



UNIVERSIDAD SAN GREGORIO DE PORTOVIEJO

CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previo a la obtención del título de:

INGENIERO EN GESTIÓN EMPRESARIAL

TEMA:

**PROYECTO DE PREFACTIBILIDAD PARA DETERMINAR LA
RENTABILIDAD FINANCIERA POR LA CREACIÓN DE LA
FARMACIA JUANITA, LA CIUDADELA LOS VERGELES,
EN EL CANTÓN DE GUAYAQUIL.**

TUTORA:

Ing. Lizbeth Sánchez León. Mgs.

AUTOR:

Kevin Josué Monar Ibarra

GUAYAQUIL - GUAYAS – ECUADOR

2020

Certificado del tutor de titulación

Ing. Lizbeth Sánchez León, Mgs., en calidad de Tutora del Trabajo de Titulación, certifico que el egresado **Monar Ibarra Kevin Josué** el autor de la Tesis de Grado titulado: **“PROYECTO DE PREFACTIBILIDAD PARA DETERMINAR LA RENTABILIDAD FINANCIERA POR LA CREACIÓN DE LA FARMACIA JUANITA, LA CIUDADELA LOS VERGELES, EN EL CANTÓN DE GUAYAQUIL”**, misma que ha sido elaborado siguiendo a cabalidad todos los parámetros metodológicos exigidos por la Universidad San Gregorio de Portoviejo, orientado y revisado durante su proceso de ejecución bajo mi responsabilidad.

Ing. Lizbeth Sánchez León, Mgs.

Tutora del trabajo de titulación

Certificado del tribunal

El trabajo de investigación “**PROYECTO DE PREFACTIBILIDAD PARA DETERMINAR LA RENTABILIDAD FINANCIERA POR LA CREACIÓN DE LA FARMACIA JUANITA, LA CIUDADELA LOS VERGELES, EN EL CANTÓN DE GUAYAQUIL**”, presentado por el egresado **Monar Ibarra Kevin Josué**, luego de haber sido analizado y revisado por los señores miembros del tribunal y en cumplimiento a lo establecido en la ley, se da por aprobado.

Ing. Andrea Ruiz Vélez, Mgs.

Coordinadora de la carrera

Ing. Lizbeth Sánchez León, Mgs.

Tutora de trabajo de investigación

Miembro del tribunal

Miembro del tribunal

Declaración de autoría

Monar Ibarra Kevin Josué, autor de este trabajo de titulación denominado **“PROYECTO DE PREFACTIBILIDAD PARA DETERMINAR LA RENTABILIDAD FINANCIERA POR LA CREACIÓN DE LA FARMACIA JUANITA, LA CIUDADELA LOS VERGELES, EN EL CANTÓN DE GUAYAQUIL”**, declaro que el mismo es de la completa autoría y ha sido elaborado de acuerdo a las directrices y el Reglamento de Titulación de la Carrera de Gestión Empresarial de la Universidad San Gregorio de Portoviejo, siendo de nuestra entera responsabilidad el contenido íntegro del mismo, así como las ideas, los resultados y las conclusiones de su contenido.

Monar Ibarra Kevin Josué

Egresado de la carrera de Gestión Empresarial

Agradecimiento

Primero agradezco a Dios y a mi Madre Santísima, dar gracias a mi tutora por proporcionar las herramientas necesarias en mí proyecto, le doy gracias a mis padres al Sr. Miguel Monar Guerrero y a la Sra. Magali Ibarra Zambrano y a mi tía Martha Monar Guerrero que me ha dado su apoyo incondicional, quienes ellos me han visto mi vida diario dando mi esfuerzos y perseverancia en mi vida profesional y personal. Agradezco a mis docentes que me han guiado en el desarrollo de este proyecto, al Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología quienes, en conjunto con la Universidad San Gregorio de Portoviejo, nos brindan la oportunidad de dar una continuidad a nuestra formación profesional que es la Ingeniería en Gestión Empresarial.

Monar Ibarra Kevin Josué

Dedicatoria

En el presente trabajo está dedicado con mucho esfuerzo y amor a mis padres, Miguel Monar Guerrero y Magali Ibarra Zambrano, gracias a ellos por toda la enseñanza y el amor recibido en mi vida personal y profesional, a mis hermanos Miguel Monar Ibarra y Ronald Monar Ibarra, mi familia muestra los valores más importantes que contiene una verdadera familia que se vive a diario.

Monar Ibarra Kevin Josué

Resumen

Del presente proyecto surge la identificación de una necesidad esencial para los clientes que habita en la ciudadela Los Vergeles, debido a que no existe un buen servicio de venta de productos farmacéuticos a más de 150 metros de distancia, los habitantes de la comunidad Los vergeles les toca salir de la casa a ir a comprar los medicamentos a la Avenida Francisco Orellana y eso les causa una incomodidad. La propuesta de este proyecto es el estudio de prefactibilidad, que permita identificar la factibilidad y la viabilidad del proyecto para la implementación de este tipo de negocio en el sector, considerando los aspectos relacionados a los posibles clientes potenciales para la ciudadela Los vergeles, para lo cual se desarrollará un estudio de mercado que permita establecer si existe la demanda insatisfecha para el proyecto, dentro del estudio se realizará la estructura organizacional para ofrecer un mejor servicio que supere la confianza de los futuros clientes potenciales.

Así mismo se realizará un estudio técnico detallando los aspectos que deben ser considerados por la normativa ecuatoriana para cumplir con todo los requisitos pertinentes y ofrecer un servicio de calidad. Se incidirá en un estudio financiero con el fin de invertir entre las variables que garanticen un retorno económico para los inversionistas interesados al proyecto de prefactibilidad. La consecuencia de lo expuesto se presentará las conclusiones respectivas de toda la información recolectada y analizada del proyecto, de modo que no solo será un instrumento y guía de carácter educativo, sino que sea seleccionado por las diferentes firmas inversoras del país.

Palabras claves: Prefactibilidad, Mercado, Financiero.

Abstract

From this project arises the identification of an essential need for customers who live in the Los Vergeles citadel, because there is no good service for the sale of pharmaceutical products more than 150 meters away, the inhabitants of the Los Vergeles community. It is time to leave the house to go buy medicines at Avenida Francisco Orellana and that makes customers uncomfortable leaving home to a pharmacy so far away. The proposal of this project is the pre-feasibility study, which allows to identify the feasibility and viability of the project for the implementation of this type of business in the sector, considering the aspects related to potential clients for the Los Vergeles citadel, to which will develop a market study to establish whether there is unsatisfied demand for the project, within the study will collaborate with the organizational structure to offer a better service that exceeds the confidence of future potential customers.

Within the study, it will reduce a technical study detailing the aspects that must be considered by the Ecuadorian regulations that the type of establishment must comply with and guide the offering of good quality products and services. A financial study will be carried out in order to invest among the variables that guarantee an economic return for investors interested in the pre-feasibility project. The consequence of the above will present the respective conclusions of all the information collected and analyzed from the project, so that it is not only an educational instrument and guide, but also selected by the different investment firms of the country in which it is located.

Keywords: Prefeasibility, Market, Financial

Tabla de Contenido

Contenidos:	Páginas:
Certificado del tutor de titulación	i
Certificado del tribunal	ii
Declaración de autoría	iii
Agradecimiento	iv
Dedicatoria	v
Resumen	vi
Abstract	vii
Tabla de Contenido	viii
Lista de Tablas	xii
Lista de Figuras	xiv
Capítulo I.....	1
1. Problematización.....	1
1.1 Tema.....	1
1.2 Antecedentes generales	1
1.3 Formulación del problema.....	9
1.4 Planteamiento del problema	9
1.5 Preguntas de la investigación	9
1.6 Delimitación del problema	10
1.7 Justificación.....	10
1.8 Objetivos	13
Conclusión.....	14
Capítulo II	15
2. Contextualización.....	15
2.1 Marco teórico.....	15
2.2 Marco conceptual.....	35
2.3 Variables.....	39
2.3.1 Variable independiente.....	39
2.3.2 Variable dependiente.....	39

2.4 Operacionalización de las variables	40
2.5 Marco referencial	42
Conclusión	49
Capítulo III	50
3. Marco metodológico	50
3.1 Plan de Investigación	50
3.2 Tipos de investigación.....	50
Descriptiva.	52
Correlacional.	52
Explicativa.....	52
3.3 Fuentes de Investigación	52
Fuentes primarias.....	52
Fuentes secundarias	53
3.4 Población	54
Población Finita.....	54
Población Infinita.....	54
3.5 Tamaño de la Muestra.....	55
Tipos de muestra.	55
Estratificado.....	55
Probabilísticos.	56
No probabilísticos.....	56
Delimitación de la muestra	57
Métodos, técnicas e instrumento	57
Procedimientos de la investigación	58
Conclusión	60
Capítulo IV	61
4. Formulación del Proyecto	61
4.1 Análisis e Interpretación de resultados	61
4.1.1 Encuesta.....	61
4.1.2 Entrevista.....	72
4.2 Estudio de Mercado	79

4.2.1. Microambiente - análisis PESTEL.....	84
4.2.2 Macoambiente - análisis FODA	90
4.2.3 Análisis y proyección de oferta	93
4.2.3 Proyección de la oferta	93
4.2.4 Análisis y proyección de la demanda.....	94
4.2.5 Análisis de demanda insatisfecha.....	96
4.2.6 Producto.....	97
4.2.7 Precio.....	103
4.2. 8 Plaza – comercialización	104
4.2.9 Promoción.....	110
4.3 Estudio técnico	112
4.3.1 Dimensión y características.....	114
4.3.2 Localización del proyecto	117
4.3.3 Tecnología del proceso productivo.....	118
4.3.4 Ingeniería del proyecto	121
4.3.5 Maquinaria y equipos.....	131
4.4 Estudio Administrativo	133
4.4.1 Análisis situacional	135
4.4.2 Organigrama Institucional	144
4.4.3 Funciones del talento humano	145
4.5 Estudio legal.....	162
4.5.1 Tipo de empresa	163
4.5.2 Trámites legales	163
4.5.3 Requisitos tributarios	168
Conclusiones	169
Capítulo V	170
5. Propuesta.....	170
5.1 Título de la propuesta.....	170
5.2 Autores de la propuesta	170
5.3 Empresa auspiciante.....	170
5.4 Área que cubre la propuesta	171

5.5 Fecha de presentación	171
5.6 Fecha de terminación	172
5.7 Duración del proyecto	172
5.8 Participantes del proyecto	172
5.9 Objetivo general de la propuesta	173
5.10 Objetivos específicos	173
5.11 Beneficiarios directos.....	173
5.12 Beneficiarios indirectos.....	173
5.13 Impacto de la propuesta.....	174
5.14 Descripción de la propuesta.....	174
5.14.1 Ingresos.....	174
5.14.2 Costos de materiales directos.....	176
5.15 Importancia	188
5.16 Metas del proyecto	188
5.17 Finalidad de la propuesta.....	189
Conclusiones	189
Referencias	191
Apéndice	199
Apéndice A. Formulario de Encuesta.....	200
Apéndice B. Formulario para Entrevista	206

Lista de Tablas

Contenidos:	Páginas:
<i>Tabla 1 Variables</i>	40
<i>Tabla 2 Clases de Investigación</i>	51
<i>Tabla 3 Fuentes</i>	53
<i>Tabla 4 Universo</i>	54
<i>Tabla 5 Los Vergeles</i>	55
<i>Tabla 6 Total de la Muestra</i>	57
<i>Tabla 7 Técnicas e Instrumentos</i>	58
<i>Tabla 8 Género</i>	62
<i>Tabla 9 Edades</i>	63
<i>Tabla 10 Realización de compras en farmacias</i>	64
<i>Tabla 11 Características del servicio en una farmacia</i>	65
<i>Tabla 12 Frecuencia de ir a la farmacia por necesidad</i>	66
<i>Tabla 13 Menciona en qué farmacia usted más visita en las compras de medicamentos y entre otros.</i>	67
<i>Tabla 14 Forma de realizar las compras en una farmacia</i>	68
<i>Tabla 15 Calidad de Servicio que brinda</i>	69
<i>Tabla 16 Medios de comunicación para promocionar la farmacia</i>	70
<i>Tabla 17 Tipos de promociones</i>	71
<i>Tabla 18 Aplicación FODA</i>	91
<i>Tabla 19 Análisis de demanda</i>	95
<i>Tabla 20 Determinación de la demanda</i>	95
<i>Tabla 21 Análisis de oferta y demanda y población insatisfecha</i>	96
<i>Tabla 22 Lista de precios de productos de la competencia directa</i>	104
<i>Tabla 23 Valores de facturación farmacia Cruz Azul, Mi Buen Vecino y 911</i>	106
<i>Tabla 24 Proveedores de Farmacia Juanita</i>	109
<i>Tabla 25 Proveedores de inmobiliaria y otros equipos</i>	109
<i>Tabla 26 Recursos para el proceso productivo</i>	119
<i>Tabla 27 Producto de Computación</i>	131
<i>Tabla 28 Activos de la empresa</i>	132
<i>Tabla 29 Activos de la empresa 1</i>	133
<i>Tabla 30 Manual Gerente propietario</i>	145
<i>Tabla 31 Manual Contador</i>	146
<i>Tabla 32 Manual Auxiliar farmacéutico</i>	147
<i>Tabla 33 Profesiograma Gerente propietario</i>	148
<i>Tabla 34 Profesiograma Contador</i>	149
<i>Tabla 35 Profesiograma Auxiliar de farmacia</i>	150

