utilizar los medicamentos mediante la imitación y empíricamente, observando a los animales y a los vegetales. Utiliza el consumo de vegetales, empleando diversos trozos de plantas, arbustos y árboles en su estado

²² <http://arvalodkv.blogspot.com/2012/05/farmacia-cruz-azul.html>

natural, y va descubriendo diversas utilidades y obteniendo resultados positivos que dependen de su recolección, conservación y aplicación.

El desarrollo de la química, una vez pasada la época alquimista, ya en el siglo XIX, lo que permitió procesos extractivos, síntesis, análisis de la pureza de los productos, valoración y dosificación precisa.

También comienza en el siglo XIX y se completa en el XX, el desarrollo de la microbiología, fermentaciones y vacunas que propician procesos de inmunización. Actualmente nos encontramos en la época de la biotecnología y la bioingeniería molecular.

El medicamento en la actualidad es un factor indispensable en el derecho a la salud y es responsabilidad del estado el promover iniciativas que conduzcan a un acceso equitativo y uso racional de los mismos.

Se necesita en consecuencia, que los medicamentos sean accesibles para cualquier persona que los necesite, pero además, para que un medicamento sea efectivo es necesario que el diagnóstico del problema de salud sea correcto, que la prescripción sea adecuada, que los medicamentos sean financieramente asequibles, que el tratamiento sea correctamente seguido por el paciente, que le cause el efecto deseado y que no le resulte tóxico. Porque, tal como dijo el Premio Nobel de Fisiología en el año 1988, el Dr James W. Black: "Los medicamentos son venenos útiles"²³.

EL CICLO DE LOS MEDICAMENTOS

El medicamento puede ser concebido ya sea por medio de la obtención de productos de la naturaleza o por elaboración en un laboratorio.

Al hablar del ciclo vital del medicamento podemos hacer un símil con el ciclo vital de los seres vivos. La sustancia medicamentosa se "concibe" bien a través de su obtención de productos activos existentes en la naturaleza o bien mediante el diseño basado en unos presupuestos teóricos. Se "gesta" a lo largo de los ensayos preclínicos y clínicos exigidos para demostrar su eficacia y seguridad y "nace" como medicamento en el momento de ser registrado como tal. "Crece" al ser fabricado y

²³ Ibid. Medicusmundi. 2003

distribuido, "alcanza su madurez" al utilizarse para el fin para el que nació y con ello finalmente "muere".

Investigación y desarrollo: Cuando se sospecha que una sustancia puede tener actividad terapéutica, se tiene que demostrar que tiene una base científica. Se realizan estudios clínicos y preclínicos los primeros se realizan en animales, cultivos celulares etc., los clínicos van encaminados a realizar pruebas en humanos tomando en cuenta la fiabilidad y la calidad. Este proceso dura entre 8 y 10 años y se invierten altas sumas de dinero (150-400 millones de euros). Desde luego la industria farmacéutica debe recuperar esta inversión con los precios que se establecen, muchas veces inaccesibles para la población, con apoyo de la patentes.

Además no siempre se realiza investigación sobre medicamentos para enfermedades huérfanas o raras que afectan a grupos pequeños de población o para las que afectan a enfermedades que afectan a la población pobre y no aseguran ganancias para las empresas farmacéuticas.

Fabricación: Cumplidos los pasos anteriores y una vez que el medicamento ha sido registrado se lo fabrica cumpliendo estrictos controles de calidad y siguiendo las normas de correcta fabricación o buenas normas de manufactura. Toma en cuenta materia prima, personal, locales, equipos, maquinaria etc.

Distribución: El medicamento se transporta en condiciones adecuadas hasta el lugar de entrega en buen estado, con información adecuada y tiempo de validez, listo para su uso inmediato. Garantizando su calidad.

Almacenamiento: Las bodegas, farmacias, boticas, botiquines, deben garantizar la conservación, y condiciones necesarias de temperatura, humedad, luz, limpieza, estricto control de stocks que garantice la disponibilidad, la seguridad que evite robos y pérdidas y el control de la caducidad.

Prescripción: Es realizada por un facultativo que conozca el medicamento, dosis, indicaciones, contra indicaciones, efectos secundarios, interacciones, disponibilidad, acceso, costo, establecer un diagnóstico certero y ver las condiciones del paciente. Utilización de protocolos terapéuticos realizados por equipos multidisciplinarios.

Dispensación: Es la entrega del medicamento a la persona con las indicaciones de cómo utilizarlo, se realiza en la pos consulta. Esto evita la resistencia, las intoxicaciones y el gasto inadecuado.

Administración: Es cuando el paciente toma la medicación solo o con presencia de una persona encargada de su administración. Es necesario un sistema de fármaco vigilancia que permita evaluar el efecto deseado del fármaco.

Eliminación: Los medicamentos no utilizados y caducados deben ser eliminados o dados de baja.

Para una mejor comprensión de los medicamentos se propone un resumen sobre una guía rápida que se ha elaborado sobre: “Lo que debemos conocer sobre los medicamentos genéricos”²⁴

Tipos de medicamentos según su función

Pequeña guía sobre los tipos de medicamentos según su función,

Analépticos: Tienen la función de estimular los centros vegetativos, y en especial los centros vasomotor y respiratorio. Un ejemplo sería el doxapram.

Analgésicos: Son medicamentos que calman o eliminan el dolor. Existen muchos tipos diferentes que se pueden clasificar en tres grandes grupos: antiinflamatorios no esteroideos (ej. Aspirina), opiáceos mayores (ej. morfina, fentanilo) y fármacos adyuvantes, que actuarían en conjunto con otra sustancia para adquirir la acción analgésica (ej. corticoides, antidepresivos, anticonvulsionantes). Cada uno de estos fármacos tiene sus propias ventajas y riesgos.

Anestésicos: De un modo amplio, los anestésicos disminuyen la sensibilidad. Pueden clasificarse en dos grandes grupos, los generales (que actúan a nivel de todo el organismo) y los locales (que despliegan su efecto en una zona localizada). Algún ejemplo de anestésico general sería el cloroformo, tricloroetileno, óxido de nitrógeno

24

http://www.uasb.edu.ec/UserFiles/380/File/Los%20medicamentos%20en%20los%20servicios%20de%20salud_Raul%20Lopez.pdf

I, ketamina...). En cuanto a los anestésicos locales tendríamos los fenoles. Entre los anestésicos se incluye también alguna droga disociativa y algún narcótico.

Antiácidos: Son sustancias, generalmente bases, que neutralizan la acidez gástrica. Dicho de otra forma, el antiácido vuelve alcalino el estómago aumentando el pH. Los antiácidos más antiguos conocidos son el bicarbonato sódico, el carbonato cálcico y el hidróxido de magnesio o aluminio. Otro tipo de antiácidos pueden ser las sustancias citoprotectoras y los inhibidores de la bomba de protones, entre los que se encuentra el famoso Omeprazol.

Antiamebianos: Se utilizan para tratar las infecciones causadas por amebas, en especial la Disentería y la Hepatitis amebiana.

Antibióticos: Son sustancias químicas producidas por seres vivos o bien derivados sintéticos, que matan o impiden el crecimiento de ciertas clases de microorganismos que son sensibles a ellos, por lo general bacterias. Hay multitud de antibióticos que se eligen dependiendo del tipo de bacteria que se quiere eliminar.

Anticoagulantes: Son sustancias que interfieren o inhiben la coagulación de la sangre, creando un estado antitrombótico y a la vez favorecedor de las hemorragias. Podemos distinguir entre las sustancias endógenas, que son producidas por nuestro organismo, y las exógenas, que son los propios fármacos. Algunos ejemplos son las diferentes heparinas, la antitrombina..

Anticonvulsivantes o epilépticos: Son fármacos u otras sustancias destinadas a combatir, prevenir o interrumpir las convulsiones o los ataques epilépticos. Algún ejemplo de este grupo sería carbamazepina, levetiracetam, gabapentina, clonazepam.

Antidepresivos: Son un grupo de fármacos pertenecientes al grupo de los psicotrópicos, que se utiliza para tratar los trastornos depresivos mayores, ciertos trastornos de ansiedad, algunos desórdenes de la conducta alimenticia y alteraciones del control de los impulsos. Los antidepresivos se dividen en tres grupos: inhibidores

de la monoaminooxidasa o IMAO, tricíclicos y los de segunda generación. Algún ejemplo sería Cymbalta, Prozac, Seropram

Antiespasmódicos: Alivian los espasmos de la musculatura lisa involuntaria. Se emplean para relajar el sistema muscular esquelético y reducir el dolor debido a esguinces, contracturas, espasmos o lesiones. Algunos ejemplos serían Atracurium, Cisatracurium, Rocuronium.

Antihelmínticos: Son medicamentos que se usan para tratar las helmintiasis, que son infestaciones por vermes, helmintos o lombrices. Provocan la eliminación de estos parásitos, ya sea matándolos o haciendo que huyan. No deja complicaciones de infestación. Algún ejemplo sería Albendazol, Dietilcarbamazina, Niclosamida, Suramin.

Antihistamínicos: Son fármacos que reducen o eliminan los efectos que provocan las alergias, ya que actúan bloqueando la acción de la histamina en las reacciones alérgicas, bloqueando sus receptores. La histamina, liberada en el cuerpo durante las reacciones alérgicas, produce prurito, vasodilatación, hipotensión, rubor, dolor de cabeza, taquicardia.

Antipiréticos: Estas sustancias, también llamadas antitérmicas, antifebriles o febrífugos, hacen disminuir la fiebre. Suelen actuar sobre la causa de dicha fiebre. Ej. Ácido acetilsalicílico o aspirina, paracetamol, ibuprofeno.

Antisépticos: Son sustancias antimicrobianas que se pueden aplicar sobre tejido vivo (antibióticos) o sobre materiales inertes (desinfectantes) para reducir los procesos de infección, sepsis o putrefacción. Ej. clorhexidina, jabones, peróxido de hidrógeno, povidona yodada.

Antitiroideos: Estos fármacos, que generalmente son hormonas, inhiben la síntesis, liberación y efectos en los órganos diana de las hormonas tiroideas. Ej. Perclorato, Carbimazol.

Antitoxinas: Estas sustancias son anticuerpos que se forman en el propio organismo como respuesta a una toxina bacteriana que se encuentra en su interior y que puede neutralizar. Proporcionan inmunidad contra la reincidencia del padecimiento.

Astringentes: Son sustancias que al aplicarlas por vía tópica hacen que los tejidos se retraigan y tienen además una acción cicatrizante, antiinflamatoria y antihemorrágica. Ej. alumbre, nitrato de plata, suero salino, alcoholes.

Carminativos: Son un grupo de medicamentos o sustancias que disminuyen la generación de gases en el tubo digestivo, disminuyendo por tanto las flatulencias y los cólicos. Ej. simeticona, hinojo, jengibre, manzanilla.

Colagogos: Grupo de fármacos o sustancias que facilitan la expulsión de bilis retenida en la vesícula. Casi siempre van junto a una acción purgante intestinal. Ej. Campanilla, cardosanto, jengibre, mangle, ruibarbo.

Diaforéticos: Son sustancias que aumentan la sudoración. Ej. Pilocarpina, eserina.

Diuréticos: Este grupo de sustancias una vez ingeridas producen una eliminación de agua y electrolitos en el organismo, a través de orina o de excrementos diarreicos. Ej. Acetazolamida, Amilorida, Triamtereno, Manitol.

Eméticos: Son sustancias que provocan el vómito. Apenas se usan desde que se generalizó el lavado gástrico, pues el vómito arrastra los ácidos del estómago y el tóxico de vuelta por el esófago dañándolo. Ej. Jarabe de ipecacuana.

Estimulantes: Los estimulantes, también llamados psicoestimulantes o psicotónicos, son sustancias que aumentan los niveles de actividad motriz y cognitiva, reforzando la vigilia, el estado de alerta y la atención. Ej. Dopamina, noradrenalina, anfetamina.

Expectorantes: Fármacos que provocan la expulsión de las secreciones bronquiales acumuladas. Son el tratamiento que se elige para tos productiva y suelen estar compuestos por mucolíticos. Ej. Ioduro potásico, guaifenesina, tiloxapol.

Fungicidas: Sustancias tóxicas que se utilizan para impedir el crecimiento o eliminar los hongos o mohos perjudiciales para los seres vivos. Por ello deben de utilizarse con precaución.

Hematínicos: Son sustancias que producen un aumento del número de eritrocitos o de la concentración de hemoglobina en ellos, así como el hierro o las vitaminas del complejo B.

Hipnóticos: Son un tipo de drogas psicotrópicas psicoactivas que inducen somnolencia y sueño en el individuo. Ej. Barbitúricos, profol, ketamina, etomidato.

Hipotensores: Son sustancias que reducen la presión sanguínea. Ej. abetalol, nicardipino, esmolol, labetalol, diazepam, fentolamina..

Midriáticos: Estas son sustancias que dilatan la pupila. Ej. Atropina, tropicamida, sulfato de duboisina.

Mióticos: Sustancias que contraen la pupila.

Narcóticos: Reciben el nombre también de estupefacientes. Son sustancias medicinales que provocan sueño o estupor, y en la mayoría de los casos, inhibe la transmisión de señales nerviosas (concretamente asociadas al dolor). Ej. Remifentanilo, Ketamina, Vicodin.

Purgantes o laxantes: Son sustancias empleadas para provocar la defecación o eliminación de heces. En su mayor parte se utilizan para tratar el estreñimiento.