<i>Tabla 36 Sueldos con todos los beneficios de ley.....</i>	<i>161</i>
<i>Tabla 37 Agentes regulatorios</i>	<i>167</i>
<i>Tabla 38 Ingresos Ventas.....</i>	<i>175</i>
<i>Tabla 39 Costos Indirectos</i>	<i>177</i>
<i>Tabla 40 Depreciación de activos fijos con cargo operativo</i>	<i>177</i>
<i>Tabla 41 Tabla de Amortización</i>	<i>178</i>
<i>Tabla 42 Capital de Trabajo.....</i>	<i>179</i>
<i>Tabla 43 Estado de Resultado Proyectado</i>	<i>180</i>
<i>Tabla 44 Estado de Situación Financiera Proyectado</i>	<i>181</i>
<i>Tabla 45 Presupuesto de Efectivo</i>	<i>183</i>
<i>Tabla 46 Tasa de libre riesgo, tasa de mercado, beta del sector farmacéutico</i>	<i>184</i>
<i>Tabla 47 Indicadores CAPM y CPCC del proyecto</i>	<i>185</i>
<i>Tabla 48 Relación Costo Beneficio</i>	<i>186</i>
<i>Tabla 49 El Payback del proyecto de grado de la Farmacia Juanita.....</i>	<i>187</i>
<i>Tabla 50 Análisis de sensibilidad.....</i>	<i>188</i>

Lista de Figuras

Contenidos:	Páginas:
<i>Figura 1 Ciclo de vida del producto.....</i>	<i>19</i>
<i>Figura 2 Componentes del estudio técnico.....</i>	<i>22</i>
<i>Figura 3 Evolución del mercado farmacéutico privado en Ecuador.....</i>	<i>42</i>
<i>Figura 4 Género.....</i>	<i>62</i>
<i>Figura 5 ¿Qué edad tiene usted?.....</i>	<i>63</i>
<i>Figura 6 ¿Usted realiza compras en una farmacia?.....</i>	<i>64</i>
<i>Figura 7 ¿Con qué características usted valora más en un servicio de una farmacia?.....</i>	<i>65</i>
<i>Figura 8 Va constantemente a la farmacia por alguna necesidad dentro del sector.....</i>	<i>66</i>
<i>Figura 9 Menciona en qué farmacia usted más visita en las compras de medicamentos y entre otros.....</i>	<i>67</i>
<i>Figura 10 ¿De qué forma Usted le gustaría realizar compras en una farmacia?.....</i>	<i>68</i>
<i>Figura 11 ¿Qué opina sobre el servicio que brinda la farmacia?.....</i>	<i>69</i>
<i>Figura 12 ¿Elija los medios de comunicación en los cuales usted desearía conocer sobre la Farmacia y promociones?.....</i>	<i>70</i>
<i>Figura 13 ¿Qué tipo de promociones le gustaría recibir por parte de la Farmacia?.....</i>	<i>71</i>
<i>Figura 14 Los Vergeles.....</i>	<i>81</i>
<i>Figura 15 Las Farmacias Vergeles.....</i>	<i>83</i>
<i>Figura 16 Las Farmacias en la Bahía.....</i>	<i>84</i>
<i>Figura 17 Isologo.....</i>	<i>102</i>
<i>Figura 18 Precio Especiales.....</i>	<i>103</i>
<i>Figura 19 Facturación Red de Farmacias.....</i>	<i>108</i>
<i>Figura 20 Promoción.....</i>	<i>111</i>
<i>Figura 21 Fanpage.....</i>	<i>112</i>
<i>Figura 22 Publicidad en redes sociales.....</i>	<i>112</i>
<i>Figura 23 Componentes del estudio técnico.....</i>	<i>114</i>
<i>Figura 24 Planta de la Farmacia Juanita.....</i>	<i>115</i>
<i>Figura 25 Localización del proyecto.....</i>	<i>117</i>
<i>Figura 26 Compra de medicamentos.....</i>	<i>124</i>
<i>Figura 27 Proceso de venta.....</i>	<i>127</i>
<i>Figura 28 Proceso de clasificación de medicamentos.....</i>	<i>130</i>
<i>Figura 29 Organigrama Institucional.....</i>	<i>144</i>
<i>Figura 30 Organigrama de la empresa.....</i>	<i>155</i>
<i>Figura 31 Proceso de clasificación de medicamentos.....</i>	<i>157</i>
<i>Figura 32 Proceso de clasificación de medicamentos.....</i>	<i>159</i>

Capítulo I

1. Problematicación

1.1 Tema

Proyecto de Prefactibilidad para determinar la Rentabilidad Financiera por la creación de la Farmacia Juanita, la ciudadela Los Vergeles, en el Cantón de Guayaquil.

1.2 Antecedentes generales

La historia de la farmacia y la medicina provienen desde la edad antigua y por mucho tiempo significaban lo mismo, empezó con el uso de plantas medicinales usado por los chamanes por sus cualidades curativas y ha venido trascendiendo hasta lo que conocemos actualmente (Nogales , 2012).

En base a un estudio realizado por los autores Chiarlone & Mallaina (1865) basándose en otras fuentes bibliográficas de diferentes autores mencionaron que la historia de la farmacia es una rama de la medicina general que a través de los siglos ha pasado por un proceso evolutivo tanto teórico como práctico entre las aportaciones está la opinión de los dos científicos en base a sus conocimientos contribuyeron con mucha información acerca de la historia de la farmacia y su evolución a lo largo del tiempo. En toda obra realizada los autores identificaron cuatro fases de evolución, por lo cual ha pasado la historia de la farmacia:

1. El inicio de la primera etapa se dio alrededor de los años 1500 antes de Cristo más conocida por las crónicas de los chinos, como los principales creadores de soluciones medicinales, trascendiendo hasta los años 470 A.C.

Con el nacimiento de Hipócrates, conocidos también como tiempos fabulosos o heroicos, la cronología histórica de esta época es muy vaga, ningún personaje echo o doctrina que citar, los datos históricos de aquel tiempo se basaban más en obras poéticas literarias antes que científicas. (Quintin & Mallaina, 1865, p. 6)

Durante esta etapa es imposible separar la historia de la farmacia de otras ciencias médicas, pues el hombre instruido por sus conocimientos en base a sus experiencias ejercía el rol de médico y farmacéutico para ayudar a su amigo en dolencia, a través de pomadas y ungüentos buscaba aliviar su padecimiento, los medicamentos más conocidos en esta época fueron las yerbas aromáticas, mientras se presentaban otras enfermedades también descubrían otros remedios para su recuperación, otra forma para la sanación de los pacientes fue el consumo de agua, el descanso. (Chiarlone & Mallaina, 1865, p. 11)

Durante la época egipcia se hace reconocimiento a los hombres que a través de su investigación encontraron la cura a ciertas enfermedades por lo que los catalogaron como seres sobrenaturales.

En este periodo también hacen mención a Osiris quien enseñó la agricultura y fue fundador de varias instituciones y a su esposa la diosa Isis quien cultivaba plantas medicinales y le transmitía sus conocimientos a sus hijos Oros y Anubis. A la cultura egipcia también le atribuyen el arte de embalsamar los cuerpos. (Chiarlone & Mallaina, 1865, p. 14)

En la salida de Moisés del imperio de Egipto, todo el aprendizaje adquirido fue trasladado y compartido con el pueblo de Israel, en esta época no se muestran muchos avances en medicina. Moisés quien fue educado por los sacerdotes de Egipto a quien le debía gran parte de su conocimiento, Moisés dio a los hebreos lecciones de higiene y les enseñó a identificar los síntomas de la lepra y como tratarla inclusive a curarla. (Chiarlone & Mallaina, 1865, p. 19)

Otra civilización que formó parte de la historia de la farmacia por sus conocimientos en medicina fue la cultura India y el Ayur veda relativo del arte médico plasmada en libros de medicina, los extractos usados en el tratamiento de enfermedades eran similares a los que usaban los israelitas, entre los vegetales sagrados como: el banano, la higuera de pagodas, el basilicón sagrado era masticado utilizado para la prevención o precaución higiénica dental. (Chiarlone & Mallaina, 1865, p. 22)

La cultura China, refiriéndose a las crónicas de los chinos muestra las primeras semillas de la ciencia a través de la agricultura de donde surgen los primeros medicamentos extraídos de los vegetales, las plantas medicinales y las infusiones aromáticas también prevalecen en esta cultura. China, esta cultura no contaba con escuelas de medicina, los conocimientos en medicina y curación eran empíricos de tal forma que cualquiera podía preparar y comercializar medicamentos como prefería, una de las plantas más comunes para la curación es la raíz de china que por lo general se usaba en bebidas e infusiones aromáticas. (Chiarlone & Mallaina, 1865, p. 25)

2. En este periodo la ciencia médica a un está ligada a la filosofía y la ciencia natural aun la confundían con el arte de curar. Para este siglo ya existe más dominio de las escuelas enfocadas en el progreso de las ciencias físicas, naturales y médicas; en este periodo a diferencia de los anteriores ya existen más descubrimientos científicos, y de ahí nacen los primero rasgos de filosofía y ciencia donde los griegos empiezan a indagar de escuela en escuela y luego se trasladan a la naturaleza misma encontrando estudios de enseñanzas más positivas y crean nuevas teorías filosóficas. (Chiarlone & Mallaina, 1865, p. 45)

Existen dos grupos de filósofos: El primer grupo se dedicó a preparar el desenvolvimiento de la ciencia física de manera teórica y el segundo grupo se dejó de especulaciones teóricas y se dedicó a observar de manera directa la naturaleza y sus cambios es ahí donde Hipócrates relumbro como jefe y fundador de la primera escuela de medicina y la teoría difundida se basaba en la ciencia física y ciencias naturales.

La escuela de medicina fue abriendo campo a otras ciudades como Egipto donde crearon la primera escuela en Alejandría fundado por Ptolomeo donde recopiló manuscritos de diferentes países y formo una biblioteca inmensa así mismo recogió animales exóticos poco conocidos los diseco y conservo como exhibición, desde ese entonces Alejandría se denominó como el santuario de los conocimientos, así mismo ciudades como Italia donde la denominan la escuela metódica escuela de medicina dirigida por Asclepiades en la cual la rama de ciencias naturales alcanzó su alto esplendor (Chiarlone & Mallaina, 1865, p. 47)

3. Hasta el periodo anterior se mencionó el estudio de doctrinas que se han creado en diversas épocas pero ya en la tercera época quien realiza un importante aporte tanto en la medicina como en la farmacia es Galeno el paso recorriendo muchos países después de la muerte de su padre, él se radicó por varios años en Alejandría donde perfeccionó sus conocimientos en anatomía lo que se convirtió en una de sus investigaciones favoritas.

Según Chiarlone & Mallaina (1865) La medicina tiene dos finalidades “la conservación de la salud y la curación de las enfermedades” (p. 131).

El origen de la enfermedad revela siempre el remedio pueden ser causadas por naturaleza o por accidente. En el siglo V hasta el siglo VIII aun confundían a la ciencia medicinal con el droguero especieros, envenenadores o abortista no fue hasta la edad media.

Que los farmacéuticos recibieron el nombre de boticarios y formaron sociedades. En esta etapa ya la farmacia no es solo una secta médica sino una profesión, los árabes superaron en conocimientos a todos los pueblos (Chiarlone & Mallaina, 1865, p. 173)

4. En la cuarta etapa comprende todo lo que conocemos hasta ahora, se crearon leyes artículos e incluso se crearon colegios para farmacéuticos en España Italia y otros países, la farmacia se muestra de manera independiente y cualquiera que quiera formar parte de la misma debe prepararse y tener un título académico (Chiarlone & Mallaina, 1865, p. 791)

Según Roca (2003) mencionó que: “la historia de los medicamentos hace parte del devenir del hombre y de la historia de la medicina” (p. 13).

La historia de los medicamentos empieza quizás como una forma terapéutica de calmar el dolor provocado por alguna dolencia física en el ser humano, desde el Neanderthal hasta la actualidad. Quienes más han promovido la historia de la medicina y la producción de fármacos a nivel mundial han sido en Suiza, la Rhone – Poulenc-Specia en Francia y Abbott en Norteamérica, desde la II Guerra Mundial, éstos se encargaban de difundir la información junto con los medicamentos en folletos y revistas que indicaban todas las características de sus productos. (Roca, 2003, p. 8)

Los farmacéuticos de la época antigua aprendieron a elaborar los medicamentos en sus aposentos o boticas antiguamente los farmacéuticos se iniciaron como dispensadores. En la cultura árabe aportaron mucho en el desarrollo de la farmacia fue ahí donde se originaron los recetarios, listados de medicina o farmacopeas así mismo son los pioneros en crear las primeras boticas, por eso se respeta y se valora mucho los conocimientos antiguos ya que de ahí proviene lo que ahora conocemos (Roca, 2003, p. 13).

Según Juberías Sánchez (2017) en su libro expuso lo siguiente:

El medicamento es considerado un bien de naturaleza especial debido a su incidencia directa sobre la salud de los ciudadanos; a consecuencia de ello, las autoridades procuraran la plena disponibilidad de medicamentos seguros, eficaces y de calidad para la atención de las enfermedades y dolencias que afectan la colectividad.

En este panorama, la irrupción del medicamento genérico implica la disponibilidad de medicamentos con un inferior costo que los innovadores, para el tratamiento, diagnóstico o prevención de determinadas enfermedades pero cuya similitud esencial le proporciona eficacia equivalente en el ámbito terapéutico. (p. 9)

Ubicación del problema en un contexto

Según la información recabada del diario el universo menciona que el primer boticario en la ciudad de Guayaquil fue el doctor Alonsopreciado en el año 1683. En aquel tiempo las medicinas se vendían de manera informal en los lugares denominados “las pulperías” lugar donde se expendía todo tipo de alimento medicina o vestimenta. A finales del siglo XVIII en la ciudad de Guayaquil solo existían tres boticas: las del hospital las de Pedro Gaudino e Ignacio Hurtado.

Cristóbal Loor Macías presidente de la asociación de farmacias relata cómo era el proceso de elaboración de la medicina, el mortero era utilizado para triturar las hiervas que servían como remedio en combinación con otros fármacos en polvos o en líquidos, la elaboración de este medicamento tardaba entre una y dos horas y eran embazadas en frascos oscuros para proteger su contenido del clima.

Durante la época de invierno es cuando más demanda de medicina había ya que para estas época la gente se enfermaba más seguido por el cambio climático, ungüentos, pomadas eran utilizado para aliviar las dolencias; jarabes, aceite de bacalao, el paico se utilizaban para desparasitar y aumentar las defensas de los niños incluso la coca cola servía como energizante para las personas que sufrían de resaca o juma todas estas costumbres se han perdido desde hace 50 años (Martillo, 2008).

Para las primeras décadas del siglo la ciudad de Guayaquil XIX ya contaba con más de 10 boticas laborando de manera normal y con todos los documentos para su funcionamiento.

A partir de todos estos acontecimientos el mercado farmacéutico se vuelve más competitivo y aparecen empresarios creando cadenas farmacéuticas.

Actualmente en Ecuador ya no es necesario tener un título de químico farmacéutico para tener una farmacia debido a que todo el proceso de elaboración de medicina ya no es responsabilidad de las farmacias si no de un laboratorio farmacéutico

Una farmacia puede ser administrada por un doctor, un farmacéutico o por una persona en particular, pero debe contar con el permiso sanitario otorgado por la autoridad nacional sanitaria según el artículo 130 de la ley orgánica de salud (MSP, 2009).

Situación conflicto

La ciudadela Los Vergeles ubicado en la parroquia Pascuales se localiza en la parte norte de la ciudad de Guayaquil, anteriormente era una parroquia rural pero con el crecimiento de la población ya se encuentra en el límite urbano debido al constante desarrollo de la ciudad.

A través de un estudio realizado, se hace referencia a que el sector no cuenta con una farmacia que cuente con todo lo necesario para cubrir las necesidades y abastecer a todos los habitantes, de ahí surge la idea de implantar este proyecto para el beneficio de la población por el servicio que se va a ofrecer y por la plaza de empleo que va a generar.

Con la implementación de la farmacia se le dotaría de un servicio de enorme relevancia a la comunidad, por ello es importante realizar los estudios de factibilidad; es decir, efectuar el respectivo proceso para obtener la apertura.

Conocer la cantidad de personas que requieren de una farmacia, obtener los requisitos para la implementación, conocer las normas de higiene, el manejo de los productos químicos y medicamentos a expendirse, el local y ubicación apropiado, la logística y muebles a utilizar, entre otros aspectos.

1.3 Formulación del problema

¿Cómo cuantificar los costos de inversión en la creación de la farmacia Juanita, para determinar la rentabilidad financiera, ubicada en la parroquia Pascuales, ciudadela Los Vergeles, en el cantón de Guayaquil en el período 2019?

1.4 Planteamiento del problema

La ciudadela los vergeles ubicada en la parroquia Pascuales cuenta con una pequeña farmacia pero no está adecuadamente equipada para abastecer a todos los habitantes del lugar ya mencionado.

La falta de medicina necesaria para solventar algún problema que se presente en los habitantes del lugar se muestra una clara realidad de estudiar la Prefactibilidad por la creación de la Farmacia Juanita, la Ciudadela Los Vergeles, en el Cantón de Guayaquil, que ofrezca productos de excelente calidad, buen precio y de manera oportuna.

1.5 Preguntas de la investigación

- ¿Cómo identificaría las necesidades reales del contexto de la ciudadela Los Vergeles, en la creación de la farmacia Juanita a través de un estudio de Mercado?
- ¿Cómo determinaría la capacidad técnica para la creación de la farmacia Juanita, mediante un Estudio Técnico?

- ¿Qué aspectos destacaría para un efecto de Estudio Administrativo y estructura funcional en la atención de los usuarios?
- ¿Qué aspectos financieros se necesitan englobar para el desarrollo del Estudio Financiero y que determinen la rentabilidad de la creación de la farmacia Juanita?

1.6 Delimitación del problema

Campo	: Gestión Empresarial.
Área	: Financiera.
Aspectos	: Costos Inversión, Rentabilidad Financiera.
Tema	: Proyecto de prefactibilidad para determinar la rentabilidad financiera por la creación de la farmacia Juanita, en el cantón de Guayaquil.
Espacio	: Parroquia Pascuales, Ciudadela Los Vergeles.
Tiempo	: 2019.
Línea de Investigación	: Fomento y desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa.

1.7 Justificación

El presente trabajo está encaminado a cubrir una necesidad que se está presentando en los habitantes de la ciudadela los Vergeles parroquia Pascuales Cantón Guayaquil al no contar con una farmacia que tenga todo lo necesario para resolver alguna emergencia.

En la ciudadela Los Vergeles se muestra la falta de establecimientos farmacéuticos esto se debe a que las pequeñas farmacias no se abastecen para todo los habitantes y no existen todos los medicamentos necesarios para solventar las necesidades de los consumidores.

Es por esto que es necesaria la creación de un establecimiento farmacéutico Realizando el respectivo estudio para identificar las necesidades de los habitantes y que tipos de medicinas son de consumo más frecuentes, para poder abastecerse con lo más necesario.

A través de un análisis FODA se identificará las fortalezas oportunidades, debilidades del proyecto y si es viable o no para su implantación; se utilizaran herramientas investigativa como la encuesta para saber el punto de vista del cliente con la intención de obtener información relevante sobre el tema tratado.

El propósito de este proyecto es cubrir todas las necesidades de los habitantes de la ciudadela los Vergeles ubicados en la parroquia Pascuales provincia del Guayas.

Viabilidad

El alcance del proyecto está en dependencia de las posibilidades de recursos disponibles para su realización, ya sean humanos, materiales y financieros, así como el tiempo disponible para su ejecución. La viabilidad de un proyecto depende de varios factores, técnicos, sociales, económicos, ambientales y políticos.

Viabilidad técnica.

Hace posible la creación de la farmacia Juanita, una vez cuantificado el valor total a invertir, el estudio técnico se encarga de las condiciones técnicas y operativas tales como: el espacio físico, talento humano y la tecnología a usar.

Viabilidad socio-cultural.

Con La implementación de la farmacia juanita se espera mejorar la calidad de vida de los habitantes sin interferir en sus creencias y tradiciones culturales.

Viabilidad económica.

La farmacia Juanita, busca satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes ofreciendo productos de primera necesidad abarcando la mayor demanda posible.

Viabilidad ambiental.

La implementación de la farmacia juanita contempla un enfoque ambiental en conjunto con la comunidad para la protección y conservación del medio ambiente generando conciencia en el reciclaje y en el cuidado de los recursos renovables.

Viabilidad institucional y de gestión.

El proyecto de Prefactibilidad de la farmacia juanita cuenta con una organización ya estructurada y con un equipo de trabajo capacitado para ejercer cada una de las áreas funcionales del negocio.

Viabilidad financiera.

La viabilidad financiera se desarrolla para saber si cuenta con el fondo necesario e inversionistas para llevar a cabo este proyecto evaluando los aspectos financieros a mediano y largo plazo

Viabilidad política.

Esta viabilidad es necesaria para la ejecución de un proyecto porque se debe regir a las leyes y políticas enfocados al proyecto en este caso para la ejecución del proyecto de prefactibilidad para la creación de la farmacia Juanita es necesario cumplir con todas las normas establecidas en el sector farmacéutico y con las políticas sanitarias Garantizando productos de buena calidad provenientes de empresas farmacéuticas legales y que cuenten con todas las normas y permisos legales.

Viabilidad legal.

Esta es la viabilidad que permite el desarrollo o la realización del proyecto Cumplir con todos los permisos requeridos para la apertura del negocio es fundamental para seguir con el desarrollo del mismo.

1.8 Objetivos**1.8.1 Objetivo general**

Realizar un estudio de prefactibilidad que viabilice la creación de la farmacia Juanita, para determinación de la rentabilidad financiera.

1.8.2 Objetivos específicos

- Identificar las necesidades reales del contexto de la ciudadela Los Vergeles, en la creación de la farmacia Juanita mediante un análisis de mercado.
- Definir la capacidad técnica en la creación de la farmacia Juanita, a través de una investigación técnica.

- Elaborar un estudio administrativo con una adecuada estructura funcional en atención a los usuarios.
- Elaborar un estudio financiero que determine la rentabilidad de la creación de la farmacia Juanita.

Conclusión

El capítulo I habla sobre los antecedentes de la farmacia desde su origen hasta lo que conocemos hoy en día, bajo el criterio de varios autores se hace mención a cada una de las épocas y procesos por lo cual tuvo que pasar la medicina y la farmacia para que pudiesen ser reconocidas de manera individual.

Para la implantación del proyecto de prefactibilidad en la ciudadela los Vergeles se debe seguir varios parámetros; A través de una investigación se explica de manera teórica que tan viable puede ser el proyecto en la ciudadela los vergeles y si es factible su implementación o no.

Se traza los objetivos generales y específicos para la creación de la Farmacia Juanita, en la ciudadela Los Vergeles, en el cantón de Guayaquil, lo que son importantes destacar los objetivos planteados del proyecto de grado, eso consiste en la rentabilidad financiera, eso permite que tan factible o no factible el proyecto.

Siempre y cuando se haya estudiado el mercado sería en la ciudadela Los Vergeles, es importante tomar en cuenta que la demanda de la población es muy exigente crear la farmacia, por esta razón se toma las medidas necesarias con el funcionamiento de la creación de la farmacia Juanita, tener los permisos necesarios para que estén en buen funcionamiento.

Capítulo II

2. Contextualización

2.1 Marco teórico

Proyecto de prefactibilidad

Ecuador pertenece a uno de los varios países con mayor porcentaje de emprendimiento según un estudio realizado por la GEM (Global Entrepreneurship Monitor) donde Ecuador se ubica en el primer lugar en la lista seguido de Perú y Brasil.

El emprendimiento tiene dos estudios principales para su puesta en marcha, según Jaime (2017) mencionó que “aquellos que son creados por las oportunidades que te brinda el mercado o por la iniciativa innovadora de crear un efecto diferenciador en la sociedad. La segunda razón es la que se conoce como emprendimiento por necesidad” (p. 4).

El emprendimiento se ha convertido en la principal fuente de ingresos para la población ecuatoriana y se debe a que no hay muchas plazas de trabajo lo que genera que las personas emprendan por necesidad y es consciente de la dificultad que genera crear y mantener un negocio y el capital financiero que se necesita.

Para el proceso de creación e implantación de una empresa es necesario realizar un estudio de prefactibilidad, permitiendo analizar cuidadosamente todos los riesgos y oportunidades que se presentan.

Varios autores mencionaron desde su punto de vista que es la prefactibilidad o viabilidad de un proyecto:

El estudio de prefactibilidad se enfoca en la viabilidad de un proyecto cumpliendo con la investigación respectiva aplicando cada uno de los enfoques y fuentes primarias y secundarias para tener un mejor análisis del contexto en el que se va a trabajar se enfoca en el análisis de mercado análisis financiero y en la tecnología que se utilizará para producir un bien o servicio (Urbina Baca, 2010, p. 5).

La prefactibilidad es un análisis primordial de una idea o pensamiento para establecer si la propuesta es factible o no, si su implementación es viable la propuesta se hará efectiva y si no es factible se evita riesgos daños irreversibles (Merino & Porto, 2015).

La elaboración de un proyecto necesita estudios de viabilidad para saber si es rentable o no realizarlo se debe enfocara en estudiar el ámbito económico financiero tecnológico y ambiental en base a estos resultados se define si es conveniente o no l ejecución del proyecto(Thompson, 2009).

De acuerdo con Meza J (2013) la etapa de anteproyecto o prefactibilidad se encuentra dividida en fuentes primarias y secundarias esto significa que aparte de efectuar investigación en fuentes bibliográficas es preciso hacer una investigación de campo, con los datos recogidos el analista puede pasar directamente a la etapa de factibilidad pero si en los datos recogidos no hay información suficiente es necesario profundizar para obtener resultados más exactos y poder decidir si el proyecto o propuesta es viable o no (p. 22).