Sedantes: Sustancias que deprimen el sistema nervioso central, creando así efectos de clama, relajación, reducción de la ansiedad, adormecimiento... Ej. Barbitúricos, antidepresivos, benzodiazepina, antihistamina.

Tónicos: Sustancias que estimulan el apetito.

Tranquilizantes: Fármacos con acción depresora del sistema nervioso central, destinado a eliminar los síntomas de la ansiedad. Ej. Antihistamínicos, neurolépticos, antidepressivos y bloqueadores beta-adrenérgicos.²⁵

2.1.2. Antecedentes referenciales

Tomamos como referencia un proyecto semejante que se realizó en la Farmacia Cruz Azul

“En este proyecto se presenta el problema en los inventarios con el objeto de eliminar el faltante de inventarios en los libros contables.

Los análisis empleados para este estudio comprenden análisis de desempeño departamental, cuyo objetivo es mirar la situación actual desde el punto de vista del control interno, la encuesta individual de los funcionarios, con el objeto de percibir el clima organizacional, diseñar el modelo de control interno integral aplicable para la empresa, capacitar al personal sobre sus nuevas competencias y responsabilidades en base al diseño a implementar”.

Regina de Jesús Eugenio Barrionuevo (2010) en su estudio previo a la obtención de Título de Ingeniera de Empresas en la Universidad TÉCNICA DE AMBATO titulado “Logística de Inventario y su incidencia en las ventas de la Farmacia Cruz Azul “Internacional” de la ciudad de Ambato”.

Objetivo

Determinar cómo incide la logística de inventario en el incremento de las ventas en la Farmacia Cruz Azul “Internacional” de la ciudad de Ambato.²⁶

²⁵ <http://lofundamentaldeenfermeria.blogspot.com/2013/12/tipos-de-medicamentos-segun-su-funcion.html>

²⁶ <http://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/1381>

Conclusión

La práctica de una logística de inventarios ayudara a la Farmacia Cruz azul "internacional" a tener mayor control de sus medicamentos para evitar la caducidad de los mismos y a mejorar el servicio al cliente por la fluidez del servicio recibido.²⁷

Gardenia Guerrero(2014) en su estudio previo a la obtención de Título Licenciada de Contabilidad y Auditoría en la Universidad Tecnológica Equinoccial titulado Diseño de un sistema de control y gestión de inventarios para la Farmacia Cruz Azul SDO Villa Florida 2013.

Objetivo: Proponer un sistema de control de inventario para la Farmacia Cruz Azul SDO Villa Florida realizando compras oportunas en función de las ventas de productos farmacéuticos con el fin de disponer información oportuna.

Conclusión: Los inventarios de la Farmacia Cruz Azul SDO Villa Florida no cuenta con un adecuado sistema de control de inventarios carece de procedimientos y políticas por lo que no se tiene datos reales de sus productos, ya que en el sistema de control intervienen las políticas de adquisición y control de abastecimiento por lo cual se crea el sistema de control y gestión de inventarios para tener control de los productos de alta rotación y un control de inventarios eficiente.²⁸

Doctor Wilson Bajaña Granja y Doctor Cesar Moncayo Rojas (2012) en su estudio previo a la obtención del Grado Académico de Magíster en Gerencia de Servicios de la Salud en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil titulado “La Visita Médica Virtual Como Alternativa En La Promoción De Los Productos Farmacéuticos” de la ciudad de Guayaquil.

27 <http://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/1381>

28 <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/1873/15/UPS-GT000282.pdf>

Objetivo

Precisar las ventajas en cuanto a mejor difusión de los contenidos y optimización del tiempo empleado, tanto para los médicos y la industria farmacéutica, que ofrecería la comunicación y visita al médico vía internet en relación a la visita cara a cara.

Conclusión

Dado que casi la mitad de los encuestados accede diariamente al internet y que por otra parte el 84% acepta la visita médica virtual como una forma efectiva de promocionar los productos médicos, sin afectar el horario de la consulta, la presente propuesta goza de una alta aceptación lo que la hace viable en cuanto a su aplicación.²⁹

María Soledad Almeida Recalde (2012) en su estudio previo a la obtención del Grado Académico de Magíster en Dirección Estratégica en la Universidad Internacional Del Ecuador titulado “Análisis Socio - Económico De La Industria Farmacéutica En El Ecuador Con Base En El Marco Legal Vigente. Una Propuesta Estratégica Para El Periodo 2012-2014” de la ciudad de Quito.

Objetivo

Analizar el impacto socio–económico del sector farmacéutico en el Ecuador durante los años 2012–2014, basado en el nuevo marco legal que se maneja en la industria y diseñar estrategias efectivas para poder aprovechar eficazmente estos cambios.

Conclusión

Del análisis realizado se puede concluir que para los laboratorios farmacéuticos multinacionales las mayores fortalezas que los respaldan son su gran tamaño y prestigio, mostrados a través de economías de escala, buen nombre, amplio portafolio de medicamentos, sólida posición financiera, amplia cobertura de distribución, entre otros. En cambio los altos precios y el cada vez mayor uso de genéricos son sus principales debilidades y amenazas respectivamente.³⁰

²⁹ repositorio.ucsg.edu.ec/handle/123456789/419

³⁰ <http://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/420/1/T-UIDE-0399.pdf>

Evelyn Calle y María Silva (2012) en su estudio previo a la obtención de Título Ingeniería en Contabilidad y Auditoría en la Universidad Politécnica Salesiana del Ecuador titulado Aplicación de Procedimientos de Auditoría a los estados financieros del año 2010 en la farmacia "Cruz Azul Portuaria" de la ciudad de Guayaquil.

Objetivo: Aplicar procedimientos de auditoría, evaluar control internos, a la farmacia "Cruz Azul Portuaria"

Conclusión: Los procedimientos de auditoría pudieron notar que la farmacia no realiza un informe de inventarios anual si no que lo realiza cuando lo cree necesario. Por esta razón se estableció que realice control de inventario para poder conciliar al final de cada año.

2.2. MARCO LEGAL

El marco legal utilizado para el desarrollo de la presente Gestión Administrativa de los productos ajustados por fraccionamiento de las Farmacias Cruz Azul de la empresa DIFARE S.A. de la Zona 5 en el periodo 2014 se basa en las siguientes leyes:

Ley orgánica de la salud

Libro Tercero

VIGILANCIA Y CONTROL SANITARIO DISPOSICIONES COMUNES

Art.129.- El cumplimiento de las normas de vigilancia y control sanitario es obligatorio para todas las instituciones, organismos y establecimientos públicos y privados que realicen actividades de producción, importación, exportación, almacenamiento, transporte, distribución, comercialización y expendio de productos de uso y consumo humano.

La observancia de las normas de vigilancia y control sanitario se aplican también a los servicios de salud públicos y privados, con y sin fines de lucro, autónomos, comunitarios y de las empresas privadas de salud y medicina prepagada.

Art.131.- El cumplimiento de las normas de buenas prácticas de manufactura, almacenamiento, distribución, dispensación y farmacia, será controlado y certificado por la autoridad sanitaria nacional.

Art. 132.- Las actividades de vigilancia y control sanitario incluyen las de control de calidad, inocuidad y seguridad de los productos procesados de uso y consumo humano, así como la verificación del cumplimiento de los requisitos técnicos y sanitarios en los establecimientos dedicados a la producción, almacenamiento, distribución, comercialización, importación y exportación de los productos señalados.

TITULO ÚNICO

Capítulo V

DE LOS ESTABLECIMIENTOS FARMACÉUTICOS

Art. 170.- Los medicamentos, para su venta deben cumplir con los siguientes requisitos:

- a) Estar debidamente identificados y etiquetados, sin alteraciones ni enmiendas;
- b) Contener en sus etiquetas el número de registro sanitario nacional, el precio de venta al público y la fecha de expiración;
- c) No estar caducados;
- d) No provenir de instituciones de servicio social, de programas sociales estatales, de donaciones o ser muestras médicas;
- e) No haber sido introducidos clandestinamente al país;
- f) No ser falsificados o adulterados; y,
- g) No tener colocados elementos sobre las etiquetas que impidan la visibilidad de la información del producto, incluidas las que contienen los precios.

Art. 175.- Sesenta días antes de la fecha de caducidad de los medicamentos, las farmacias y botiquines notificarán a sus proveedores, quienes tienen la obligación de retirar dichos productos y canjearlos de acuerdo con lo que establezca la reglamentación correspondiente.

Art. 176.- Los medicamentos caducados referidos en el artículo anterior deben ser destruidos y eliminados por los fabricantes o importadores. Conforme a los procedimientos establecidos por la autoridad sanitaria nacional y bajo su supervisión.

LIBRO SEXTO

Jurisdicción, competencia, procedimiento, sanciones y definiciones

CAPITULO IV

De las infracciones

Art. 243.- Será sancionado con multa de cinco salarios básicos unificados del trabajador en general, el incumplimiento a lo dispuesto en los artículos 50, 57, 60, 74 inciso primero, 90, 118, 163, 175, 184 y 202 literal b), de esta Ley.

Art. 248.- Será sancionado con multa de diez salarios básicos unificados del trabajador en general, decomiso y clausura temporal o definitiva del establecimiento correspondiente, el incumplimiento a lo dispuesto en los artículos 42, 49, 137, 140, 141 inciso primero, 146, 164 y 170 de esta Ley.³¹

2.3. MARCO CONCEPTUAL

Control: Es el proceso que usan los administradores para asegurarse de que las actividades realizadas se corresponden con los planes, el control también puede utilizarse para evaluar la eficacia del resto de las funciones administrativas: la planeación, la organización y la dirección.³²

Eficiencia: Capacidad de disponer de alguien o de algo para conseguir un efecto determinado.³³

Formato o Documento: Instrumento que facilita el registro de la información necesaria para realizar los procedimientos y/o para dejar evidencia de que éste se realizó de acuerdo a los lineamientos previamente establecidos.³⁴

³¹ <http://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/04/LEY-ORGANICADE-SALUD1.pdf>

³² [http://www.ecured.cu/index.php/Control_\(Administraci%C3%B3n\)](http://www.ecured.cu/index.php/Control_(Administraci%C3%B3n))

³³ <http://lema.rae.es/drae/srv/search?key=eficiencia>

³⁴ <http://es.slideshare.net/aheruhelsing/instructivo-para-la-elaboracion-de-los-manuales-de-procedimientos-y-funciones>

Norma: Regla que se debe seguir o que se deben ajustar las conductas, tareas, actividades, etc. ³⁵

Proceso: Secuencia ordenada y lógica de actividades, generalmente repetitivas, que se realizan en la organización por una persona, grupo o departamento, con la capacidad de transformar unas entradas en salidas o resultados programados para un destinatario con un valor agregado.³⁶

Franquicia: Es una relación comercial entre dos partes, por la cual una persona paga una cierta cantidad de dinero para tener la licencia para comenzar un negocio utilizando una marca ya consolidada en el mercado.³⁷

Fraccionamiento: Acción y efecto de dividir un todo en partes o de separar los compuestos de una mezcla³⁸

Productos de baja rotación: Son aquellos productos que apenas y registran movimientos

Farmacias: Se conoce como farmacia al establecimiento en el cual se venden diferentes tipos de productos relacionados con la salud, especialmente medicamentos. Una farmacia es uno de los tipos de negocios más necesarios con los que debe contar un barrio ya que es ella el único espacio donde se pueden conseguir algunos tipos de medicamentos de gran importancia para la cura de determinadas complicaciones médicas.³⁹

Clientes: Un cliente, desde el punto de vista de la economía, es una persona que utiliza o adquiere, de manera frecuente u ocasional, los servicios o productos que pone a su disposición un profesional, un comercio o una empresa. La palabra, como tal, proviene del latín *cliens*, *clientis*.

³⁵ <http://lema.rae.es/drae/srv/search?key=norma>

³⁶ <http://www.ecured.cu/index.php/Proceso>

³⁷ <https://debitoor.es/glosario/definicion-de-franquicia>

³⁸ <http://es.thefreedictionary.com/fraccionamiento>

³⁹ <http://www.definicionabc.com/general/farmacia.php>

En este sentido, sinónimos de cliente son comprador, cuando se trata de una persona que adquiere un producto mediante una transacción comercial; usuario, cuando la persona hace uso de un servicio determinado, y consumidor, cuando la persona, fundamentalmente, consume productos o servicios.⁴⁰

Proveedores: Un proveedor puede ser una persona o una empresa que abastece a otras empresas con existencias (artículos), los cuales serán transformados para venderlos posteriormente o directamente se compran para su venta. Estas existencias adquiridas están dirigidas directamente a la actividad o negocio principal de la empresa que compra esos elementos.⁴¹

Herramienta tecnológica: Las Herramientas tecnológicas, son programas y aplicaciones (software) que pueden ser utilizadas en diversas funciones fácilmente y sin pagar un solo peso en su funcionamiento. Estas herramientas están a disposición de la comunidad solidaria para ofrecer una alternativa libre de licencias a todos aquellos usuarios que quieran suplir una necesidad en el área informática y no dispongan de los recursos para hacerlo.

Están diseñadas para facilitar el trabajo y permitir que los recursos sean aplicados eficientemente intercambiando información y conocimiento dentro y fuera de las organizaciones.⁴²

Medicamento: Un medicamento es una sustancia o preparado que tiene propiedades curativas o preventivas, se administra a las personas o a los animales y ayuda al organismo a recuperarse de los desequilibrios producidos por las enfermedades o a protegerse de ellos.