El principal estudio de factibilidad de un proyecto es establecer la viabilidad social, económica y financiera haciendo uso de herramientas contables y económicas como lo son el cálculo del punto de equilibrio y el valor agregado, así como también el uso de herramientas financieras tales como el cálculo de la tasa interna de retorno (TIR) y el valor presente neto (VPN). (Blanco, 2008, p. 188)

Para elaborar el estudio de factibilidad se necesita tener conocimiento sobre los siguientes puntos:

Estudio de mercado.

Es el estudio principal y el más importante que se debe realizar para la valoración de un proyecto su objetivo es analizar el mercado, la oferta y demanda, mercadotecnia y estrategia donde se estudiará el precio el producto los canales de distribución y publicidad (Orjuela & Sandoval, 2002, p. 9).

El estudio de mercado tiene como finalidad medir la cantidad de empresas, individuos entre otros entes económicos que generen una demanda que justifique la puesta en marcha del proyecto y el precio que los consumidores estén dispuestos a pagar, este estudio es la base principal para saber si se ejecuta o no el proyecto.

Si este estudio demuestra que existe una demanda satisfecha en esa área y aun así los involucrados quieren intervenir y proseguir con el proyecto deben tomara en cuenta que esto generará más gastos de inversión ya que a menos que cuenten con una estrategia enfocada en ofrecer algo deferente en cuanto a productos o servicio se trate (Vargas & Cerna, 2007, p. 78).

El estudio de mercado se encuentra dividido en fuentes primarias y fuente se secundarias.

Las fuentes primarias están formadas por el cliente, producto o servicio y se encuentran subdivididas en:

- Observación directa de la conducta del consumidor
- Método de experimentación observando sus cambios de conducta
- Acercamiento y conversación directa con el consumidor.

Fuentes secundarias de información es la que se encarga de recopilar los datos de fuentes bibliográficas como libros, revistas científicas, información de la misma empresa etc., aporta en la recopilación de información de las fuentes primarias. Las fuentes pueden ser impropias de la empresa o proveniente de ellas. (Vargas & Cerna, 2007, p. 77)

Se define mercado a la relación entre la oferta y la demanda de bienes o servicios específicos. Por lo tanto, el concepto de este mercado es una evolución de un conjunto de movimientos ascendentes y descendentes que ocurren alrededor del intercambio de bienes o servicios específicos, así como en términos de tiempo o lugar (Vargas & Cerna, 2007).

Como resultado del proyecto, se debe obtener una idea clara de las características del producto o servicio que se comercializará. Entre las principales funciones del proyecto se muestra: el uso del bien o del servicio, los sucedáneos, la presentación, el consumidor, el precio, la distribución. Una vez que el producto se introdujo en el mercado se debe hacer un seguimiento para determinar el ciclo de vida del producto, este ciclo consta de cinco partes: introducción, crecimiento, madurez, saturación, abandono.

Ciertos tipos de servicios no están necesariamente incluidos en el ciclo descrito anteriormente, sin embargo, se debe tener en cuenta el comportamiento del consumidor. El siguiente diagrama ilustra un ciclo que varía según los productos y su efecto en la moda. (Vargas & Cerna, 2007, p. 83)



Figura 1 Ciclo de vida del producto

Adaptado de: (Elsevier, 2006)

Existen cuatro factores determinantes para realizar un análisis de mercado

Análisis de la demanda: establece cuales son los factores que afectan al mercado en cuanto a un bien o servicio se trata. Su función es satisfacer las necesidades de bienes y servicios del consumidor. (Baca, 2010, p. 15)

Análisis de la oferta: “abarca los precios en el mercado de un bien o producto, los apoyos gubernamentales a la producción” (Baca, 2010, p. 44).

Análisis de los precios: los precios son establecidos por el costo de producción más un porcentaje por ganancia, el costo es el valor del producto a la venta, el precio es la base para cuantificar las ganancias futuras.

Análisis de la comercialización: este es uno de los factores fundamentales para el funcionamiento de la empresa ya que es el proceso por el cual se va a promover el producto hasta que llegue al consumidor final, más conocido como el canal de distribución (Baca, 2010, pp. 52-54).

Estudio técnico.

Enfatiza en qué medida el proyecto o propuesta puede ser participe en el mercado evaluando producción, oferta, ubicación y tecnología a utilizar. (Narvaez, 2009, p. 159)

La investigación técnica constituye la segunda etapa de los proyectos de inversión, mide los aportes técnicos necesarios para el uso más adecuado de los bienes para la producción de un determinado servicio o producto. El lugar óptimo de producción, ubicación, condiciones necesarias y organización.

La investigación técnica ofrece un análisis completo de todas las opciones tecnológicas en cuanto a maquinaria se refiere para la producción de un bien o servicio a través de este estudio se determina el equipo, las instalaciones y el costo que se va a invertir en cada una de ellas. (Rosales , 1999, p. 143)

Al analizar la viabilidad financiera de un proyecto, el estudio técnico realiza la función de proporcionar información para medir el valor de la inversión y los costos operativos relacionados. Uno de los hallazgos más importantes de este estudio es que la función de producción debe definirse para optimizar el uso de los recursos disponibles en la producción de un producto o servicio de proyecto.

Por lo tanto, con la investigación técnica será posible obtener los requisitos para el equipo de planta para la operación y el monto de la inversión correspondiente.

El análisis de las características y características técnicas de las máquinas requerirá su colocación en la planta, lo que, a su vez, permitirá determinar las necesidades del espacio físico para que el desarrollo de las operaciones se lleve a cabo de la manera habitual, teniendo en cuenta las normas y principios administrativos de producción (Sapag & Sapag, 12989, p. 30).

El análisis de los mismos antecedentes permitirá medir la necesidad de mano de obra por especialización y asignarles un nivel de remuneración para calcular los costos operativos. Además, se deben deducir los costos de mantenimiento y reparaciones, así como el reemplazo del equipo.

La investigación técnica no se realiza a un lado de otros estudios existentes. La investigación de mercado identificará algunas variables relacionadas con las características del producto, la demanda pronosticada a lo largo del tiempo, la estacionalidad de las ventas, el suministro de materia prima y los sistemas de comercialización adecuados. Entre otras cosas, esta información debe considerarse al elegir un proceso de fabricación.

La investigación legal puede indicar ciertas restricciones en la ubicación del proyecto, que de alguna manera pueden determinar el tipo de proceso de producción. La investigación financiera, por otro lado, podría ser decisiva en el proceso de selección si se determinara que era imposible obtener recursos económicos suficientes para adquirir la tecnología más apropiada. En este caso, el estudio debe calcular la rentabilidad del proyecto utilizando la tecnología disponible para los recursos disponibles (Sapag & Sapag, 12989, p. 30).

En resumen, el objetivo de la investigación técnica es determinar la función de producción óptima para el uso eficiente y efectivo de los recursos disponibles para producir el producto o servicio deseado. En función de la elección óptima, se determinarán las necesidades de equipos, así como la información relacionada con el proceso de producción, para cuantificar los costos operativos (Sapag & Sapag, 12989, p. 30).

La estructura básica del estudio técnico se describe en detalle a continuación:

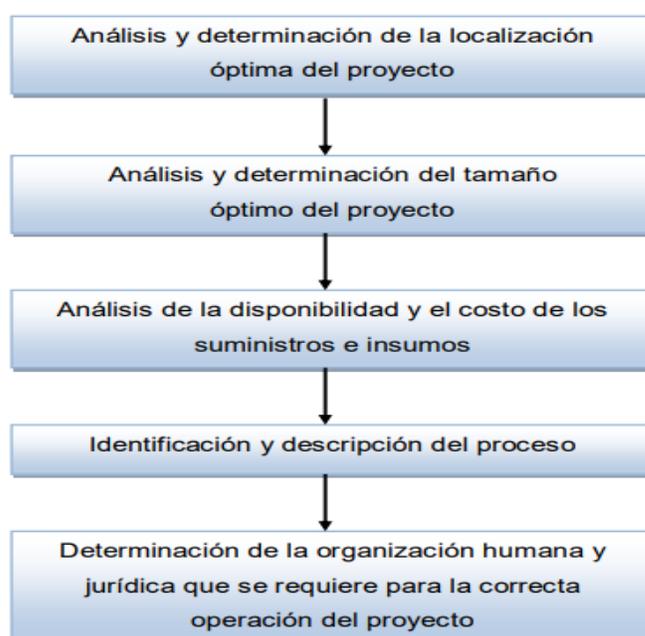


Figura 2 Componentes del estudio técnico

Adaptado de: (Baca, 2010)

La siguiente es una breve descripción de los componentes técnicos mencionados del estudio:

1. Determinación de la localización óptima del proyecto: este punto define todo el proyecto en sí desde el capital a invertir hasta la mano de obra (Baca, 2010, p. 84)

2. Determinación del tamaño óptimo del proyecto: es la que a través de su contribución logra que aumentar la rentabilidad del capital y disminuir el costo por unidad. La meta principal es conseguir el lugar apropiado para la ubicación de la planta (Baca, 2010, p. 98).
3. Ingeniería del proyecto: el objetivo de este estudio es solucionar y controlar todo el proceso de instalación y funcionamiento de la planta incluyendo la obtención de maquinaria hasta la estructura jurídica y organizacional (Baca, 2010, p. 101).
4. Costo de suministro e insumos: Es la adquisición de maquinarias para el funcionamiento de la planta, para esto necesitan realizar un estudio para determinar qué es lo más conveniente para iniciar con la producción (Baca, 2010, p. 105).
5. Determinación de la organización humana y jurídica: Esta etapa comprende los trámites legales para el funcionamiento de la planta, diseño de la estructura administrativa (organigrama, manual de funciones), contratación y capacitación del personal (Baca, 2010, p. 116).

Estudio administrativo.

El estudio administrativo es el que se enfoca en la parte administrativa del proyecto o a propuesta a trabajar (López , López , Pellat , & Puerta , 2008, p. 1).

Uno de los principales aportes para el estudio administrativo es la planificación estratégica; encargada de vigilar y controlar todas las estrategias planteadas para alcanzar las metas propuestas, estructura organizativa.

Encargada de la distribución del personal de manera jerárquica y la planeación de los recursos humanos; encargados de seleccionar el perfil adecuado del personal del organismo, además de los aspectos legales, financieros, laborales y ambientales que cada organización debe tomar en consideración para comenzar sus actividades (López , López , Pellat, & Puerta , 2008, p. 02).

Uno de los elementos que forman parte del estudio administrativo son:

Planeación estratégica: Es el instrumento que le permite a una organización coordinarse para enfrentar y resolver problemas que se presenten a futuro con fin de alcanzar las metas establecidas.

La planeación estratégica debe ser aplicada y dirigida de manera correcta y adecuada por los directivos de la organización, si esto no se lleva a cabo será un desastre inminente (Osorio, Ortegón, Restrepo, Moreno, & Martínez, 2007, p. 7).

Según (Bojórquez & Pérez, 2013) citado de Mintzberg y Quinn (1998, p.29) los componentes de planificación son: Misión, visión, objetivos, estrategias, valores, políticas.

Organigramas. Es la representación gráfica de la estructura organizacional, muestra como está constituida la empresa y permite conocer el nivel jerárquico y características generales de cada área así también sirve como guía informativa para el personal que labora en ella sobre las funciones de cada departamento (Posada & Gutiérrez, 2007, p. 111).

Planificación de recursos humanos. Es necesario que una empresa cuente con una planificación de recursos humanos porque es la que se encarga de reclutar y seleccionar al personal con habilidades específicas para cada puesto.

Mantener un equilibrio en la contratación es de suma importancia, ya que no debe contratar personal que no pueda desarrollar su trabajo con satisfacción López et al. (2008, p. 4)

A continuación se detallan tres procedimientos que apoyan la planificación de recursos humanos:

Reclutamiento y selección del capital humano: Esta es la parte principal para la ejecución de un proyecto de inversión o para una empresa ya constituida puesto que la selección de la persona idónea para el cargo reduce tiempo y costo de producción.

Los medios para el reclutamiento se pueden dar a través agencias de colocación, ferias de empleo, comunicación directa, internet etc. el proceso de selección se consigue mediante la recepción de carpetas o curriculum vitae seguido de una entrevista, luego de este proceso viene la fase de evaluación de conocimientos y habilidades esto nos permite conocer la capacidad de comprensión y recepción de información sobre el área que está postulando, luego de esto viene el periodo de prueba (Nuño, 2012, p. 81).

Contratación del capital humano. Una vez que el candidato pasó por el proceso de selección y el periodo de prueba continúa con la fase de contratación donde se presenta la oferta de trabajo, sus condiciones y normativas.

El contrato de trabajo es un compromiso de ambas partes, donde el aspirante debe seguir las políticas de la empresa y por ende la empresa debe cumplir con todos los beneficios de ley (Muñoz , 2011, p. 88).

Orientación, capacitación y desarrollo del capital humano. Proceso por el cual se capacita y se induce al personal seleccionado a su debido departamento o área de trabajo, talento humano debe otorgarle el reglamento de la empresa con el correcto manual de funciones para el conocimiento y cumplimiento de sus objetivos. (Nuño, 2012, p. 91)

Estudio financiero

Es la última etapa para determinar la viabilidad financiera, ese encarga de medir las ventajas y costos monetarios si se llevase a cabo el proyecto, su objetivo principal es evaluar y coordinar la información monetaria de los estudios anteriores para comprobar la rentabilidad del proyecto (Orjuela & Sandoval, 2002, p. 10).

En un estudio financiero, se debe tomar en cuenta el Costos de capital, adquisición de activos fijos, gastos preoperativos, Balance, cuenta de pérdidas y ganancias y flujo de caja (Orjuela & Sandoval, 2002, p. 10).

El estudio financiero es la etapa que abarca todo el proyecto, recopila la información que se ha generado del estudio de mercado, estudio técnico y estudio organizacional, este proceso se debe llevar de manera secuencial y ordenada (Meza J. d., 2013)

Para la elaboración de un plan de negocio es necesario tomar en cuenta los siguientes puntos:

1. Tener un enfoque claro y específico sobre la idea de negocio
2. Realizar una investigación de mercado para saber a qué tipo de cliente o consumidor se va a dirigir el proyecto de negocio

3. Investigación técnica es el análisis por el cual se determinará qué tipo de maquinaria y tecnología se usará para los bienes o servicios a producir
4. La investigación de producción, determina la cantidad a producir, materiales a utilizar y el capital humano que desarrollara el producto
5. Finalmente, la investigación financiera analiza si el proyecto tiene rentabilidad y si es viable a largo plazo. El quinto paso cuantifica la inversión necesaria para dar inicio al negocio. (González , Lopez, Aceves, Celaya, & Beltran, p. 2)

Para entender la forma simple y comprensible de la investigación financiera, damos esta figura a continuación:

Inversión requerida. Además de la evaluación cuantitativa de las inversiones necesarias, es preciso determinar cómo se financiarán, es decir, las fuentes de financiamiento (capital, inversionistas, bancos, etc.) y cuál es el capital que va a invertir cada parte

Capital de trabajo. es el efectivo que se necesita para poner en marcha la producción. Esta inversión pertenece al grupo de los activos corrientes: efectivo inicial, inventarios, cuentas por cobrar que le permiten trabajar durante el ciclo de producción; estas inversiones deben garantizar la disponibilidad de recursos para la compra de materias primas y para cubrir los costos.

El efectivo inicial. Extermina a través de un análisis de mercado, donde detalla el pago de los clientes el cobro de los proveedores y una proyección de venta mensual y anual González et al.

Activos fijos. Consiste en inversiones en activos tales como: maquinaria y equipo, muebles de oficina, propiedades etc.

Gastos preoperacionales. Son todos los activos en inversión para poner el proyecto en marcha creados por servicios o derechos adquiridos necesarios para lanzar un proyecto, cuyo principal rubro es el gastos de organización González et al.

Estudio económico. Es una de las etapas más importantes antes del inicio de cualquier proyecto, independientemente de sus características, es llevar a cabo un estudio de viabilidad para analizar la posibilidad de su implementación o no.

El lanzamiento de cualquier proyecto debe estar precedido por un análisis muy meticoloso:

- El entorno de la empresa, para un mejor análisis de su situación.
- Características específicas del mercado.
- Especificaciones requeridas para su implementación.
- Recurso administrativo que debe ser considerado para su implementación.
- Requisitos legales que deben cumplirse para el mejor desarrollo del proyecto.
- Costes económicos asociados a la puesta en marcha del proyecto.

Por lo tanto, el proyecto de investigación económica es uno de los pasos clave para determinar la viabilidad del proyecto, pero este no es el único. Un estudio que se base solo en el aspecto económico será incompleto y, por lo tanto, su viabilidad no será confiable.

El objetivo final de este estudio es analizar las necesidades de un tipo económico y financiero que se requieren para iniciar un proyecto, a fin de ayudar a evaluar si es beneficioso comenzar un nuevo proyecto. Por lo tanto, se trata de conocer:

- Inversiones económicas necesarias y formas de financiarlas.
- Calcule los costos y gastos que conducirán al inicio del proyecto.
- Evalúe el ingreso potencial para hacer una estimación aproximada de los beneficios que puede proporcionar el proyecto.

Por lo tanto, para llevar a cabo esta investigación económica, es necesario estructurarla de acuerdo con estos cuatro elementos:

1. Inversiones

En cada proyecto hay tres tipos de inversiones, cuyo monto proporcionará el monto total de las inversiones necesarias para iniciar el proyecto.

- Inversión en activos fijos. Estos son aquellos que están destinados a recursos de tipo material, como máquinas o muebles exactos, o intangibles, es decir, no pueden ser "afectados", como la investigación, las relaciones con los proveedores, los derechos y los permisos.
- Inversiones en capital de trabajo o activo corriente. Se trata de determinar los recursos necesarios para comenzar un proyecto (materias primas, mano de obra, etc.). Para calcular este capital de trabajo, es necesario deducir los activos corrientes que la empresa ya debe ejecutar para el proyecto (capital o efectivo, materias primas, repuestos y productos), pasivos o deudas a pagar a los proveedores.

- También es necesario tener en cuenta las fuentes de financiamiento del proyecto y en qué medida lo financiarán, si hay capital, hay inversionistas, se solicitará un préstamo a los bancos o, si el financiamiento es mixto, combinando dos o más. Fuentes de financiación.
- Costos preoperativos, es decir, aquellos destinados a realizar investigaciones, reunir capital e implementar proyectos y planes antes del inicio del proyecto.

Se cree convenientemente un calendario de inversiones para rastrearlos durante la evaluación del proyecto.

2. Gastos totales

Estos son los costos totales que asumirá el proyecto. Para obtener este resultado, es necesario analizar:

- Gastos administrativos y comerciales, que incluyen el costo del personal de trabajo, depreciación, etc.
- Gastos financieros, aquellos gastos que corresponden a intereses sobre obligaciones financieras.
- El costo de producción y comercialización será tal como el costo de electricidad, combustible, impuestos, repuestos, etc.

3. Los costos

Se refiere a los costos de producción, dentro de los cuales se encuentran las materias primas, materiales y recursos necesarios para crear un producto o proporcionar un servicio. Estos costos pueden ser clasificados, dependiendo de su valor, como variables o fijos.

4. Ingresos

Por otro lado, en la investigación económica, además de los gastos, es necesario estimar el dinero estimado que se puede obtener a través de la venta del producto o servicio producido, así como otros tipos de ingresos que pueden contribuir a la rentabilidad del proyecto.

Costo de inversión

Los costos de inversión o costos pre-operativos Son los activos utilizados para poner la propuesta en marcha la propuesta son los costos que realizan o se van generando desde el inicio de la propuesta hasta su funcionamiento y producción del bien o servicio.

Los costos pre-operativo son los gastos que se realizan previo al funcionamiento de la empresa como por ejemplo los gastos legales de la empresa, capacitación el personal, equipo de oficina etc. Los costos pre-operativos no son considerados inversiones y deben ser clasificados correctamente para que no sean confundidos con otro tipo de gastos.

Costo industrial: Esta primera categoría incluye tanto los costos generales como los básicos.

Costo financiero: La segunda categoría que puede ser mencionada incluyen los costos de financiamiento del negocio.

Costo de explotación: En tercer lugar, esta categoría hace referencia a los costos generales ya sea de venta o administración.

Costo directo: La última categoría es la de coste directo, donde pueden ser mencionados la energía utilizada, la mano de obra y el uso de las materias primas.

Tipos de costos:

Variación de costos:

Coste fijo. Estos costos son incluidos en los gastos de la empresa más allá de la producción obtenida, es decir que su valor no será mayor ni menor a causa de lo producido. Los costos fijos solo pueden ser estipulados a corto plazo ya que con el correr el tiempo eventualmente varían. Algunos casos son el pago de alquileres, impuestos, etc.

Coste variable. En este caso la variación del costo es en relación a lo producido, es decir que si se aumenta la producción estos costos serán mayores y viceversa. Algunos ejemplos son los del agua, la nafta, la energía, entre otros.

Costo semi- variable. En este caso los costos pueden variar según lo producido, pero estos cambios son más bien progresivos, no como en el caso anterior.

Relación factores de producción y productos:

Costos indirectos. Este tipo de costos tienen consecuencias sobre la producción en forma total, es decir que no puede ser establecido un determinado producto, para ello los costos deben ser repartidos equitativamente. Un ejemplo de este tipo de costo es el aumento en insumos de limpieza de la fábrica o el aumento de los salarios de los trabajadores.

Costos directos. En contraposición al caso anterior, estos costos pueden ser asignados a cada bien o servicio en particular.

Un ejemplo podría ser el aumento de harina tendría una repercusión directa sobre la producción de pan o el aumento de tinta sobre la producción de libros.

Rentabilidad financiera

Rentabilidad financiera = Beneficio neto / Fondos propios = 16,875.00 / 150,000.00 = 11%

Tras el estudio de las rentabilidades, viene una cuestión importante, el apalancamiento financiero o el efecto palanca. Esto hace referencia a la deuda y, en concreto, sobre si es mejor endeudarse para comprar nuevas máquinas o muebles para nuestro negocio o, sin embargo, es preferible hacerlo con dinero ahorrado. La mayoría suele preferir hacerlo mediante el dinero propio y así evitar endeudarse.

Sin embargo, si se sabe cuánto es la rentabilidad económica (9%) de nuestro negocio y el coste que va a suponer la deuda (5% por ejemplo), se puede determinar que es preferible endeudarse porque la rentabilidad económica es superior al coste de la deuda y, por lo tanto, supone un apalancamiento financiero positivo. Asimismo, es importante determinar que al igual que el apalancamiento tiene un efecto multiplicador sobre el beneficio también lo tiene sobre las pérdidas. La rentabilidad no es estática y cambia en función de la salud del negocio por lo que, si la rentabilidad baja, podría generar una situación de insolvencia.

El mundo de las finanzas precisa de muchos cálculos matemáticos para determinar cuáles son las mejores opciones. Sin embargo, hay otros factores, externos a la lógica numérica, como puede ser la psicología humana.

Es decir, si hay una creencia generalizada de que una economía irá bien, se invertirá en ella sin hacer especial hincapié en los datos económicos.

Pero usar solo la intuición es un riesgo que hay que evitar correr. Saber qué rentabilidad arroja una determinada decisión, es un apoyo importante para determinar cuál es la opción más conveniente.

Es importante señalar que si la rentabilidad financiera resulta insuficiente, se crea una limitación que bloquea el acceso a fondos propios nuevos por dos caminos: en primer lugar, el bajo nivel indica que los fondos producidos internamente por la compañía son escasos; además, esto puede dar lugar a que ciertas empresas externas se nieguen a brindarle servicios de financiación, por miedo a que no pueda hacer frente a sus deudas.

Dicho esto, se entiende que la rentabilidad financiera debería ser acorde a lo que el inversor puede percibir en el mercado más un valor que lo proteja de potenciales riesgos propios de su papel como accionista.

A pesar de esto, es importante subrayar que la rentabilidad financiera se refiere principalmente a la empresa y no a los accionistas, a pesar de que los fondos propios sí representen su participación.

En primer lugar, si pretendiéramos que la rentabilidad financiera se refiriese a los accionistas, el cálculo debería incluir algunas magnitudes en el numerador (donde hasta el momento se encuentra, por ejemplo, el Resultado neto), como ser dividendos, beneficio distribuible y variación de las cotizaciones; en el denominador, por otra parte, también sería necesario tomar en cuenta la inversión correspondiente a la remuneración.

Por lo tanto, el concepto de rentabilidad financiera contempla la estructura de una compañía desde el punto de vista financiero, tomando en cuenta sus inversiones y los resultados de sus operaciones, pero también los factores que se incluyen en la rentabilidad económica.

La idea de rentabilidad financiera está relacionada a los beneficios que se obtienen mediante ciertos recursos en un periodo temporal determinado. El concepto, también conocido como ROE por la expresión inglesa return on equity, suele referirse a las utilidades que reciben los inversionistas. Lo que hace la rentabilidad financiera, en definitiva, es reflejar el rendimiento de las inversiones. Para calcularla, suelen dividirse los resultados obtenidos por los recursos o fondos propios que se emplearon: Resultado neto / Fondos propios a su estado neto.

2.2 Marco conceptual

Activo.- conjunto de bienes que forman parte de la empresa sean tangibles o intangibles de lo que la empresa se beneficiara en un futuro (Bonás, 2017).

Activo fijo.- es un bien duradero que por lo general son parte de la empresa para su funcionamiento, pueden ser tangibles o intangibles y no serán líquido hasta después de un año (EAE.Business School, 2017)

Amortizaciones.- Pérdida graduales del valor de un activo durante su vida física o económica, indicando un porcentaje de su valor como gastos del año es muy importante elaborar una política de amortización para evitar pérdidas en la empresa por el mal uso (Pérez & Gardey, 2015).