⁴⁰ <http://www.significados.com/cliente/>

⁴¹ <https://debitoor.es/glosario/definicion-proveedor>

⁴² <http://herramientastecnologicasjafp10.blogspot.com/2010/03/definicion-herramientas-tecnologicas.html>

El medicamento puede conocerse por el nombre científico o por el nombre registrado.⁴³

Recursos: Son los distintos medios o ayuda que se utiliza para conseguir un fin o satisfacer una necesidad. También, se puede entender como un conjunto de elementos disponibles para resolver una necesidad o llevar a cabo una empresa como: naturales, humanos, forestales, entre otros. El término recurso es de origen latín "*recursus*".⁴⁴

Inventarios: El inventario representa la existencia de bienes almacenados destinados a realizar una operación, sea de compra, alquiler, venta, uso o transformación. Debe aparecer, contablemente, dentro del activo como un activo circulante.⁴⁵

Conocimiento: El conocimiento es el acto o efecto de conocer. Es la capacidad del hombre para comprender por medio de la razón la naturaleza, cualidades y relaciones de las cosas.⁴⁶

Concientización: Todo aquello acto que signifique hacer que una persona tome conciencia sobre determinadas circunstancias, fenómenos, elementos de su personalidad o actitud, para mejorar su calidad de vida y sus vínculos no sólo con el resto de los individuos si no también con el medio ambiente que lo rodea. La idea de concientizar a alguien siempre tiene un sentido positivo ya que se supone que al llevar a cabo tal acción, uno está haciendo que la otra persona, aquella a la que se concientiza, deje de lado actitudes o fórmulas impulsivas, inconscientes, que

⁴³ <http://www.farmaceticonline.com/es/el-medicamento/630-medicamento-ique-es>

⁴⁴ <http://www.significados.com/recursos/>

⁴⁵ <http://www.gestiopolis.com/que-es-inventario-tipos-utilidad-contabilizacion-y-valuacion/>

⁴⁶ <http://www.significados.com/conocimiento/>

comience a utilizar su nivel de madurez e inteligencia para su propio bien y el de otros.⁴⁷

Falencias: Falencia proviene del latín fallentis y originariamente significaba “el que engaña”. Vale la pena puntualizar que falencia y falacia comparten la misma raíz etimológica (falacia es una mentira con apariencia de verdad). En su incorporación al DRAE en el siglo XVIII falencia se definió como “error o engaño” con respecto a una afirmación. Curiosamente, falencia también se utiliza en el idioma portugués, significando deficiencia de funcionamiento.

Patrocinio: Es una estrategia publicitaria en forma de convenio en la que ambas partes involucradas reciben un beneficio. El patrocinio implica una publicidad en un determinado lugar, el dueño de este sitio o cosa permite que la publicidad sea colocada en encima, a la vista de todo espectador, cliente. Este tipo de publicidad tiene un impacto favorable en el consumidor, ya que para él es inevitable no sentirse atraído por la presencia de la marca en algún objeto que para él es de preferencia.⁴⁸

Puntos de venta: Punto es un término con múltiples significados: en este caso, nos interesa su acepción como un lugar físico o sitio. Venta, por su parte, es el proceso y el resultado de **vender** (entregar la propiedad de un bien a otro sujeto, quien pagará un cierto precio ya acordado para quedarse con el producto en cuestión).

Con estas definiciones en claro, podemos referirnos a la noción de punto de venta. Se trata del local comercial en el cual se ofrecen diversos productos a la venta.⁴⁹

Errar: Cuando hablamos de errar nos estamos refiriendo la mayoría de las veces a aquello que no se acertó, a la falla, equivocación o error en que se cayó.⁵⁰

⁴⁷ <http://www.definicionabc.com/general/concientizar.php>

⁴⁸ <http://conceptodefinicion.de/patrocinio/>

⁴⁹ <http://definicion.de/punto-de-venta/>

⁵⁰ <http://www.definicionabc.com/general/errar.php>

Comercialización: Es la acción y efecto de comercializar (poner a la venta un producto o darle las condiciones y vías de distribución para su venta).⁵¹

Inversión: Inversión es un término económico que hace referencia a la colocación de capital en una operación, proyecto o iniciativa empresarial con el fin de recuperarlo con intereses en caso de que el mismo genere ganancias.⁵²

Convenios: Se conoce como convenio al contrato, convención o acuerdo que se desarrolla en función de un asunto específico.⁵³

Abastecimiento: Es un término que se vincula con la acción y las consecuencias de abastecer. Este verbo hace referencia, por su parte, a proveer de aquello que es necesario para la supervivencia.

Puede decirse, por lo tanto, que el abastecimiento es una actividad que consiste en satisfacer, en el tiempo apropiado y de la forma adecuada, las necesidades de las personas en lo referente al **consumo** de algún recurso o producto comercial.⁵⁴

Perjudicar: Se refiere a aquello que puede **causar un daño** o que resulta negativo para algo o alguien.⁵⁵

Procedimientos: son planes por medio de los cuales se establece un método para el manejo de actividades futuras. Consisten en secuencias cronológicas de las acciones requeridas. Son guías de acción, no de pensamiento, en las que se detalla la manera exacta en que deben realizarse ciertas actividades.

⁵¹ <http://definicion.de/comercializacion/>

⁵² <http://www.definicionabc.com/economia/inversiones.php>

⁵³ <http://definicion.de/convenio/>

⁵⁴ <http://definicion.de/abastecimiento/>

⁵⁵ <http://definicion.de/perjudicial/>

Política: Se define como la orientación, marco de referencia o directriz que rige las actuaciones en un asunto determinado⁵⁶.

Puntos de Control: Prevenciones que hace un empleado en el desarrollo de un procedimiento para ejecutar la acción o tarea de acuerdo con las normas establecidas en los reglamentos.⁵⁷

Reglamento: Es una norma jurídica de carácter general dictada por la Administración Pública y con valor subordinado a la ley⁵⁸

2.4. HIPOTESIS Y VARIABLES

La falta de conocimientos del personal de la Cadena de Farmacias Cruz Azul sobre los productos de baja rotación se encuentra afectando la utilidad de la Empresa DIFARE.

2.4.1. Hipótesis General

La falta de conocimientos del personal de la Cadena de Farmacias Cruz Azul sobre los productos de baja rotación se encuentra afectando la utilidad de la Empresa DIFARE.

2.4.2. Hipótesis Particulares

- La falta de concientización en el seguimiento del proceso de retiro de productos por fecha corta incide en el aumento de productos que se enviarán al gasto.
- La falta de revisión de mínimos y máximos de los productos de baja rotación afecta en el incremento de estos productos.
- La falta de capacitación en el personal para identificar que productos son de baja rotación afecta a la devolución de los proveedores.
- La falta de revisión de los productos por caducar antes de realizar la venta afecta a los productos de baja rotación.

⁵⁶<http://www.webyempresas.com/que-es-un-procedimiento-en-una-empresa/>

⁵⁷<http://gachancipa-cundinamarca.gov.co/apc-aa-files/39336564373632393566653465643631/mdelo-de-operacin-por-procesos.docx.pdf>

⁵⁸<http://www.slideshare.net/AnaKarenPrietoSantos/glosario-tec>

2.4.3. Declaración de variables

Variables Independientes

- Falta de concientización en el seguimiento del proceso de retiro de productos por fecha corta.
- Falta de revisión de mínimos y máximos de los productos de baja rotación.
- Falta de capacitación en el personal para identificar que productos son de baja rotación.
- Falta de revisión de los productos por caducar antes de realizar la venta.

Variables dependientes

- Aumento de productos que se enviaran al gasto.
- Incremento de productos de baja rotación.
- No poder realizar la devolución a los proveedores.
- Aumento de ajustes de productos de baja rotación.

2.4.4. Operacionalización de las variables

CUADRO N# 2

Variables Independientes

Variable Independiente	Definición	Indicadores	Medio de Verificación
Falta de concientización en el seguimiento del proceso de retiro de productos por fecha corta.	Conocimientos sobre un proceso que se debe ejecutar periódicamente.	Ajustes de productos caducados.	Reportes mensuales.
Falta de revisión de mínimos y máximos de los productos de baja rotación.	Capacitación de los recursos para velar por el bienestar del inventario.	Días de inventario	Reporte de días de inventario.
Falta de capacitación en el personal para identificar que productos son de baja rotación.	Poco control y cuidado en los bienes a cargo de un recurso.	Pérdida	Reportes

Falta de revisión de los productos por caducar antes de realizar la venta.	Revisión de un bien que se genera al momento de realizar la venta.	Ajustes de productos de baja rotación.	Reportes
--	--	--	----------

Elaborado por: Enrique Barzola – Evelyn Ramos

CUADRO N# 3

Variables Dependientes

Variable Dependiente	Definición	Indicadores	Medio de Verificación
Aumento de productos que se enviarán al gasto.	Incremento de pérdidas de utilidad mediante malos procesos.	Pérdidas	Reportes
Incremento de productos de baja rotación.	Aumento de productos que no tienen facilidad de venta para la Compañía.	Capacitaciones	Personal idóneo
No poder realizar la devolución a los proveedores.	Retornar a proveedores los productos que no tienen movimiento pero que se encuentre en un buen estado y cajas completas.	Cuentas Gastos	Reportes
Aumento de ajustes de productos de baja rotación.	Valores que se perderán en el ejercicio del año fiscal.	Ajustes	Reporte

Elaborado por: Enrique Barzola – Evelyn Ramos

CAPITULO III

3. MARCO METODOLOGICO

3.1. TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACION Y SU PERSPECTIVA GENERAL

Investigación Aplicada

Esta investigación se desarrolla en base a un problema el mismo que debe ser intervenido para conseguir una mejora o solución.

Para el estudio se aplica esta investigación partiendo de que existe un problema en el proceso interno de la empresa donde la mejora es la gestión administrativa que se aplica a los ajustes con motivo al gasto de la Cadena de Farmacias Cruz Azul.

Investigación Descriptiva

Se escogió esta investigación porque se basa en el análisis de los comportamientos de las personas tratando de obtener información relevante sin afectar el desarrollo de ellos.

Se aplicara en el levantamiento de información debido a que vamos a describir las situaciones que viven cada uno de los recursos que laboran en las farmacias como son los Auxiliares de Punto de Venta, Administradores Jr y Administradores de Farmacias.

Investigación Bibliográfica

La investigación bibliográfica se basa en los hechos documentados para tener conocimientos de los mismos.

Esta investigación la usamos al obtener información para el desarrollo del marco referencial, en la fundamentación científica legal.

3.2. LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA

Las sucursales que se tomaran como muestra serán las de la Zona 5. La Zona de Planificación 5 está integrada por las provincias de Guayas, Los Ríos, Santa Elena, Bolívar y Galápagos, e incluye 48 cantones y 72 parroquias. Tiene 2,286.782 de

habitantes distribuidos en un territorio de 33.916,68 Km², de los cuales un 52% se encuentra en la zona urbana y un 48% en la zona rural. (Fuente Censo INEC 2010)⁵⁹

3.2.1. Delimitación de la población

Las sucursales de la Zona 5 cuentan con un número de Auxiliares de Punto de Venta de 222, Auxiliar de servicios generales 19, Administradores Jr. 38 y Administradores de Farmacias 38.

3.2.2. Tipo de muestra

Muestra es un subgrupo de la población del cual se recolectan los datos y debe ser representativo de esta.⁶⁰

Muestreo no probabilístico: Es este muestreo el investigador selecciona su muestra por causas que estén relacionadas con el tema de investigación puede existir influencia en la selección debido a las comodidades del investigador.

CUADRO N# 4

Empleados de Farmacias Cruz Azul

DIVISION_Y_MARCAS	PUESTO	Total
CRUZ AZUL	ADMINISTRADOR DE PUNTO DE VENTA	38
	ADMINISTRADOR JR.	38
	AUXILIAR DE PUNTO DE VENTA	222
	AUXILIAR DE SERVICIOS GENERALES	19
Total CRUZ AZUL		317

Elaborado por: Enrique Barzola – Evelyn Ramos

⁵⁹ <http://www.planificacion.gob.ec/category/zona-de-planificacion-5-litoral/?cat=52>

⁶⁰ http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/hernandez_s_j/capitulo3.pdf

3.2.3. Tamaño de la muestra

Las actividades administrativas de las Farmacias Cruz Azul de la Zona 5 tienen 222 Auxiliares de Punto de Venta, 19 Auxiliares de Servicios Generales, 38 Administradores Jr. y 38 Administradores de Farmacia.

Aplicada la fórmula # 2 del reglamento para la elaboración del diseño del anteproyecto resulta en un valor de 174 recursos, los cuales deben ser encuestados.

Por lo tanto esta información es finita y se conoce con certeza su tamaño.

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

n: tamaño de la muestra

N: tamaño de la población

p: posibilidad de que ocurra un evento, $p = 0,5$

q: posibilidad de no ocurrencia de un evento, $q = 0,5$

E: error, se considera el 5%; $E = 0,05$

Z: nivel de confianza, que para el 95%, $Z = 1,96$

$n = X$

$N = 317$

$p = 0.5$

$q = 0.5$

$E = 0.05$

$Z = 1.96^{61}$

$$n = \frac{317(0.05)(0.05)}{\frac{(317-1)0.05^2}{1.96^2} + (0.5)(0.5)}$$

⁶¹http://www.unemi.edu.ec/unemi/unemi_opciones/REGLAMENTOS/Reglamento%20de%20Proyectos%20de%20Grado.pdf

$$n = \frac{79.25}{\frac{(316)0.0025}{3.8416} + 0.25}$$

$$n = \frac{79.25}{\frac{0.79}{3.8416} + 0.25}$$

$$n = \frac{79.25}{0.20564348 + 0.25}$$

$$n = \frac{79.25}{0.45564348}$$

$$n = 174$$

3.2.4. Proceso de selección

Para esta investigación se determinó el uso del muestreo no probabilístico en donde nos permite tener el muestreo estratificado llevando consigo a dividir nuestra población en clases eligiendo una muestra aleatoria de la misma. Esta selección de la muestra tiene elementos semejantes consiguiendo un resultado preciso como si se aplicara a toda la población concluyendo con resultados aceptables.

3.3. LOS METODOS Y LAS TECNICAS

3.3.1. Método teórico

Método hipotético-deductivo.- El método hipotético-deductivo es el procedimiento o camino que sigue el investigador para hacer de su actividad una práctica científica.⁶² Para nuestro estudio es fundamental por el análisis que se debe realizar de las cosas o eventos más relevantes y con ellos plantear las hipótesis de nuestra investigación.

Método analítico-sintético.- Análisis y síntesis tienen puntos de partida enteramente opuestos; donde termina el análisis (en el examen completo del qué o contenido de la

⁶² <http://www.e-torredebabel.com/Psicologia/Vocabulario/Metodo-Hipotetico-Deductivo.htm>

cosa como base para cuestionar acerca de su por qué o fundamento) comienza la síntesis.⁶³

Este método nos permite buscar el nacimiento del problema de nuestro estudio conociendo la naturaleza del mismo para poder determinar las causas relacionando con el ambiente que rodea a los involucrados en este proceso.

Método inductivo-deductivo.- El método inductivo-deductivo, que alumbra y vislumbra Aristóteles, se compone por lo tanto, de una primera etapa que se caracteriza por la inducción de principios explicativos a partir de los fenómenos observados, y después en una segunda etapa, sobre estos principios se construyen enunciados que los contengan y se refieran a los fenómenos.⁶⁴

El método deductivo nos permite crear un punto de partida para posterior a esto generar consecuencias de los mismos. Por su parte el método inductivo con la observación que tiene el investigador permite crear leyes las mismas que deben ser demostradas permitiendo así comprobar si son reales las consecuencias establecidas en el método deductivo.

3.3.2. Métodos empíricos

Como métodos empíricos aplicaremos las técnicas denominadas encuestas y entrevistas permitiéndonos con esto un análisis de las variables planteadas en nuestro problema. Para que la información que se obtenga de esta técnica se debe seleccionar de manera precisa a nuestros informantes partiendo con la muestra indicada en la fórmula aplicada.

3.3.3. Técnicas e instrumentos

La encuesta

La encuesta es una técnica de recogida de datos mediante la aplicación de un cuestionario a una muestra de individuos. A través de las encuestas se pueden conocer las opiniones, las actitudes y los comportamientos de los ciudadanos.

⁶³ <http://www.e-torredebabel.com/Enciclopedia-Hispano-Americana/V2/analisis-filosofia-D-E-H-A.htm>

⁶⁴ <https://filotecnologa.wordpress.com/tag/metodo-inductivo-deductivo/>

En una encuesta se realizan una serie de preguntas sobre uno o varios temas a una muestra de personas seleccionadas siguiendo una serie de reglas científicas que hacen que esa muestra sea, en su conjunto, representativa de la población general de la que procede.⁶⁵

Para tener un conocimiento base sobre la situación del problema se tomó como herramienta el método de la encuesta. Esta herramienta nos permite tener una información amplia sobre varios aspectos fundamentales que tiene nuestro problema tomando como elementos de información a los empleados de las Farmacias Cruz Azul los mismos que están envueltos y son pieza fundamental en el proceso de venta y movimiento de los productos que se comercializan en los establecimientos farmacéuticos.

La Entrevista

La entrevista es un acto de comunicación que se establece entre dos o más personas con el fin de obtener una información o una opinión, o bien para conocer la personalidad de alguien.⁶⁶

3.4. PROCESAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN

Como herramienta de tabulación de los datos recolectados de las encuestas utilizaremos el programa Excel de Microsoft el cual nos ayuda a tabular la información obtenida de los encuestados. Este programa nos permitirá elaborar cuadros estadísticos donde podremos presentar la información a través de gráficos, los mismos que tendrán los cuadros correspondientes de la cantidad de encuestados y sus preferencias sobre las respuestas las preguntas establecidas en la encuesta.

⁶⁵ http://www.cis.es/cis/opencms/ES/1_encuestas/ComoSeHacen/queesunaencuesta.html

⁶⁶ http://www.materialesdelengua.org/EXPERIENCIAS/PRENSA/f_entrevista_web.pdf

CAPITULO IV

4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1. ANALISIS DE LA SITUACION ACTUAL

Para poder tener una buena Administración de los ajustes se necesita tener una buena fuente de información de la situación global de los productos de baja rotación para no cometer falencias que se están cometiendo, este es el motivo que se debe contar con una herramienta que suministre esta información.

Se escogió como herramienta de recolección de información la encuesta la misma que será aplicada a cada uno de los recursos que laboran en las Farmacias Cruz Azul de la Empresa DIFARE S.A de la Zona 5.

La encuesta contiene 10 preguntas las mismas que se basan a la situación actual en los conocimientos de los procesos, identificación y comercialización de los productos de baja rotación.

Para nuestro análisis debemos tomar la muestra que nos dio como resultado 174 empleados, se recolectara las encuestas para ordenarlas y proceder con la tabulación estadística para poder representarlas en gráficos, cada pregunta que se realizó en la encuesta contendrá los detalles y análisis individual de sus resultados.

De igual forma se aplicara entrevistas a los Administradores de los locales de las Farmacias Cruz Azul quienes son las personas encargadas de realizar el proceso de devolución a los proveedores. Esta entrevista será realizada a un grupo selecto al azar donde nos podrá dar un enfoque de la situación actual del proceso que se está evaluando en nuestro estudio.

La entrevista contiene 7 preguntas donde tratamos de conseguir información de los Administradores para tener un conocimiento general del proceso y saber si se puede dar una mejora e implementación de alguna herramienta para disminuir los productos afectados en la actualidad

Las conclusiones que se presentaran como resultado nos facilitara la determinación del grado de incidencia que tienen las preguntas desarrolladas en el problema.

La encuesta y entrevista tendrá el nombre de la Universidad Estatal de Milagro (UNEMI) como patrocinador del proyecto, el objetivo del mismo es lograr que la Empresa DIFARE S.A. Farmacias Cruz Azul aplique una mejor Administración de los productos de baja rotación.

Pregunta #1

¿Se siente capacitado para realizar el proceso de retiro de productos por caducar?

Cuadro # 5:

Capacitación de procesos.

Alternativas	Porcentaje	Frecuencia
No	5,75%	10
Si	94,25%	164
Total general	100,00%	174

Elaborado por: Enrique Barzola – Evelyn Ramos

Figura #1: Capacitación de procesos.



Elaborado por: Enrique Barzola – Evelyn Ramos

Análisis de datos:

De acuerdo a la encuesta realizada en la muestra de un número de 174 personas el 94% de los empleados que corresponden a 164 personas indica que se sienten capacitados para realizar el proceso de retiro de productos por caducar y el 6% de los empleados que corresponden a 10 personas que no se sienten capacitados para realizar este proceso.

Pregunta #2

¿El aumento de los productos que se envían al gasto es por causa de la falta de retiro a tiempo?

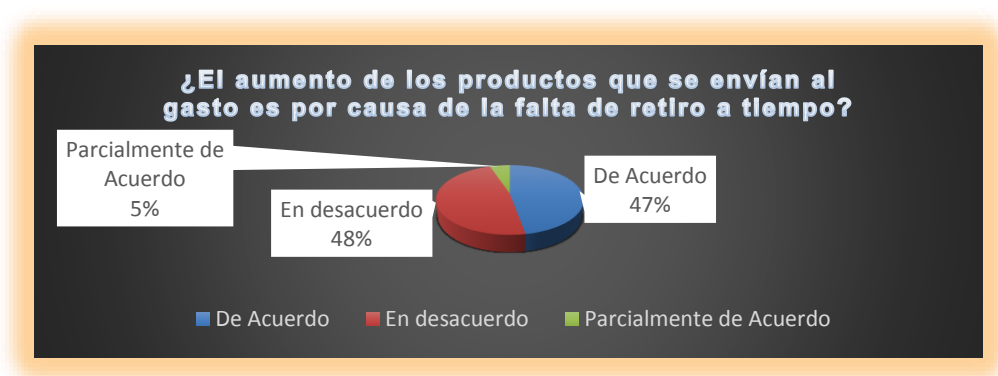
Cuadro # 6:

Causa del aumento de productos que se envían al gasto.

Alternativas	Porcentaje	Frecuencia
De Acuerdo	47%	82
En desacuerdo	48%	83
Parcialmente de Acuerdo	5%	9
Total general	100%	174

Elaborado por: Enrique Barzola – Evelyn Ramos

Figura #2: Causa del aumento de productos que se envían al gasto.



Elaborado por: Enrique Barzola – Evelyn Ramos

Análisis de datos: De la muestra de 174 personas encuestadas el 47% que corresponde a 82 empleados nos indica que están de acuerdo que el aumento de los productos que se envían al gasto es por causa de falta de retiro a tiempo, el 48% que corresponde a 83 empleados están en desacuerdo que el aumento de los productos que se envían al gasto es por causa de falta de retiro a tiempo y el 5% que corresponde a 9 empleados están parcialmente de acuerdo que el aumento de los productos que se envían al gasto es por causa de falta de retiro a tiempo.

Pregunta #3

¿Considera que se aplica de manera correcta la revisión de mínimos y máximos de los productos?

Cuadro # 7:

Aplicación correcta de mínimos y máximos de los productos.

Alternativas	Porcentaje	Frecuencia
No	32%	55
Si	68%	119
Total general	100%	174

Elaborado por: Enrique Barzola – Evelyn Ramos

Figura #3: Aplicación correcta de mínimos y máximos de los productos.



Elaborado por: Enrique Barzola – Evelyn Ramos

Análisis de datos:

El 68% de los empleados que corresponden a 119 personas indica que se aplica de manera correcta la revisión de mínimos y máximos de los productos y el 32% de los empleados que corresponden a 55 personas nos dan a conocer que no se está aplicando de manera correcta la revisión de mínimos y máximos de los productos.

Pregunta #4

¿Si se mejora la política de mínimos y máximos no se incrementara los productos de rotación baja?

Cuadro # 8:

Mejoras de política de mínimos y máximos.

Alternativas	Porcentaje	Frecuencia
No	14%	24
Si	86%	150
Total general	100%	174

Elaborado por: Enrique Barzola – Evelyn Ramos

FIGURA #4: Mejoras de política de mínimos y máximos.



Elaborado por: Enrique Barzola – Evelyn Ramos

Análisis de datos:

El 86% de los empleados que corresponden a 150 personas nos dan a conocer que si se mejora la política de mínimos y máximos no se incrementarían los productos de rotación baja y por el contrario el 14% de los empleados que corresponden a 24 personas nos dan a conocer que así se mejore la política de mínimos y máximos los productos de rotación baja seguirán incrementando.

Pregunta #5

¿Se siente capacitado para detectar que productos son de baja rotación?

Cuadro # 9

Capacitación de detección de productos de baja rotación.

Alternativas	Porcentaje	Frecuencia
No	8%	14
Si	92%	160
Total general	100%	174

Elaborado por: Enrique Barzola – Evelyn Ramos

FIGURA #5: Capacitación de detección de productos de baja rotación.



Elaborado por: Enrique Barzola – Evelyn Ramos

Análisis de datos: El 92% de los empleados que corresponden a 160 personas nos dan a conocer que se sienten capacitados para detectar que productos son de baja rotación y el 8% de los empleados que corresponden a 14 personas nos dan a conocer que no están capacitados para detectar que productos son de baja rotación.

Pregunta #6

¿Exista la posibilidad de disminuir los productos de baja rotación, por nuevas normas de devolución a los proveedores?

Cuadro # 10

Tema: Nuevas normas de devolución a los proveedores.

Alternativas	Porcentaje	Frecuencia
No	8%	14
Si	92%	160
Total general	100%	174

Elaborado por: Enrique Barzola – Evelyn Ramos

FIGURA #6: Nuevas normas de devolución a los proveedores.



Elaborado por: Enrique Barzola – Evelyn Ramos

Análisis de datos: El 92% de los empleados que corresponden a 160 personas nos dan a conocer que si existen nuevas normas de devolución a los proveedores disminuirá los productos de baja rotación por el contrario el 8% de los empleados que corresponden a 14 personas nos comparten la idea que así se implementen nuevas normas de devolución a los proveedores no se disminuirán los productos de baja rotación.

Pregunta #7

¿Existen productos que por desconocimiento del vendedor afecta a su rotación?

Cuadro # 11

Las ventas afectan a rotación de los productos.

Alternativas	Porcentaje	Frecuencia
No	17%	30
Si	83%	144
Total general	100%	174

Elaborado por: Enrique Barzola – Evelyn Ramos

FIGURA #7: Las ventas afectan a rotación de los productos.



Elaborado por: Enrique Barzola – Evelyn Ramos

Análisis de datos: El 83% de los empleados que corresponden a 144 personas consideran que existen productos que por desconocimiento del vendedor afecta a su rotación y el 17% de los empleados que corresponden a 30 personas no consideran que existan productos que por desconocimiento del vendedor afecten a su rotación.