Auditoría.- El análisis de los libros de la compañía, que busca verificar sistemáticamente la exactitud de sus registros y saber cuál es el verdadero estado de la compañía, está informando. Según, (Sánchez , 2006, pág. 2)

Benchmarking.- Es un proceso que tiene como objetivo mejorar el desempeño es decir comparar nuestro desenvolvimiento con el de otras compañías u organizaciones, con el propósito de la comparación mejorar el desempeño en nuestra compañía Según, (Peralta, 2002, p. 74)

Cadena de valor.- La forma de análisis de negocios, a través de la cual se analiza la compañía en sus partes constitutivas, identificando ventajas competitivas en aquellas actividades que crean valor en la empresa. La cadena de valor de una organización es una acción que crea valor agregado y los beneficios que proporcionan. Según (Luis Armany, 2010)

Campaña publicitaria.- Un conjunto de mensajes publicitarios planeados en diferentes medios para lograr los objetivos en un momento determinado (Talaya, García, Gonzalez, Lara, & Vásquez, 2008, p. 696).

Capacidad de producción.- El número máximo de productos o servicios que una empresa puede producir o realizar utilizando una estructura existente. Según Osorio, O (1986) (p. 494)

Capital.- Esta es una contribución monetaria de un empresario, socios o participantes de la empresa, tanto las iniciales como las extensiones posteriores. Existen algunos mínimos legales a la hora de crear empresas comerciales. Según Marx, K (2004) (p. 30)

Distribuidor.- Una empresa intermediaria entre un productor y un consumidor que compra y vende varios productos por su cuenta para obtener un beneficio. Es una denominación que los mayoristas y minoristas a veces reciben. Según Sieira, M (2017) (p. 90)

Financiación.- Este es un conjunto de fuentes y recursos financieros de los cuales la compañía recibe el dinero necesario para realizar sus inversiones. Las fuentes de financiación son la vía que tiene la organización para adquirir capital Según, (mheducation.com)

Impuesto.- Este es un tipo de homenaje regulado por el derecho público. Esto no requiere consideración por parte del prestamista. Según Kluwers, W (2007) (p. 70)

Inversión inicial.- La cantidad de dinero necesaria para iniciar un negocio. No es necesario que todo el dinero sea líquido, también puede proporcionar bienes. Según Lawrence, J (2003) (p. 313)

Marketing mix.- Un conjunto de variables tácticas de marketing controladas por la empresa (producto, precio, distribución y comunicación) que se utilizan para lograr el resultado deseado en el mercado objetivo. Según (Kotler & Armstrong, 2014, p. 52)

Mercado.- Esto se determina por la presencia de un grupo de individuos y / o entidades legales que sienten la necesidad de tener un producto o servicio en particular,

desean o pueden desear comprarlos y pueden hacerlo. Según (Guía para la creación de empresas, 2018)

Presupuesto.- Resumen de previsiones de todo tipo. Se lleva a cabo en períodos fijos regulares, lo que le permite establecer objetivos y controlar la gestión de acuerdo con el presupuesto estipulado y su diferencia con los resultados reales. Según Zambrano, A (2007) (p. 192)

Rentabilidad.- La relación entre la ganancia recibida por la inversión y esto generalmente se expresa como un porcentaje. Según (Gerencie.com, 2017)

Sinergia.- La combinación de fuerzas o factores que conducen a una unión da como resultado un exceso de la suma de las fuerzas consideradas de forma aislada. Según Stones, R (2018) (p. 5)

TIR.- La tasa interna de rendimiento es igual a la suma del valor presente de los gastos con la suma del valor presente de los ingresos esperados. Esta es una herramienta para tomar decisiones de inversión. Según (Gitman , 2005, pág. 105)

VAN.- más conocido como valor presente neto, un procedimiento para calcular el valor presente de los flujos de efectivo futuros derivados de inversiones, esta técnica consiste en descontar en el momento actual de todos estos flujos de efectivo(Wikipedia, 2014).

2.3 Variables

2.3.1 Variable independiente

Costos de inversión.

Costo de inversión o costos pre-operativos son los gastos que se realizan previo a la operación o puesta en marcha de la empresa (Landaure, 2016).

2.3.2 Variable dependiente.

Rentabilidad financiera.

La rentabilidad de una empresa se evalúa a través de la relación que existe entre sus ingresos y sus gastos (Kamiya, 2019).

Es importante definir la variable dependiente acerca de la rentabilidad financiera se va aprendiendo que nos ayuda a medir el rendimiento del proyecto de grado de la rentabilidad financiera de la creación de la Farmacia Juanita en la ciudadela Los Vergeles, en el cantón de Guayaquil.

Se puede decir que la rentabilidad financiera evalúa los ingresos y los gastos de la creación de la Farmacia Juanita, para que sea factible a la hora de que los inversionistas observe la rentabilidad de la farmacia invertirá ese proyecto, dará grandes frutos en la vida profesional y personal.

2.4 Operacionalización de las variables

Variable independiente: Costos de inversión.

Tabla 1

Variables

Conceptualización	Categorías	Indicadores	Ítems	Técnicas
El costo de inversión es la representación monetaria de todo el proceso de producción capital humano y técnico.	Estudio de Mercado	<ul style="list-style-type: none"> • Costos directos • Costos indirectos 	¿Usted realiza sus compras en una farmacia?	Encuestas en el sector poblacional de la Ciudadela Los Vergeles
	Estudio Técnico	<ul style="list-style-type: none"> • Porcentaje de demanda • Cotización de Instalación Negocio 	¿Con qué características usted valora el servicio de una farmacia?	

Variable dependiente: Rentabilidad financiera

Conceptualización	Categorías	Indicadores	Ítems	Técnicas
La rentabilidad de una empresa se evalúa a través de la relación que existe entre sus ingresos y sus gastos	Estudio organizacion al Estudio financiero	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluación • Utilidades • Inversión • Precio • Medicina • Margen de Utilidad 	<p>¿Con qué atributos usted se identifica en la Farmacia? y ¿Por qué?</p> <p>¿Qué promedio usted gasta mensualmente en medicamentos?</p>	Entrevista al administrador de la farmacia, en la Ciudadela Los Vergeles.

La tabla 1 muestra la variable dependiente con su respectiva descripción

Adaptado de: (Gerencie.com, 2017) (www.Ejemplo de Costos.com, 2013)

2.5 Marco referencial

Según (Pérez & Sobredo, 2017) en su libro mencionaron que “la industria farmacéutica tiene como misión fundamental la producción de nuevos medicamentos encaminados a mejorar la salud humana y contribuir a la mejora de la calidad de vida de los ciudadanos” (p. 11).

La industria farmacéutica está conformada por un grupo de empresas que se dedican a la venta de medicina para tratar y prevenir enfermedades, convirtiéndose una fuente principal en la cadena de valor de las actividades de cuidado para la salud.

El crecimiento farmacéutico ecuatoriano se relaciona con el gasto de salud que se ha dado durante los últimos diez años, entre las características principales se encuentra la regulación de precios y la exigencia de certificados de los laboratorios farmacéuticos que consten de buenas prácticas de manufactura. El sector farmacéutico privado genera una fuente de ingresos para el país, entre el año 2.000 y 2.017 se ha notado un incremento del 6% en ventas. Los avances tecnológico e innovaciones generan un gran reto para el área farmacéutica que deben enfrentar esto provoca que se elaboren nuevos fármacos a menor costo. (Acebo, 2018, págs. 5-10-14).

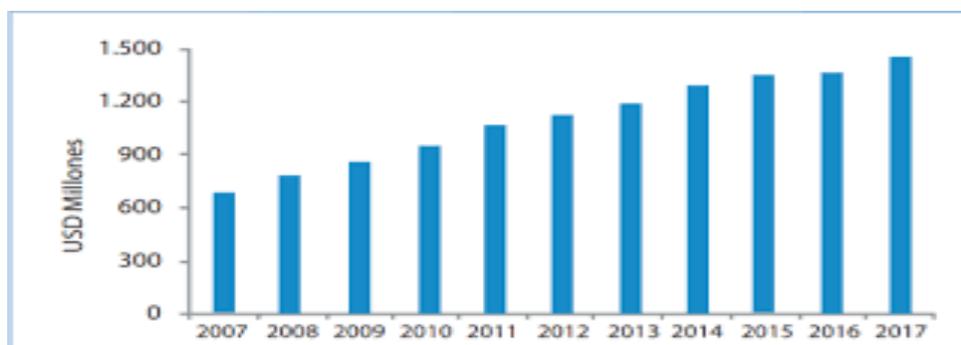


Figura 3 Evolución del mercado farmacéutico privado en Ecuador

Adaptado de: (Acebo, 2018)

Ecuador en los últimos 50 años ha tenido un proceso evolutivo, era un país muy pequeño y escasamente desarrollado existían muy pocas empresas farmacéuticas dedicada a la elaboración de fármacos, no fue hasta los años 70 con el surgimiento del petróleo, generó más fuente de ingresos al país, la farmacia se convirtió en un negocio familiar para la gente de clase media; en la década de los 80 el consumo de medicina ya había incrementado provocando el ingreso de nuevos laboratorios farmacéuticos internacionales de marca reconocida, esto origino que la empresa farmacéuticas ya existentes en el país se transformen en operadoras logísticas y de distribución de medicamentos como DIFARE (Quezada, 2011, p. 5).

Arcsa (agencia nacional de regulación, control y vigilancia sanitaria) actualmente en sus registros cuenta con 54 farmacéuticas con du respectivo certificado de buenas prácticas de manufactura y hay 168 empresas dedicada a la comercialización d medicamentos y 46 distribuidoras con buenas prácticas de almacenamiento. (Alcívar & Borrero, 2019)

La definición de farmacia según (MSP, 2009) indicó en su Art. 2: especifica que Las farmacias son establecimientos farmacéuticos autorizados para la dispensación y expendio de medicamentos de uso y consumo humano.

De acuerdo con Biscarra y Margarita (2016) tuvieron como objetivo determinar la viabilidad de establecer una sucursal de la farmacia regional Alexandra en el barrio de Orellana de Nueva Loja, provincia de Sucumbíos, desarrollaron una investigación de mercado con una muestra a 394 personas gracias a la información obtenida de muestras obtenidas de familias que viven en Nueva Loja, y el realizaron un análisis de la oferta a 28 farmacias que están dentro de la ciudad.

De acuerdo con los resultados de estudios de mercado, la demanda por concepto de antivirales, antibióticos y antiinflamatorios por una cantidad de 252,644.00 aún no se ha cumplido. También se establece en encuestas técnicas con la capacidad de 37,234 clientes instalados. Como un nuevo negocio, comenzando con una tasa de disponibilidad del 75%, la ubicación óptima del proyecto teniendo en cuenta que se ha determinado el volumen de compra promedio de medicamento por porción de 66,556.00 medicamentos vendidos por año. También se ha determinado que Barrio Orellana entre las calles las balsas y sauces es el lugar óptimo para instalar el negocio.

Con respecto al estudio organizacional los autores descubrieron que la farmacia necesita cinco personas para atraer a los clientes de manera efectiva. En el estudio financiero, se estableció una inversión de \$ 74,966.89. Dinero financiado por el 56% de los fondos con la contribución del 44% de los socios y mediante los créditos restantes del Banco Pichincha. El costo promedio por medicamento es de \$ 6.27 para los antivirales, \$ 8.76 para los antibióticos, medicamentos antiinflamatorios y \$ 9.40. Como resultado de la evaluación financiera, se obtuvieron los siguientes resultados. El VAN para este proyecto es de \$ 230,431.76. La TIR tiene una tasa de costo de capital del 103.79% superior al 15%.

En base al estudio de (Peña, 2015), el objetivo fue crear un plan de negocios de una farmacia en el Ejido de Púcte de Quintana Roo, México.

Según la investigación de mercado, la mayoría de las personas compran medicamentos, por lo que existe una buena demanda de sus productos y no hay empresas similares en dichas empresas.

Para la investigación financiera, la inversión total fue de 273,459.57 pesos, los inversores aportaron 163,459.57 pesos y se financiaron con 110,000.00 pesos. Los fondos se pagan en el quinto año y el pago final es de 1,833.34 pesos.

Las personas del proyecto farmacia y novedades San Miguel se beneficiarán de tener un salario básico, que mejorará económicamente su nivel de vida para ellos y sus familias. Las necesidades en esta área y en los alrededores. Mejorar el nivel de estudio de los niños, con acceso a una educación más integral. Utilizando los resultados obtenidos y las previsiones realizadas en los próximos años, el proyecto muestra que es económico y prácticamente beneficioso.

Según los indicadores financieros de este proyecto, el VPN positivo fue de 892,049.53 pesos y una TIR de 99.57%, por lo que el proyecto de farmacia y novedades San Miguel es beneficioso en la en la localidad de Púcte del Municipio de Othón P. Blanco del Estado de Quintana Roo. (pp. 45 - 62)

(Ramírez O. , 2011), en su trabajo titulado “Plan de negocios para la creación de una distribuidora farmacéutica, Difare, como parte de la compañía “farmacias venus” Puyo-Pastaza-Ecuador” observó que la ciudad de Puyo ha logrado un notable crecimiento en términos de población y comercio. En los últimos cinco años, el número de empresas en diferentes sectores de la economía ha aumentado. Además, hay una gran demanda de productos de venta libre y productos farmacéuticos. Entonces, en una ciudad tan pequeña, hay 28 farmacias que ayudan a la población.

La autora mencionó que el crecimiento económico casi ha eliminado las actividades de la agricultura, la ganadería y los artesanos. Este hecho ha provocado, entre otras cosas, el surgimiento de ciudades, comercio, ciudades y actividades

deportivas. Debido a que la cantidad de clientes potenciales es representativa y no tienen proveedores locales, sus necesidades no satisfechas pueden ser creadas por un distribuidor farmacéutico local para atender a la ciudad de Puyo. Insté a este estudio para determinar si fue realmente útil. Por lo tanto, se concluye que el lugar es rentable para establecer el negocio en beneficio de la comunidad.