Pregunta #8

¿Considera que se comercializa adecuadamente los productos de baja rotación en los Puntos de Venta?

Cuadro # 12

Comercialización de los productos de baja rotación

Alternativas	Porcentaje	Frecuencia
No	82%	143
Si	18%	31
Total general	100%	174

Elaborado por: Enrique Barzola – Evelyn Ramos

Figura #8: Comercialización de los productos de baja rotación



Elaborado por: Enrique Barzola – Evelyn Ramos

Análisis de datos: El 82% de los empleados que corresponden a 143 personas consideran que no se comercializa adecuadamente los productos de baja rotación en los Puntos de Venta y el 18% de los empleados que corresponden a 31 personas consideran que se comercializa adecuadamente los productos de baja rotación en los Puntos de Venta.

Pregunta #9

¿Afecta a los Estados Financieros el retiro de los productos de baja rotación?

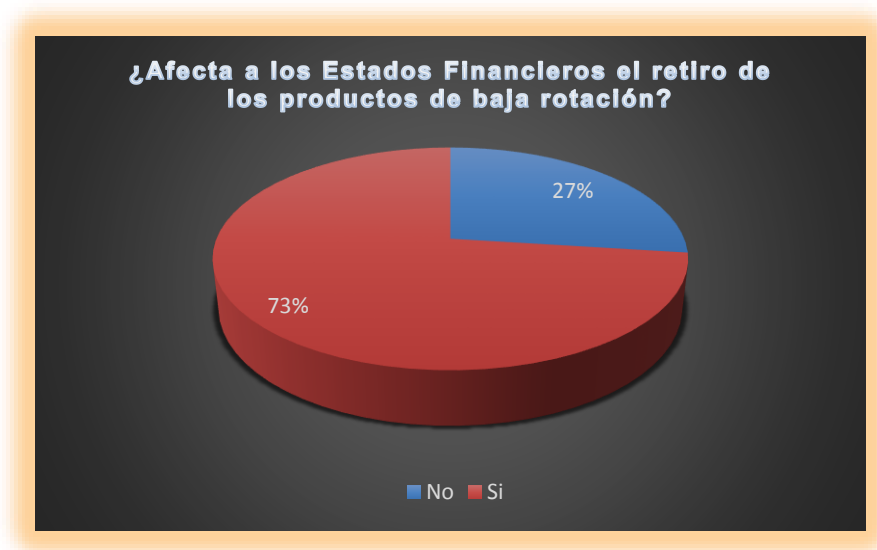
Cuadro # 13

Tema: Afectación de los productos de baja rotación a los Estados Financieros.

Alternativas	Porcentaje	Frecuencia
No	27%	47
Si	73%	127
Total general	100%	174

Elaborado por: Enrique Barzola – Evelyn Ramos

FIGURA #9: Afectación de los productos de baja rotación a los estados financieros.



Elaborado por: Enrique Barzola – Evelyn Ramos

Análisis de datos: El 73% de los empleados que corresponden a 127 personas consideran que los productos de baja rotación afectan a los Estados Financieros y el 27% de los empleados que corresponden a 47 personas consideran que no que los productos de baja rotación afectan a los Estados Financieros.

Pregunta #10

¿La empresa debe invertir en el mejoramiento de los procesos de ajustes de los productos de baja rotación?

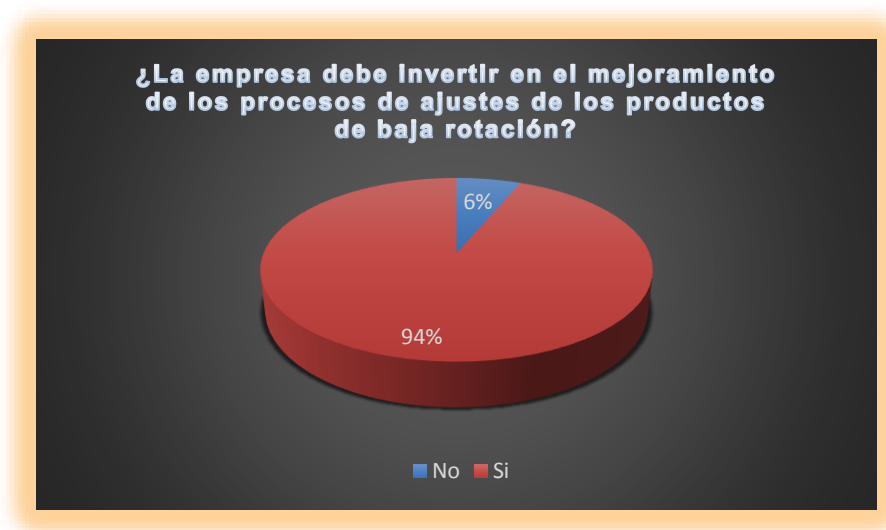
Cuadro # 14

Inversión en los procesos de ajustes de los productos de baja rotación.

Alternativas	Porcentaje	Frecuencia
No	6%	11
Si	94%	163
Total general	100%	174

Elaborado por: Enrique Barzola – Evelyn Ramos

FIGURA #10: Inversión en los procesos de ajustes de los productos de baja rotación.



Elaborado por: Enrique Barzola – Evelyn Ramos

Análisis de datos:

El 94% de los empleados que corresponden a 163 personas consideran la empresa debe invertir en el mejoramiento de los procesos de ajustes de los productos de baja rotación y el 6% de los empleados que corresponden a 11 personas consideran que la empresa no debe invertir en el mejoramiento de los procesos de ajustes de los productos de baja rotación.

Entrevista dirigida a los Administradores de los locales de Farmacias Cruz Azul de la Empresa DIFARE S.A. de la Zona 5.

Para poder tener claro la relevancia de nuestro Proyecto de Grado se procedió con las entrevistas a las personas que están en constante contacto con el proceso de devolución de los productos de baja rotación.

A continuación damos a conocer las opiniones vertidas por cada uno de los entrevistados.

1.- Sra. Irma Vásquez Castillo: Administradora del local Cruz Azul CA Milagro 06 (CG315)

1. ¿Afecta el mal retiro de productos por caducar?

Si, si nos afecta porque tenemos que sacar en tiempo los productos por caducar porque si no lo sacamos en tiempo entonces vamos a tratar de dañar la mercadería y después todo esto queda al gasto, por eso tenemos que sacarla en tiempo del sitio de donde es para poder devolverlas y así no abrían productos que estén al gasto.

2. ¿Por qué razón hay incrementos de productos de baja rotación?

Porque los inventarios se aumenta mucho y no hay una rotación al día a día, porque tenemos muchos productos ahí acumulados y no hay el movimiento adecuado de cada producto y por eso son los productos que tenemos de baja rotación y los productos van quedando ahí como producto hueso.

3. ¿La revisión de mínimos y máximos ayudaría a disminuir el incremento de productos de baja rotación?

Si nos ayuda nos damos cuenta cual es el producto que sale y cuál es el producto que no sale y el producto que no sale le puedo bajar el stock y los que salen entonces le voy subiendo el stock por eso nos sirve el máximo y el mínimo.

4. ¿Antes de realizar la venta, revisa la fecha de caducidad del producto?

Si hay que revisar es necesario revisar la fecha es necesario revisar la fecha porque tenemos que dar primeramente un buen servicio al cliente entonces

tenemos que ir viendo los productos que no estén caducada y hay que revisarles la perchas siempre sacar de la percha 3 meses antes de que valla a caducar el producto hay que sacarlo por eso hay que estar pendiente en revisar las fechas.

5. ¿La capacitación al personal ayudaría a disminuir los productos de baja rotación?

Si, si ayudaría porque pondríamos al día a los chicos para que ellos estén capacitados y saber cómo tienen que retirar los productos cual es la fecha como tienen que sacarlos si tienen que sacarlos en buen estado y todo entonces hay que capacitarlos para que ellos tengan conocimiento cuales son los productos tienen que sacar y como tiene que sacar el producto.

6. ¿Por qué se debe invertir en capacitar al personal en políticas de devolución?

Hay que invertir porque hay que darle conocimiento al personal, todo Empresa tiene que invertir para darle conocimiento al personal porque si no le damos conocimiento ellos como van hacer, van a estar a ciegas hay que darles conocimiento sobre lo que van a realizar.

7. ¿Es factible invertir en una herramienta tecnológica para reducir los productos que se enviaran al gasto por fraccionamiento?

Sería muy buena esa idea de que se invierta en eso así se iría menos gasto en la empresa y se devolvería todo y no iría todo al gasto se podía devolver, tendríamos la facilidad de devolver hasta las fracciones no solo la caja sino hasta las todo hasta las fracciones no solamente la caja y así no habría tanto gasto en la empresa

2.- Sra. Karina Monserrate Villamar: Administradora Junior del local Cruz Azul CA
Mil Av. Colon (CG319)

1 ¿Afecta el mal retiro de productos por caducar?

Si afectaría lo que es el mal retiro de los productos por caducar porque en si afectaría a la disminuiría los valores porque sería un gasto para la empresa al momento de devolver si no se revisa podría ver el error de fraccionar entonces afectaría tanto a la empresa como al auxiliar de venta porque la empresa no nos cobraría con el valor que es con el valor que realmente le costó si no que lo disminuiría y eso afecta y nos afecta lo que son las utilidades porque es un gasto.

2 ¿Por qué razón hay incrementos de productos de baja rotación?

Porque no hay un mejor control de parte del área de abastecimiento y la que nos lleva el control de mínimos y máximos porque hay productos que tienen día de promoción y mandan muchos productos y no nos manda una impulsadora, o tal vez son convenios estos no abarcan uno o dos productos si no de 20 o 30 y como son y cómo somos auto servicio nos mandan una cantidad demasiada no hay ni espacio y se la tiene que colocar en la parte de atrás.

3 ¿La revisión de mínimos y máximos ayudaría a disminuir el incremento de productos de baja rotación?

Se tendría que ser una revisión de unos dos tres meses antes y según el movimiento del producto abastecer la farmacia porque no puede enviar diez productos si solamente se me mueve dos en el mes y estos productos van quedando y las perchas comienza a quedarse ahí y van llegando los productos y siguen llegando cuando no tienen movimiento.

4 ¿Antes de realizar la venta, revisa la fecha de caducidad del producto?

Al nivel general no, porque si ellos realizaran una revisión diaria o en el momento de realizar la venta no se llevarían este problema de fracciones al gasto, si lograríamos revisar todas las cajas y viendo las fechas se disminuiría porque de evitar es difícil pero si se disminuiría, si sería un buen control al momento que comienza a vender y revisar las fechas uno se da cuenta y comienza a sacar.

5 ¿La capacitación al personal ayudaría a disminuir los productos de baja rotación?

Si porque ahí tendríamos conocimiento sobre los productos de alta y baja rotación porque hay personal nuevo y así estar todos capacitados y no cometeríamos tantos errores y se disminuiría lo que son los gastos.

6 ¿Por qué se debe invertir en capacitar al personal en políticas de devolución?

Eso ayudaría a disminuir los gastos, pero una cosa es nosotros como auxiliares de venta, otra cosa es el abastecimiento porque desde bodega saben venir los productos con fecha corta y eso provocaría el gasto, sería bueno invertir a los auxiliares y a los de abastecimiento.

7 ¿Es factible invertir en una herramienta tecnológica para reducir los productos que se enviaran al gasto por fraccionamiento?

Si sería muy bueno porque al momento que haga un reporte y se podría ver los productos que tienen fecha corta.

3.- Sr. Miguel Andrade Herrera: Administrador del local Cruz Azul CA Paseo Shopping Milagro (CG311).

1 ¿Afecta el mal retiro de productos por caducar?

Por supuesto que afecta el retiro no tanto al bolsillo de nosotros sino a la empresa en cuanto a los gastos en cuanto a los gastos que se van a presentar, afecta a todos en general ya que nuestras utilidades se ven afectadas

2 ¿Por qué razón hay incrementos de productos de baja rotación?

Porque nosotros como empresa DIFARE tenemos nuestros propios productos lo que llamamos líneas propias y nos enfocamos mucho en esas líneas y nos estamos olvidando de las otras líneas y cuando nos damos cuenta que se están que dando sin quedarse ya que se enfoca en vender los productos de línea propia ya que representa utilidad para nosotros.

3 ¿La revisión de mínimos y máximos ayudaría a disminuir el incremento de productos de baja rotación?

Por supuesto si se lleva un buen manejo de mínimos y máximos si porque nos daremos cuenta en productos si en seis o tres meses realmente si tiene rotación o no y se lo puede mandar con tiempo y eso no va representar un gasto.

4 ¿Antes de realizar la venta, revisa la fecha de caducidad del producto?

Sí, estamos día a día ya que puede caer de sorpresa el ministerio de salud por eso cada auxiliar tiene a cargo una percha tiene que estar pendiente de su percha y revisando la fechas de caducidad.

5 ¿La capacitación al personal ayudaría a disminuir los productos de baja rotación?

A pesar que la empresa siempre está capacitando a todos se toman el tiempo para eso y eso nos ha llevado a atender con éxito a nuestros clientes.

6 ¿Por qué se debe invertir en capacitar al personal en políticas de devolución?

Porque el personal de la farmacia necesitamos tener esa capacitación todo el personal nuevo o antiguo eso lleva a que la farmacia todo este bien y no representar mucho gasto a la empresa y evitar que nuestras utilidades se vean afectadas.

7 ¿Es factible invertir en una herramienta tecnológica para reducir los productos que se enviaran al gasto por fraccionamiento?

Por supuesto esto nos ayudaría muchísimo ya que nuestros productos no se enviarían al gasto y podríamos estar unidos con el resto de farmacias para poder completar la cajas.

4.- Sra. Jessica Cabrera Matamoros: Administradora del local Farmacia Cruz Azul CA Mil Av. Colon (CG319).

1 ¿Afecta el mal retiro de productos por caducar?

Si afecta porque genera gastos a la empresa al momento de no revisar nuestros productos.

2 ¿Por qué razón hay incrementos de productos de baja rotación?

Se genera el aumento de productos por los convenios que tiene la empresa, por productos que un cierto tiempo tienen movimiento y ahora no lo tienen y los médicos no lo recetan y porque los auxiliares de venta se concentran en líneas propias

3 ¿La revisión de mínimos y máximos ayudaría a disminuir el incremento de productos de baja rotación?

Si por que se evitaría el exceso de stock en la farmacia el aumento de días en el inventario que es lo que perjudica para lo que es la rentabilidad de la farmacia.

4 ¿Antes de realizar la venta, revisa la fecha de caducidad del producto?

Pocos son los que revisa la fecha de caducidad solo en ciertos productos que no tienen movimiento.

5 ¿La capacitación al personal ayudaría a disminuir los productos de baja rotación?

Sí, porque ellos estarían preparados para evitar el incrementos de productos o sacar los productos antes de realizar la venta y poder hacer la respectiva devolución.

6 ¿Por qué se debe invertir en capacitar al personal en políticas de devolución?

Sí, porque ayudaría a reducir los gastos, y los gastos hace que se reste la utilidad de la empresa.

7 ¿Es factible invertir en una herramienta tecnológica para reducir los productos que se enviarán al gasto por fraccionamiento?

Si porque se evitaría los gastos buscaríamos en cada farmacia lo mismos lotes y fechas para completar las cajas y evitar los gastos y recibiremos más utilidades.

5.- Sra. Gisella Jimenez Burgos: Administradora del local Cruz Azul CA Av. Mariscal Sucre – Milagro (CG321).

1 ¿Afecta el mal retiro de productos por caducar?

Claro, si no se saca a tiempo los productos y cuando no se completa las cajas para la devolución eso también afecta cuando son productos de baja rotación y desgraciadamente como son de baja rotación, llevan unas fracciones y casi las cajas quedan completas, así que no hay como completar las cajas para la devolución.

2 ¿Por qué razón hay incrementos de productos de baja rotación?

A veces la empresa por captar más clientes contrata o pide productos de nuevos laboratorios farmacéuticos, y la personas prefieren productos reconocidos, la empresa debe dedicarse a indagarla clase de empresa que es, analizar el mercado para ver si esos productos van o no van a salir o si es que se pueden mover en una mínima cantidad.

3 ¿La revisión de mínimos y máximos ayudaría a disminuir el incremento de productos de baja rotación?

Si, en esto de mínimos y máximos debe encargarse la empresa ya que muchas veces envían mucho de productos que no rotan hay que analizar la situación de cada farmacia antes de realizar el análisis de mínimos y máximos.

4 ¿Antes de realizar la venta, revisa la fecha de caducidad del producto?

Cada nuevo producto que se percha se procura ponerlo en la parte de abajo para que los productos que llegaron anteriormente vallan saliendo.

5 ¿La capacitación al personal ayudaría a disminuir los productos de baja rotación?

Sí, especialmente al personal nuevo creo que debería capacitárselo más con respecto a esto deberían igual estar consciente al momento de perchar la mercadería deben siempre procurar de sacar los productos que tenga fechas más cortas y no perchar nada más por perchar tienen que trabajar a conciencia.

6 ¿Por qué se debe invertir en capacitar al personal en políticas de devolución?

No, están necesario como sabemos los productos tienen que ser devueltos hasta con tres meses de antes de la caducidad es un factor más de concientizar que de capacitación.

7 ¿Es factible invertir en una herramienta tecnológica para reducir los productos que se enviaran al gasto por fraccionamiento?

Si creo que sería factible especialmente al momento de despachar introducir el lote de las cajas y a donde se las envía, un proceso automático ayudaría mucho.

4.2. ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS

Las encuestas y entrevistas nos revelan que los empleados de las Farmacias Cruz Azul de la Empresa DIFARE S.A. se encuentran capacitados para poder detectar y retirar productos por caducar sin embargo manifiestan en una cantidad equitativa que la causa del aumento de los productos que se envían al gasto es por causa del no retiro a tiempo de dichos productos, con este resultado podemos indicar que no se están cumpliendo con los procesos de manera correcta en el tema del retiro de productos por caducar.

Por otra parte la aplicación de las políticas de mínimos y máximos que se emplean en la Empresa según los resultados de la encuesta debería mejorar, porque en la revisión de mínimos y máximos que realizan los empleados se detecta que poseen un alto nivel de conocimiento en la revisión de estos productos teniendo como conclusión que donde se está errando es en la política aplicada internamente.

Un tema importante y crucial en este estudio son los productos de baja rotación, se le dio una importancia alta en la encuesta para poder determinar por qué se está teniendo un alto índice de estos productos ajustados todos los meses.

Con la encuesta realizada se pudo determinar que los empleados se encuentran capacitados para poder determinar que productos son de baja rotación sin embargo al consultar sobre las políticas de devolución que se manejan en la Empresa la mayoría coinciden en que el mejoramiento de estas podría ser clave fundamental para lograr una disminución considerable en este rubro.

De igual forma se consultó en nuestra encuesta si los empleados al momento de la comercialización de los productos afectan el nivel de rotación de los productos revelándonos una información fundamental para nuestra investigación, el 83% de los encuestados confirman que por desconocimiento de los productos afectan su nivel de rotación.

Adicional a esto se pudo obtener como dato fundamental que los empleados no comercializan de manera adecuada los productos de baja rotación teniendo como primeras opciones otros productos afectando directamente al nivel de ajustes que se deberán realizar mensualmente de estos productos.

La mayoría de los empleados están conscientes de que los productos de baja rotación y sus ajustes mensuales están afectando los Estados Financieros de la Empresa DIFARE S.A sin embargo no se toman las debidas medidas de precaución para generar menos productos de este tipo.

La Empresa debe tomar en consideración realizar una inversión en el mejoramiento de los ajustes que se realizan mensualmente por los productos de baja rotación los empleados coincidieron que esta es una buena opción para disminuir este rubro.

4.3. EL ANÁLISIS DE DATOS NO SÓLO CONSISTE EN SU PRESENTACIÓN Y PROCESAMIENTO.

Para nuestro punto de vista los empleados de las Farmacias Cruz Azul de la empresa DIFARE S.A. de la Zona 5 se encuentran capacitados en todas las funciones que desempeñan según su manual de funciones, sin embargo existen varias falencias que pasan por la mala ejecución del proceso que indican en las políticas internas que manejan.

La encuesta demuestra que el personal se siente capacitado para el proceso de retiro de productos por caducar sin embargo existe una cantidad equitativa de empleados que consideran que los productos se ajustan al gasto por falta de retiro a tiempo, demostrando de esta manera que se encuentran capacitados pero no cumplen con los procesos solicitados perjudicando de manera directa a la Empresa por el mal proceder de sus actividades.

Farmacias Cruz Azul tiene como política interno un método de abastecimiento de mínimos y máximos los mismos que funcionan de manera adecuada sin embargo el problema se está presentando en la revisión de los tiempos de rotación de los productos, esta revisión mal ejecutada conlleva a que exista un alto índice de productos de baja rotación en cada uno de los puntos de venta.

Los resultados de la encuesta aplicada a los empleados de las Farmacias Cruz Azul indican que los procesos de revisión de mínimos y máximos lo realizan de manera adecuada pero las políticas de aplicación y revisión están afectando con la rotación de varios productos, adicional que existen convenios con proveedores los mismos que como política exigen la exhibición de un numero alto de productos elevando el mínimo

en cada punto de venta llevando con esto a un sobre stock y convirtiendo estos en productos de baja rotación.

Una vez que existen productos de baja rotación se debe determinar cuál es el proceso y manejo que tienen los empleados de las Farmacias Cruz Azul para con estos ítems. En la encuesta realizada se observa que los empleados tienen conocimiento y se sienten capacitados para detectar los productos de baja rotación pero según los encuestados si se aplican nuevas normas de devolución a los proveedores ayudaría a disminuir el número de productos que son de baja rotación.

De igual forma es necesario aclarar que no solo por las normas de devolución a los proveedores es el aumento de los productos de baja rotación también existe otra parte fundamental que es el proceso de manejo de los productos por parte de los empleados los mismos que por el desconocimiento de la existencia de estos productos afectan el nivel de rotación de los mismos no teniendo en consideración primordial a estos productos.

La comercialización de los productos de baja rotación no es la adecuada por motivos de procesos internos que llevan a los empleados a impulsar en la venta a otros productos los mismos que generan un ingreso extra de ganancias para ellos.

Estas falencias que se están dando a conocer en estos productos de baja rotación afectan de manera importante a los Estados Financieros de la Empresa DIFARE S.A. por ser una pérdida en las ventas de estos productos y por tener como políticas de devolución que solo se deberá realizar la entrega de cajas enteras a los proveedores, por consiguiente estos productos no devueltos y que no se comercializan en los puntos de venta se convierten en un dinero mal invertido y al término de su vida de esta mercadería la empresa debe asumir este costo.

La inversión de una mejora en estos procesos es de gran ayuda porque facilitaría la mejora de comercialización de estos productos al igual que en la devolución a los proveedores llegando a optimizar los niveles de ajustes en los productos de baja rotación ayudando a evitar que estos costos afecten a los Estados Financieros de la empresa recuperando el dinero invertido en la compra de mercaderías.

4.4. RESULTADOS

En la tabulación obtenida de las encuestas efectuadas a cada empleado de las Farmacias Cruz Azul nos da como resultado que el recurso humano de los puntos de ventas se encuentra capacitados en los procesos de retiro y detección de productos por caducar y productos de baja rotación, lo que se puede evidenciar es la falta de control y evaluación en la rotación de los productos transformando con esta falencia en productos de baja rotación. El personal no toma en consideración los productos de baja rotación como algo primordial por tener otras prioridades como venta de productos que otorgan beneficios económicos para ellos.

La política de devolución de los productos a los proveedores indica que la devolución se la debe realizar por productos enteros y completos sin ningún daño en su interior y exterior, esta parte de la política de devolución afecta de manera importante en los ajustes de los productos de baja rotación debido a que no se puede devolver productos que no cumplan con esta norma.

4.5. VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS

Las hipótesis del estudio serán comprobadas en las siguientes tablas de comprobación.

Cuadro # 15:

Verificación de Hipótesis General.

HIPÓTESIS GENERAL	VERIFICACIÓN
La falta de conocimientos del personal de la Cadena de Farmacias Cruz Azul sobre los productos de baja rotación se encuentra afectando la utilidad de la empresa DIFARE.	En base a la pregunta numero 7 nos determina que el 83% de la muestra tomada para el estudio indica que por desconocimiento del vendedor se afecta la rotación de los productos. Esta falta de conocimiento afecta a los productos impactando directamente a los productos impactando directamente a los ajustes mensuales que se realizan en los locales.

Elaborado por: Enrique Barzola – Evelyn Ramos

Cuadro # 16:

Verificación de Hipótesis Particulares.

HIPÓTESIS PARTICULARES	VERIFICACIÓN
<p>La falta de concientización en el seguimiento del proceso de retiro de productos por fecha corta incide en el aumento de productos que se enviaran al gasto.</p>	<p>De acuerdo a la pregunta número 2 nos da a conocer que el 47% de empleados está de acuerdo con que el aumento de los productos que se enviaran al gasto es por causas del retiro de estos productos. Esta falta de dedicación al retiro de estos productos causa que se aumenten los ajustes mensuales al gasto.</p>
<p>La falta de revisión de mínimos y máximos de los productos de baja rotación afecta en el incremento de estos productos.</p>	<p>De acuerdo a la pregunta número 4 nos da a conocer que el 86% de los encuestados nos sugieren que se debe mejorar la política de mínimos y máximos. Este mejoramiento debe involucrar una revisión de la rotación de los productos evitando que se transforme en productos de baja rotación.</p>
<p>La falta de capacitación en el personal para identificar que productos son de baja rotación afecta a la devolución de los proveedores.</p>	<p>De acuerdo a la pregunta 6 nos da a conocer que el 92% de los empleados están de acuerdo que se deben implementar nuevas normas de devolución a los proveedores. Con esta nueva norma nos ayudaría a mejorar las devoluciones y disminuir los productos de baja rotación.</p>
<p>La falta de revisión de los productos por caducar antes de realizar la venta afecta a los productos de baja rotación.</p>	<p>De acuerdo a la pregunta número 8 nos informa que el 82% de los empleados indican que no se comercializa de una manera correcta los productos de baja rotación. Esta falta de comercialización afecta de manera directa a los ajustes que se realiza mensualmente en productos que van al gasto.</p>

Elaborado por: Enrique Barzola – Evelyn Ramos

5. CONCLUSIONES

Una vez realizado el estudio se puede determinar que en el proceso utilizado en los productos ajustados con motivo al gasto por fraccionamiento de las Farmacias Cruz Azul de la Empresa DIFARE S.A en la Zona 5 necesita realizar varias mejoras para su mejor Gestión Administrativa.

Al observar que los procesos de los ajustes se están realizando de una manera incorrecta se deberá establecer parámetros de verificación en cada producto ajustado para evitar incrementar valores al gasto.