La puesta en marcha de DISFARVE (Distribuidora Farmacéutica Venus) de acuerdo con (Ramírez O. , 2011) ayudará a satisfacer las necesidades de los clientes. A medida que DISFARVE se convierte en un agente local, tiene la principal ventaja de ser un líder en la entrega. El proyecto se ubica en el primer piso de la farmacia Cruz Azul Venus 1 en un área física de 360 metros cuadrados, en la Avenida Ceslao Marín / n y en la ciudad de Eugenio Espejo en Puyo.

La inversión inicial para el proyecto es de \$ 294,899.12, de los cuales \$ 100,000.00 están cubiertos por un préstamo, el resto lo proporciona el socio de la compañía, en base a la evaluación financiera, el proyecto es factible porque los indicadores financieros VAN y TIR son positivos. El margen de ganancia será en 18 meses y 12 días. (pp. 8-9)

De acuerdo con (Rocano, 2013) en su trabajo titulado “Plan de negocios para la apertura de farmacias dentro de la provincia del Azuay caso específico farmacia luz en la parroquia el cabo” tuvo como propósito del estudio es establecer una farmacia en el estado de Azuay, ganar dinero y proponer un proyecto de inversión que traiga felicidad en el mercado, centrándose en establecer una farmacia en Parroquia El Cabo, como ya se explicó. Usted No hay negocio para proporcionar este servicio. La población también está aumentando.

El autor identificó que a medida que la población aumenta significativamente, creará nuevas necesidades y, como resultado, la demanda no se cumplirá. Por lo tanto, de acuerdo con los datos de la encuesta, la mayoría de las personas piensan que la farmacia en el área donde viven es una gran ventaja, y están dispuestas a utilizar el servicio que brinda.

En este proyecto, los pronósticos de ventas son factibles porque se crean en base a las ventas de farmacias cercanas. Aun así, se obtuvieron resultados positivos para el análisis de VAN y TIR. (p. 60)

En el trabajo de (Veintimilla, 2014) titulado “Estudio de factibilidad para la creación de una farmacia en la parroquia del condado, barrio colinas del norte DMQ 2014” tuvo como objetivo la creación de una farmacia en el norte del área de colinas con el beneficio de la población local. Esta farmacia ofrece un equipo de productos de alta calidad, a través de ventas y mercadeo eficaz y eficiente. Y la diversidad tanto en el precio como en la industria farmacéutica de marca. El estudio de mercado realizó un análisis del consumidor para determinar los aspectos clave del desarrollo del proyecto. La autora desarrollo un plan de marketing enfocado en las 4 P, donde el producto corresponde a los medicamentos, el precio está dispuesto de acuerdo al mercado, en la parte de promoción la autora planteo distintas promociones, descuentos y campañas de fidelización y la estrategia plaza fue de Venta directa, distribuidores, venta online y franquicias.

Adicionalmente, la autora realizó un estudio organizacional en el que explica las funciones y responsabilidades para tres cargos los cuales son: administrador, dependiente de la farmacia y el químico farmacéutico.

Este personal va a estar a cargo de los procesos operativos como: recepción, almacenamiento de fármacos, dispensación y expendio de medicinas y la facturación del producto.

El análisis de la demanda y la oferta en la encuesta determinó que había una gran demanda insatisfecha, el proyecto es viable porque los indicadores financieros están dando resultados positivos. VAN \$ 21,350.57 y TIR 47.17%. (pp.27-34-89)

El trabajo investigativo de (Andrade & Sacoto, 2012) titulado “Estudio de factibilidad para la creación de una farmacia con franquicia de la cadena farmacéutica cruz azul en el sector de la Av. Amazonas del Cantón Milagro” lo desarrollaron para identificar las necesidades existentes de la av. Amazonas respecto a la falta de empresas farmacéuticas representadas por las franquicias Cruz Azul.

Esta investigación se centró en satisfacer las diversas necesidades del mercado que existen en este estado, especialmente las actividades dirigidas a la comercialización de medicamentos.

Al tener este tipo de infraestructura, hizo que algunos de los habitantes de Milagro se sintieran descontentos debido a la falta de este tipo de servicio en el departamento donde viven.

Los autores mencionaron que crear una farmacia es una propuesta viable en todas las pautas aplicables. Esto se debe a que se pueden obtener buenos ingresos financieros como lo demuestran las previsiones financieras del proyecto.

Además del FODA, el análisis de mercado se realizó a través del poder de cinco PORTERS donde se determinó la competencia, los clientes, los proveedores y las alternativas.

Según los autores, debido a que el aporte de medicamentos es importante para la salud de las personas, el comportamiento de las personas es diferente cuando están inclinados a obtener productos / servicios.

Con respecto al financiamiento del proyecto tiene un costo total de \$45,369.77, donde el 60% es financiado por recursos propios y el 40% restante fue financiado mediante préstamo a terceros con una tasa anual del 14%. El estudio financiero de esta investigación sugiere que es rentable con un VAN de \$28,094.17 y una TIR de 50%.
(pág. 123)

Conclusión

Ese capítulo habla sobre la contextualización de la Farmacia Juanita sobre el proyecto de prefactibilidad de cómo sacar el porcentaje del proyecto si es factible para un proyecto o no es factible podemos analizar los resultados que se da en la farmacia.

Este capítulo también vamos a analizar la variables que contiene el proyecto de prefactibilidad de la creación de la Farmacia Juanita, tenemos las dos variables en ellos son la variable independiente y la variable dependiente para cumplir los objetivos del proyecto. Dentro de este proyecto se habla el marco teórico de cómo fue evolucionando el negocio de la farmacia en que países fueron que ellos descubrieron los medicamentos, se estudia los diferentes tipos de medicamentos que fueron evolucionando, se habla el marco conceptual los conceptos adecuado para el proyecto que es viabilidad, es decir factibilidad y prefactibilidad.

Capítulo III

3. Marco metodológico

3.1 Plan de Investigación

La metodología de investigación es un proceso sistemático por el cual a través de una serie de etapas le damos solución a un problema científico.

Es necesario realizar una investigación en la que debemos tener bien clara su definición y cada uno de sus enfoques para poder aplicarlos de manera sistemática y ordenada para un mejor entendimiento previo a la elaboración del proyecto de prefactibilidad para la creación de la farmacia Juanita

El objetivo principal de la investigación científica es indagar hasta encontrar un problema para luego darle una solución, al aplicar la investigación descriptiva en el proyecto recabaremos información sobre la comunidad y sus necesidades; el estudio correlacional nos ayudará a tener una idea más clara sobre gastos y costos que se van a generar con la puesta en marcha del negocio. De la misma forma se utilizará el estudio explicativo para analizar cualquier tipo de inconveniente que se llegue a presentar en el proceso para esto usaremos las fuentes primarias y secundarias para para recopilar información tanto de la comunidad como de datos p fuentes bibliográficas

3.2 Tipos de investigación

Aplicar los diferentes tipos de investigación ayuda a recopilar información concreta y verídica y esto a su vez hace que la investigación sea más eficiente.

Según los autores Hernández, Fernández & Baptista (2010) existen dos enfoques para poder realizar una investigación científica; el cuantitativo mide en cantidades numéricas y métodos estadísticos cada uno de los datos recolectados mientras que el enfoque cualitativo se encarga de recopilar información a través de preguntas e hipótesis antes durante y después de una recolección de datos. (pág. 7)

De la misma forma menciona que el enfoque cuantitativo cuenta con cuatro grupos de investigación o alcances denominados: explorativa, correlacional, descriptivo, y explicativo este último se encuentra dividido en fuentes primarias y secundarias.

Tabla 2

Clases de investigación

Explorativa	Descriptiva	Explicativa	Correlacional
La investigación explorativa o exploratoria se la aplica cuando se necesita indagar en un tema poco conocido y por lo que genera muchas dudas (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010, pág. 79)	Este estudio se enfoca en describir las características de un individuo, objetos o comunidad mas no en explicar (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010, pág. 79)	El enfoque de este estudio es explicar con detalle todo lo que acontece con la investigación o los sucesos ocurridos con un evento o fenómeno (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010, pág. 83)	El estudio correlacional sirve para comparar una variación con otra pero no genera una decisión final así mismos se puede relacionar con diferentes variables (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010, pág. 82)

Descriptiva.

Este estudio se basa en describir las características de los elementos que se están estudiando sin necesidad de buscar otras fuentes para compararlos. A través de una medición analiza las características una población. Se encuentra dividido en estudios transversales; que son las que estudian las variables simultáneas en un momento determinado, y los estudios longitudinales encargados de estudiar las variables a largo plazo (Martínez & Rodríguez, 2011).

Correlacional.

En base a la definición de los autores Hernández et al. (2010) Se puede decir que los estudios correlacionales como su nombre lo indica mide la relación entre dos o más variables de estudio, como infiere la una en la otra para luego cuantificar y analizar su vinculación (p. 81).

Explicativa.

Este estudio se basa en indicar las causas de los eventos y fenómenos sociales, explica y detalla los problemas encontrados en un fenómeno, la investigación explicativa “explora, describe, correlaciona y proporciona un sentido de entendimiento del fenómeno a que hacen referencia” Hernández et al. (p. 84)

3.3 Fuentes de Investigación**Fuentes primarias**

Las fuentes primarias se las utiliza cuando no se obtienen los datos suficientes de las fuentes secundarias.

Es necesario recopilar información directamente del mercado para tener lo necesario y de esta manera resolver los problemas que se presenten en la empresa, esta investigación se realiza a través de técnicas como la entrevista o encuestas (Fernández A. , 2004, p. 20).

Las herramientas de recopilación de datos son directas donde se presenta el objeto de estudio, el presente proyecto pretende cuantificar la demanda existente en el sector de la Ciudadela Los Vergeles, para determinar la rentabilidad financiera de la farmacia.

Fuentes secundarias

Las fuentes secundarias son estudios realizados en de manera bibliográfica es decir la información e extrae de informes o archivos, la aplicación de esta fuente en el proyecto de prefactibilidad nos ayudará a saber más sobre la localidad del proyecto.

Tabla 3

Fuentes

Fuentes	Descripción
Fuentes primarias	En este estudio Se realizará una investigación de campo para poder acceder a una información directa de la oferta y demanda de la localidad y que tan viable será el proyecto de prefactibilidad
Fuentes	Descripción
Fuentes secundarias	Este estudio se enfocará en recabar información estadística y documental de diferentes fuentes bibliográficas provenientes del INEC o del ministerio de salud para tener una base sólida en conocimientos y el mercado en el que se va a posicionar la farmacia

3.4 Población

Es la cantidad total de una población en un fenómeno de estudio, el tamaño de la cantidad de individuos puede estar conformada por un conjunto N de entidades y se la conoce como universo (Franco, 2011).

Población Finita.

Población finita significa que cuenta con un tamaño límite establecido o limitado es más fácil poder analizar cada una de los fenómenos de la población (francisco, 2020).

Población Infinita.

Se denomina población infinita a la población que no tiene fin, es decir no se puede realizar un conteo de los elementos o individuos (Franco, 2011).

La población universo de nuestro proyecto será la provincia del guayas y luego nos enfocaremos en la población objetivo que en este caso será la parroquia pascuales información generada e la página del INEC

Tabla 4

Universo

	Elementos	Cantidad
Provincia:	Guayas	4'327,845.00
Cantón:	Guayaquil	2'350,915.00
Parroquia:	Pascuales	36,459.00
Ciudadela:	Los Vergeles	17,090.00
PEA:	Los Vergeles (Familia)	6,100.00

Autor: Monar, K, (2019)

Adaptado de: (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2015)

3.5 Tamaño de la Muestra.

Para realizar una investigación es necesario determinar la muestra con la que se va a trabajar debe ir acorde al planteamiento del problema, objetivos y el propósito de la investigación (Pickers, 2015)

El tamaño de la muestra nos permite sacar un resultado del mercado en el que se va a enfocar el proyecto de prefactibilidad para la creación de la farmacia juanita en la Ciudadela Los Vergeles, es decir sacar el tamaño real de la muestra, para que este proyecto cumpla con los objetivos propuesto de prefactibilidad, el tamaño de la muestra de la Ciudadela Los Vergeles es de 6,100.00 habitantes.

Tabla 5

Los Vergeles

Elementos	Cantidad
PEA: Los Vergeles	6,100.00

Autor: Monar, K, (2019)

Adaptado de: (ESPOL, 2019)

Tipos de muestra.

Estratificado.

El muestreo estratificado busca subdividir a la población para que sea más fácil su estudio y poder conseguir información más exacta de la muestra al realizar este tipo de muestreo no es recomendable realizar muchos estratos ya que esto hará que se complique el análisis posterior (Pineda, Alvarado, & Canales, 1994, p. 118).

Probabilísticos.

El muestreo probabilístico o aleatorio Consiste en que todos los elementos de la población tengan la misma posibilidad de ser elegidos para su análisis El metodo consiste en seleccionar una parte de la poblacion de manera que las muestrars fijas tengan la misma psoibilidad de ser escogidas Pineda et al. (p. 114).