De igual forma se observa que el proceso de revisión de productos de baja rotación no está generando la ayuda necesaria para disminuir estos ítems donde se debe implementar una nueva política de revisión.

El personal no tiene bases suficientes para poder identificar que productos son de baja rotación los mismos que deberán ser capacitados constantemente en este aspecto fundamental.

6. RECOMENDACIONES

Para una mejor Gestión Administrativa en los productos ajustados al gasto en la Empresa DIFARE S.A se recomienda las siguientes actividades:

- ✓ Realizar una constante capacitación a los empleados de la Farmacia Cruz Azul en el tema: Identificación de productos de baja rotación.
- ✓ Revisión de las políticas internas en los procesos de devolución a los proveedores.
- ✓ Revisión de la política de mínimos y máximos en especial de los productos de baja rotación.
- ✓ Establecer normas estandarizadas en los procesos internos de corte y entrega de los productos.
- ✓ Publicación en cada local de la Farmacia Cruz Azul de las políticas actualizadas de devolución de cada proveedor que mantiene relación con la Empresa.
- ✓ Generar archivos de los productos de baja rotación que no cumplan con las políticas de devolución.
- ✓ Revisión de archivos generados de productos de baja rotación antes de realizar ajustes al gasto por fraccionamiento.
- ✓ Implementar herramientas tecnológicas que permitan identificar los lotes y fechas de cada producto en todas las farmacias de manera general.

7. ANEXOS

Anexo 1: Diseño del Proyecto.

Elaborado por: Enrique Barzola – Evelyn Ramos

PROBLEMA	FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLES INDEPENDIENTES	INDICADORES	TÉCNICA E INSTRUMENTO	ÍTEMS	VARIABLES DEPENDIENTES	INDICADORES	TÉCNICA -INSTRUMENTO	ÍTEMS
Gestión administrativa de los productos ajustados con motivo al gasto por fraccionamiento de las Farmacias Cruz Azul de la empresa DIFARE s.a. de la zona 5 en el periodo 2014.	Cómo incide los ajustes por fraccionamiento de pastillas de baja rotación en la Cadena de Farmacias Cruz Azul en el periodo 2014	Realizar un estudio para lograr una disminución de ajustes por fraccionamiento de productos de baja rotación de la Cadena de Farmacias Cruz Azul.	La falta de conocimientos del personal de la Cadena de Farmacias Cruz Azul sobre los productos de baja rotación se encuentra afectando la utilidad de la Empresa DIFARE.	Incumplimiento de los procesos por parte de los recursos de la empresa.	Validación del manual de procesos.	Encuesta dirigida a los recursos de Farmacias Cruz Azul	¿En que afecta a los Estados Financieros el retiro de los productos de baja rotación?	Afecta a la empresa por el ajuste de los productos de baja rotación.	Reportes comparativos mensuales.	Encuesta dirigida a los recursos de Farmacias Cruz Azul	¿La empresa debe invertir en el mejoramiento de los procesos de ajustes de los productos de baja rotación?
SUBPROBLEMAS	SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS ESPECÍFICAS	VARIABLES INDEPENDIENTES	INDICADORES	TÉCNICA E INSTRUMENTO	ÍTEMS	VARIABLES DEPENDIENTES	INDICADORES	INSTRUMENTO	ÍTEMS
La ausencia de capacitación al personal provoca falencias e irregularidades al emitir el documento o factura.	¿En qué afecta la falta de concientización en el seguimiento del proceso de retiro de productos por fecha corta al aumento de productos que se enviarán al gasto?	Establecer en que forma incide la falta de conocimiento del proceso de retiro de productos por fecha corta en el aumento de productos que se enviarán al gasto.	La falta de concientización en el seguimiento del proceso de retiro de productos por fecha corta incide en el aumento de productos que se enviarán al gasto.	Seguimiento del proceso de retiro de productos por fecha corta.	muestreo de las perchas asignada a los recursos de los locales	Encuesta dirigida a los recursos de Farmacias Cruz Azul	¿Se siente capacitado para realizar el proceso de retiro de productos por caducar?	Aumento de productos que se enviarán al gasto.	Reporte mensual de los ajustes realizados	Encuesta dirigida a los recursos de Farmacias Cruz Azul	¿El aumento de los productos que se envían al gasto es por causa de la falta de retiro a tiempo?
La mala selección de empleado provoca mala comunicación entre empleados y clientes	¿En qué afecta la revisión de mínimos y máximos de los productos de baja rotación al incremento de productos de baja rotación?	Determinar de qué forma afecta la falta de revisión de mínimos y máximos con el incremento de productos de baja rotación.	La falta de revisión de mínimos y máximos de los productos de baja rotación afecta en el incremento de estos productos.	Revisión de mínimos y máximos de los productos de baja rotación.	Verificación de los reportes realizados por cada uno de los recursos del local.	Encuesta dirigida a los recursos de Farmacias Cruz Azul	¿Considera que se aplica de manera correcta la revisión de mínimos y máximos de los productos?	Incremento de productos de baja rotación.	Informe de los días de rotación de cada local.	Encuesta dirigida a los recursos de Farmacias Cruz Azul	¿Si se mejora la política de mínimos y máximos no se incrementa los productos de rotación baja?
La falta de un sistema de facturación adecuado provoca el desperdicio de recursos al no emitir un documento válido.	¿De qué manera afecta la falta de capacitación en el personal para identificar que productos son de baja rotación para no poder realizar la devolución a los proveedores?	Analizar cómo afecta la falta de capacitación en el personal de las políticas de devolución en la no devolución a los proveedores.	La falta de capacitación en el personal para identificar que productos son de baja rotación afecta a la devolución de los proveedores.	Capacitación en el personal para identificar que productos son de baja rotación.	Evaluación al personal.	Encuesta dirigida a los recursos de Farmacias Cruz Azul	¿Se siente capacitado para detectar que productos son de baja rotación?	No poder realizar la devolución a los proveedores.	Validación de cada una de las cajas de los productos.	Encuesta dirigida a los recursos de Farmacias Cruz Azul	¿Existe la posibilidad de disminuir los productos de baja rotación, por nuevas normas de devolución a los proveedores?
Al no estar actualizado con las leyes podría ocasionar cierre de los establecimientos.	¿En qué nivel afecta la falta de revisión de los productos por caducar antes de realizar la venta con el aumento de las cuentas por cobrar a los recursos?	Analizar cómo afecta la falta de revisión de los productos en los locales antes de ajustar con el aumento de productos, ajustados con motivo al gasto de la Cadena de Farmacias Cruz Azul.	La falta de revisión de los productos por caducar antes de realizar la venta afecta a los productos de baja rotación.	Revisión de los productos por caducar antes de realizar la venta.	Validación de las fechas de cada una de las cajas de los productos.	Encuesta dirigida a los recursos de Farmacias Cruz Azul	¿Existe productos que por desconocimiento del vendedor afecta a su rotación?	Aumento de ajustes de productos de baja rotación.	Reporte mensual de los ajustes realizados	Encuesta dirigida a los recursos de Farmacias Cruz Azul	¿ Considera que se comercializa adecuadamente los productos de baja rotación en los puntos de venta?

Anexo 2: Formato de la encuesta.



UNIVERSIDAD ESTADAL DE MILAGRO

UNIDAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

CARRERA DE INGENIERIA EN CONTADURIA PÚBLICA Y AUDITORIA

ENCUESTA

Encuesta dirigida a los empleados de las Farmacias Cruz Azul de la Zona 5 de la Empresa DIFARE S.A

Objetivo: Identificar de qué manera incide la falta de conocimiento del proceso de retiro de productos por fecha corta en el aumento de productos que se enviarán al gasto.

Leer la pregunta y escoger la respuesta.

Pregunta #1

¿Se siente capacitado para realizar el proceso de retiro de productos por caducar?

- Si
- No

Pregunta #2

¿El aumento de los productos que se envían al gasto es por causa de la falta de retiro a tiempo?

- De Acuerdo
- Parcialmente de Acuerdo
- En desacuerdo

Pregunta #3

¿Considera que se aplica de manera correcta la revisión de mínimos y máximos de los productos?

- Si
- No

Pregunta #4

¿Si se mejora la política de mínimos y máximos no se incrementara los productos de rotación baja?

- Si
- No

Pregunta #5

¿Se siente capacitado para detectar que productos son de baja rotación?

- Si
- No

Pregunta #6

¿Exista la posibilidad de disminuir los productos de baja rotación, por nuevas normas de devolución a los proveedores?

- Si
- No

Pregunta #7

¿Existen productos que por desconocimiento del vendedor afecta a su rotación?

- Si
- No

Pregunta #8

¿Considera que se comercializa adecuadamente los productos de baja rotación en los Puntos de Venta?

- Si
- No

Pregunta #9

¿Afecta a los Estados Financieros el retiro de los productos de baja rotación?

- Si
- No

Pregunta #10

¿La empresa debe invertir en el mejoramiento de los procesos de ajustes de los productos de baja rotación?

- Si
- No

Anexo 3: Formato de las entrevistas.



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
UNIDAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES
CARRERA DE INGENIERIA EN CONTADURIA PÚBLICA Y AUDITORIA
ENTREVISTA

Se realizó la siguiente entrevista a los administradores de las farmacias Cruz Azul de la empresa DIFARE

1 ¿Afecta el mal retiro de productos por caducar?

.....
.....
.....

2 ¿Por qué razón hay incrementos de productos de baja rotación?

.....
.....
.....

3 ¿La revisión de mínimos y máximos ayudaría a disminuir el incremento de productos de baja rotación?

.....
.....
.....

4 ¿Antes de realizar la venta, revisa la fecha de caducidad del producto?

.....
.....
.....

5 ¿La capacitación al personal ayudaría a disminuir los productos de baja rotación?

.....
.....
.....

6 ¿Por qué se debe invertir en capacitar al personal en políticas de devolución?

.....
.....
.....

7 ¿Es factible invertir en una herramienta tecnológica para reducir los productos que se enviaran al gasto por fraccionamiento?

.....
.....
.....

Anexo 4: Autorización para ejecutar la propuesta.



Guayaquil, 20 de octubre de 2015

CARTA DE AUTORIZACIÓN

Por medio de la presente, el Ing. Christian Coll Baquerizo en calidad de Gerente de División Farmacias de la empresa Distribuidora Farmacéutica Ecuatoriana DIFARE S.A., autoriza al Sr. Barzola Cazar Enrique Niño y a la Srta. Ramos Parra Evelyn Xiomara egresados de la Universidad Estatal de Milagro de la carrera Ingeniería en Contaduría Pública y Auditoría – CPA, realizar el proyecto de tesis, cuyo tema es "Gestión Administrativa de los productos ajustados con motivo al gasto por fraccionamiento de las Farmacias Cruz Azul de la Empresa DIFARE S.A. de la Zona 5 en el periodo 2014".

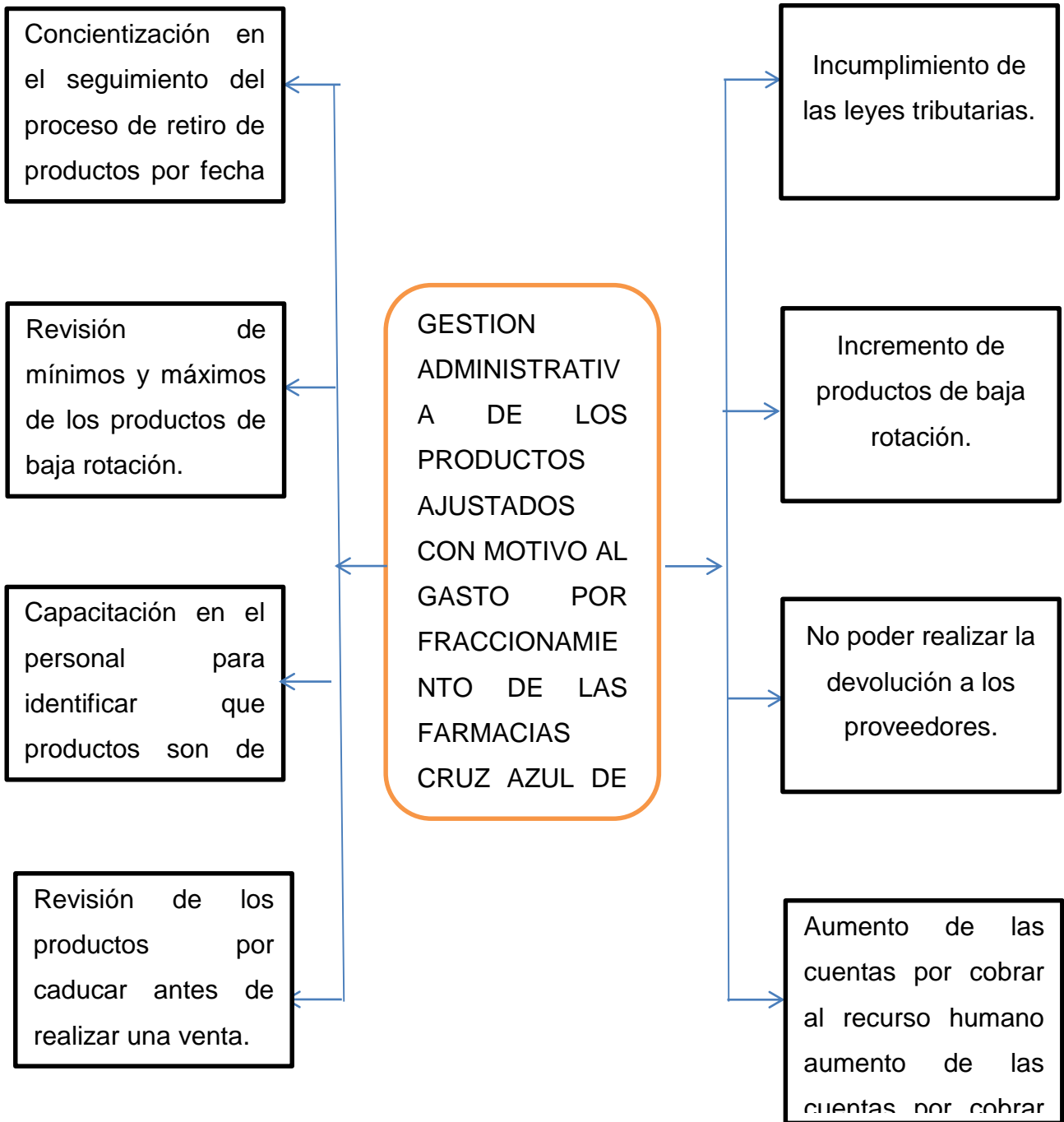
Para lo cual los suscritos, cuentan con la total aprobación y autorización de solicitar la información requerida para dicho proyecto.

Christian Coll Baquerizo
Gerente de División Farmacias
christian.coll@GrupoDifare.com
Urb. Ciudad Colón, Mz 275, Solar 5, Etapa III
Edificio Corporativo 1 | Guayaquil - Ecuador
Teléf.: (593) 4 3731390 Ext. 1120
www.grupodifare.com

Mérida Guayaquil: Urb. Ciudad Colón, Mz 275, Solar 5, Etapa III Edificio Corporativo 1
Oficina Regional Quito: Av. 6 de Diciembre N01-110 y Whymper, Edif. Torres Torresón, 3ra. Piso

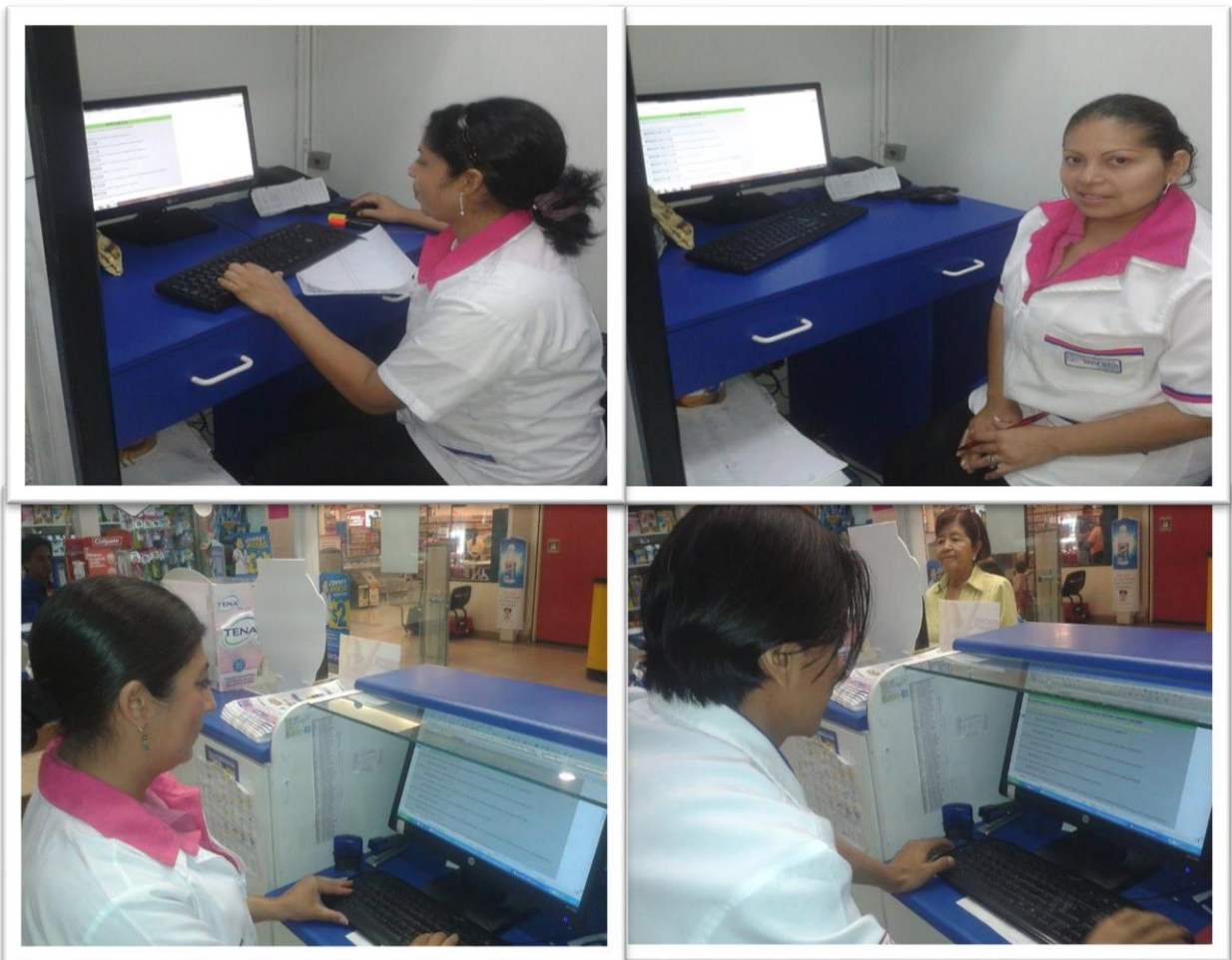
093 43731390

Anexo 5: Árbol del problema

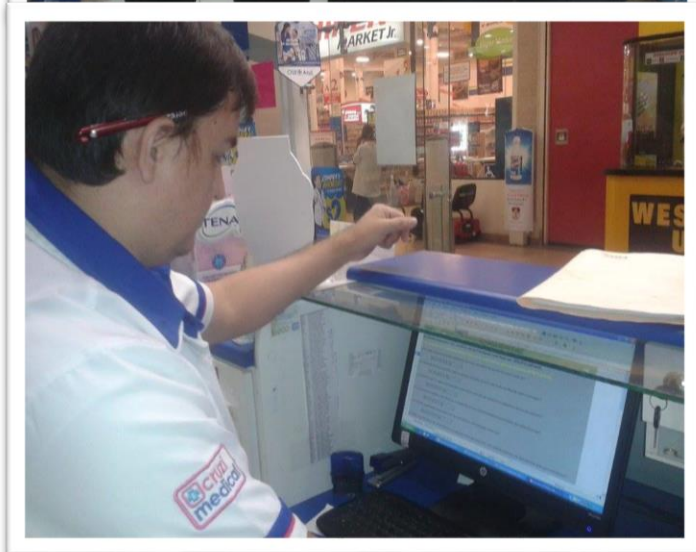


Elaborado por: Enrique Barzola – Evelyn Ramos

Anexo 6: Empleados llenando la encuesta.



Anexo 7: Empleados entrevistados.



Anexo 8: Empleados llenando la encuesta.

The screenshot displays the URKUND web application interface. The top navigation bar includes the URKUND logo and the user name BORJA SALINAS ELY ISRAEL (eborjas). The main content area is divided into two sections: document details on the left and a list of sources on the right.

Document Details:

- Document:** [TESIS FINAL ENRIQUE BARZOLA ANALISIS.docx](#) (D16041017)
- Submitted:** 2015-11-05 13:06 (-05:00)
- Submitted by:** borjasalinas78@gmail.com
- Receiver:** eborjas.unemi@analysis.orkund.com
- Message:** BARZOLA [Show full message](#)

Message Content: 6% of this approx. 18 pages long document consists of text present in 13 sources.

List of sources:

Source	Checkmark
http://www.cis.es/cis/opencms/ES/1_encuestas/...	<input type="checkbox"/>
12 Baque Pin Angel.docx	<input checked="" type="checkbox"/>
http://www.planificacion.gob.ec/category/zona-d...	<input type="checkbox"/>
http://www.e-torredebabel.com/Enciclopedia-His...	<input type="checkbox"/>
http://www.webyempresas.com/que-es-un-proce...	<input type="checkbox"/>
http://www.unemi.edu.ec/unemi/unemi_opcione...	<input type="checkbox"/>
http://www.ecured.cu/index.php/Proceso	<input checked="" type="checkbox"/>

Document Content:

integral aplicable para la empresa, capacitar al personal sobre sus nuevas competencias y responsabilidades en base al diseño a implementar". Regina de Jesús Eugenio Barrionuevo (2010) en su estudio previo a la obtención de Titulo de Ingeniera de Empresas en la

Universidad TÉCNICA DE AMBATO titulado "Logística de Inventario y su incidencia en las ventas de la Farmacia Cruz Azul "Internacional" de la ciudad de Ambato".

Taskbar: Shows several open PDF files (Urkund Report2 - TE..., Urkund Report - TES..., Urkund Report 2 - Te..., Urkund Report - Tesi..., Urkund Report - DIA...) and the system clock at 11:21 on 06/11/2015.

8. BIBLIOGRAFÍA

- BERNAL C. (2006). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN*. SEGUNDA EDICIÓN, MEXICO: PEARSON EDUCACIÓN.
- GLORIA M. (2005). LA HISTORIA, CONCEPTOS, METODOLOGÍA Y DIDÁCTICA. *EN EL MUNDO MODERNO Y CONTEMPORÁNEO I*(pp19-21). MÉXICO: PEARSON EDUCACIÓN.
- E. ABASCAL & I. GRANDE. (2005). METODOS DE MUESTREO. En *ANÁLISIS DE ENCUESTA* (p69). MADRI: GRÁFICAS DEHON.
- CEGARRA J. (2004). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA Y TECNOLÓGICA*. MADRID: DIAZDESANTOS.
- CEGARRA J. (2012). *LOS MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN*. MADRID: DIAZDESANTOS.
- MANUEL S & SAAVEDRA R. (2001). *ELABORACIÓN DE TESIS PROFESIONALES*. MÉXICO: PRINTED IN MEXICO.
- DOMÍNGUEZ S, SÁNCHEZ E & SÁNCHEZ G. (2001). *GUÍA PARA ELABORAR UNA TESIS*. MEXICO: PRINTED IN MEXICO.
- FIDIAS G. (2012). Concepto Básico Del Muestreo. En *EL PROYECTO DE INVESTIGACION* (P87). VENEZUELA: SUPLIDARA VAN.
- SALMAN T, AYLLÓN V, CÓRDOVA J, LANGER E, SANJINÉS J & ROJAS R. (2003). *GUÍA PARA L FORMULACIÓN Y EJECUCIÓN DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN*. LA PAZ: OFFSET Boliviana.
- ÑAUPAS H, MEJÍA E, NOVOA E & VILLAGÓMEZ A. (2014). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA - CUALITATIVA Y REDACCIÓN DE LA TESIS*. BOGOTÁ: EDICIONES DE LA U.
- FIDIAS G. (2012). Hipótesis. En *EL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN* (PP54-55). VENEZUELA: SUPLIDARA VAN.
- FIDIAS G. (2012). Técnicas E Instrumentos De Recolección De Datos. En *EL PROYECTO DE INVESTIGACION* (PP72-74). VENEZUELA: SUPLIDARA VAN.
- MARTÍNEZ T. (2000). *TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE DATOS EN INVESTIGACIÓN DE MERCADOS*. ESPAÑA: EDICIONES PIRÁMIDE.
- CESAR B. (2010). *METODOLOGÍA DE LA MVESTACIÓN*. COLOMBIA: PEARSON.
- MUÑOZ C. (2014). *CÓMO ELABORAR Y ASESORAR UNA INVESTIGACIÓN DE TESIS*. BOGOTA: PEARSON.
- LARA E. (2013). *FUNDAMENTOS DE INVESTIGACIÓN*. MEXICO: ALFAOMEGA.
- BERMÚDEZ G. (2002). Introducción A La Franquicia. *EN LA FRANQUICIA: ELEMENTOS, RELACIONES Y ESTRATEGIAS* (P17). MADRIS: ESIC.
- BERMÚDEZ G. (2002). Ventajas E Inconvenientes De La Franquicia. En *LA FRANQUICIA: ELEMENTOS, RELACIONES Y ESTRATEGIAS* (P134). MADRIS: ESIC.

- ALBA M. (2004). Origen Y Antecedentes De Las Franquicias. En *FRANQUICIAS EN MEXICO* (p19). MEXICO: FCA.
- ALBA M. (2004). Las Franquicias En El Mundo. En *FRANQUICIAS EN MEXICO* (p33). MEXICO: FCA.
- ALBA M. (2005). Aspectos Legales De Las Franquicias. En *FRANQUICIAS UNA PERPECTIVA MUNDIAL* (p104). MEXICO: FCA.
- GUZMÁN A, GUZMÁN D & ROMERO T. (2005). Los ajustes. En *CONTABILIDAD FINANCIERA* (p 198). BOGOTA: JAVEGR
- Ministerio de salud Pública. (2006). Los Medicamentos. En *LEY ORGANICA DE LA SALUD* (pp 48-49). ECUADOR: REGISTRO OFICIAL.
- Ministerio de salud Pública. (2006). Vigilancia Y Control Sanitario. En *LEY ORGANICA DE LA SALUD* (pp 40-41). ECUADOR: REGISTRO OFICIAL
- JACOMÉ A. (2003). La Edad Antigua. En *HISTORIA DE LOS MEDICAMENTOS* (Pp19-25). COLOMBIA: KINPRES.