No probabilísticos.

El muestreo no probabilístico o conocido también por conveniencia es un tipo de muestreo muy difícil conocer su probabilidad de ser elegido para su análisis debido a que no es aleatorio, este muestreo depende mucho del investigador para ser elegido como muestra y poder realizar su estudio Pineda et al. (p. 119).

Simbología

n= Tamaño de la muestra

n= Tamaño de la muestra

n= Tamaño de la muestra

N= Tamaño de la población (6.100)

K= Corrección de error

PQ= Varianza Poblacional (0.25)

E= Margen de Error (0.05%)

Fórmula

$$n = \frac{PQN}{(N-1) E^2/K^2 + P Q}$$

$$n = \frac{(0.25) (6,100.00)}{(6,100.00-1) 0.05^2 / 2^2 + 0.25}$$

$$n = \frac{1,525.00}{(6,099.00) (0.0025) / 4 + 0.25}$$

$$n = \frac{15.2475/04 + 0.25}{}$$

$$n = \frac{1,525.00}{4.061.88}$$

$$n = 375 //$$

Delimitación de la muestra

Tabla 6

Total de la Muestra

Elementos	Cantidad de Encuesta
Ciudadela Los Vergeles	375
Total	375

Autor: Monar, K, (2019)

Dentro de los cuatrocientos veinticinco encuestados que será de jóvenes de 15 años hasta adultos mayores.

Métodos, técnicas e instrumento

Método es el medio que utiliza un experto para realizar un estudio o investigación puede ser a través de la observación o la encuesta

El método Está conformado por etapas que se realizan en función de la búsqueda y recopilación de información necesaria para alcanzar los objetivo

Este método me permite hallar de cómo sacar mi procedimiento a la hora de aplicar mi encuesta y mi entrevista para saber cuál es el resultado final, para llegar un resultado verídico para la creación de la farmacia Juanita, este método consiste de forma ordenada y sistemática al momento de aplicar mi técnicas e instrumentos.

Las técnicas están direccionadas a la obtención de datos. Existen diferentes técnicas para obtener información entre ellas están: el censo, la encuesta, la entrevista, el registro etc.

La técnica es un procedimiento que debemos seguir para indicar las instrucciones de cómo aplicar en mi entrevista y encuesta para la creación de la farmacia Juanita, esta técnica consiste alcanzar el objetivo para obtener un mayor resultado en mi encuesta y mi entrevista a la Ciudadela Los Vergeles.

Tabla 7

Técnicas e instrumentos

<i>Técnicas</i>	<i>Instrumentos</i>
<i>Encuesta</i>	Cuestionario de ocho preguntas cerradas de opciones obligatorias que permita la tabulación factible en la población de la Ciudadela Los Vergeles.
<i>Entrevista</i>	Entrevista al administrador de la farmacia, con formulario de ocho preguntas abiertas.

Autor: Monar, K, (2019)

Procedimientos de la investigación

El procedimiento a seguir será primero realizando las entrevistas y encuestas para recopilar la información necesaria seguido de esto se realizara una investigación de campo para conocer cómo está la oferta y demanda del lugar.

Para proseguir con la investigación es necesario por lo que procede a conocer su definición, cuáles son las características principales, de qué modo se realizaran, como es su estructura.

Cual es el procedimiento que se debe seguir para su correcta elaboración y como se analizará los datos recolectados.

En la encuesta se realizó diez preguntas objetivas y sólo se puede seleccionar una, en esta encuesta va dirigido a la Población de la Parroquia Pascuales, Ciudadela Los Vergeles, para determinar la necesidad de la creación de la farmacia, para responder las preguntas esta entre cinco o quince minutos para que la termine de responder las preguntas, y va ser cuatrocientos veintidós encuestados en la población de la Ciudadela Los Vergeles, en el Cantón de Guayaquil.

Se realiza con esfero y hojas de la encuesta para la Población de la Parroquia Pascuales, Ciudadela Los Vergeles, para determinar la necesidad de la creación de la farmacia.

En la entrevista se realizó ocho preguntas que van dirigido al administrador de la Farmacia 911, las preguntas son abiertas, libre de expresar a las preguntas correspondientes para la creación de la farmacia.

Se realiza mediante correo electrónico al administrador de la Farmacia 911, para eso se debe enviar por correo y así tener cita con el administrador para saber cuáles son los beneficios de tener una farmacia.

Conclusión

El proyecto de grado se ve el diseño de la investigación que se investigó a profundo del desarrollo de la historia de la Farmacia, los cuatros modelos son: Explorativa, Descriptiva, Explicativa, Correlacional, este proyecto beneficia al sector farmacéuticos, de los cliente que vive en la ciudadela Los vergeles, en el cantón de Guayaquil.

El proyecto se enlistan los procedimientos que se utiliza, conforme al instrumento, sus características, su estructura, su criterio a emplear en el análisis de la información del proyecto, siguiendo los lineamientos necesarios que son propuestos por diversos autores con experiencia en el desarrollo.

Capítulo IV

4. Formulación del Proyecto

El mencionado proyecto que se desarrolla es referente al estudio de prefactibilidad para determinar la rentabilidad financiera de la creación de una farmacia, ubicada en el norte de Guayaquil, específicamente en la Ciudadela Los Vergeles. Por consiguiente, en esta etapa se pretendió identificar el nivel de aceptación de la propuesta que se obtendría por parte de los encuestados quienes serían los habitantes del sector, con el fin de recabar la información necesaria para dicha investigación, así mismo, conocer las diversas opiniones de algunos administradores de farmacias representando nuestra competencia directa e indirecta según la ubicación y funcionamiento, el objetivo fue reunir información de personas que ya conocen el negocio farmacéutico.

4.1 Análisis e Interpretación de resultados

Tras haber efectuado las encuestas a la muestra correspondiente a 375 personas que habitan en la Ciudadela Los Vergeles, así como se señala en el capítulo anterior, y seguidamente haberse realizado la entrevista a dos administradores de farmacias cercanos al sector, se detalla a continuación los resultados.

4.1.1 Encuesta

El proyecto se realiza mediante las encuestas a las personas que habitan en la Ciudadela Los Vergeles, dentro de las encuestas se saca los 375 personas, las preguntas son objetivas, se debe contestar de la mejor forma posible, se elige una opción para cada pregunta, gracias a las encuestas que se realizó en el proyecto, se puede determinar si es viable o no viable.

1. Género

Tabla 8

Género

DESCRIPCION	CANTIDAD	PORCENTAJE
Femenino	200	53%
Masculino	100	27%
Otros	75	20%
TOTAL	375	100 %

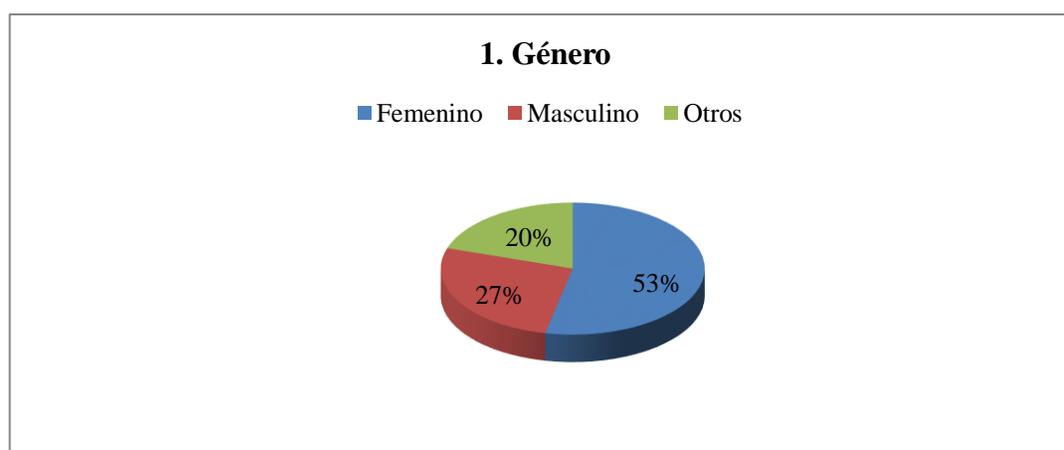


Figura 4 *Género*

Interpretación

La pregunta 1 expresa que el 53% corresponde al sexo femenino, mientras que el 27% al sexo masculino, y 20% es de otra identidad de género sexual. De acuerdo a los resultados se define que más de la mitad de los encuestados son mujeres, sin embargo, un tercio de los encuestados son hombres, y un cuarto de porcentaje son de otros géneros. Dando como resultados que la población mayor son de género femenino.

2. ¿Qué edad tiene usted?

Tabla 9

Edades

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Menor de 18 años de edad	0	0%
De 18 años a 25 años de edad	210	56%
De 26 años a 35 años de edad	95	25%
De 36 años en adelante	70	19%
TOTAL	375	100 %

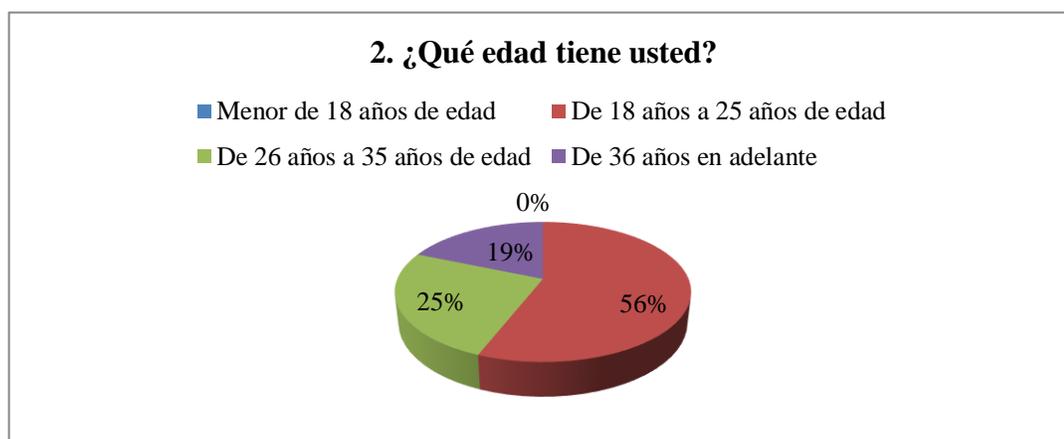


Figura 5 ¿Qué edad tiene usted?

Interpretación

La pregunta 2 expresa que el 56% corresponde a respuestas de personas entre 18 a 25 años de edad siendo este el porcentaje más alto, mientras el 25% es de 26 a 35 años de edad, así mismo 19% son respuestas de personas de 36 años en adelante. De acuerdo a los resultados obtenidos la mayor ventaja es de las edades de dieciocho a veinticinco años.

3. ¿Usted realiza compras en una farmacia?

Tabla 10

Realización de compras en farmacias

DESCRIPCION	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	280	75%
No	60	16%
Nunca	35	9%
TOTAL	375	100 %

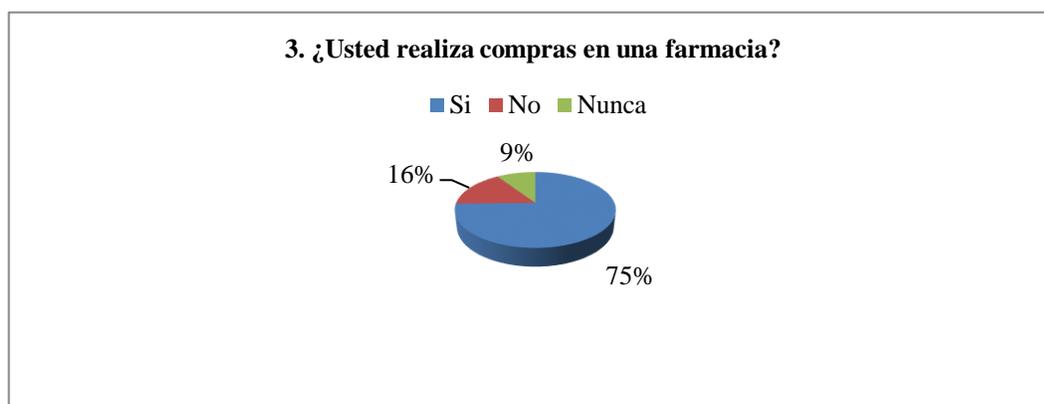


Figura 6 ¿Usted realiza compras en una farmacia?

Interpretación

La pregunta 3 refleja que la mayor cantidad de compras dijeron que sí la cual corresponde al 75% expresando que si realiza muchas compras en una farmacia, mientras los que dijeron que no el porcentaje es de 16%, es decir no son constante al realizar compras en una farmacia, y el último porcentaje de nunca es de 9%, es decir que nunca han realizado compras en una Farmacia. De acuerdo con los resultados obtenidos el porcentaje más alto de compras es de la respuesta de sí.

4 ¿Con qué características usted valora más en un servicio de una farmacia?

Tabla 11

Características del servicio en una farmacia

DESCRIPCION	CANTIDAD	PORCENTAJE
Responsable	230	61%
Productos de buena calidad	40	11%
Surtidos de productos farmacéutico	80	21%
Todas las anteriores	25	7%
TOTAL	375	100 %

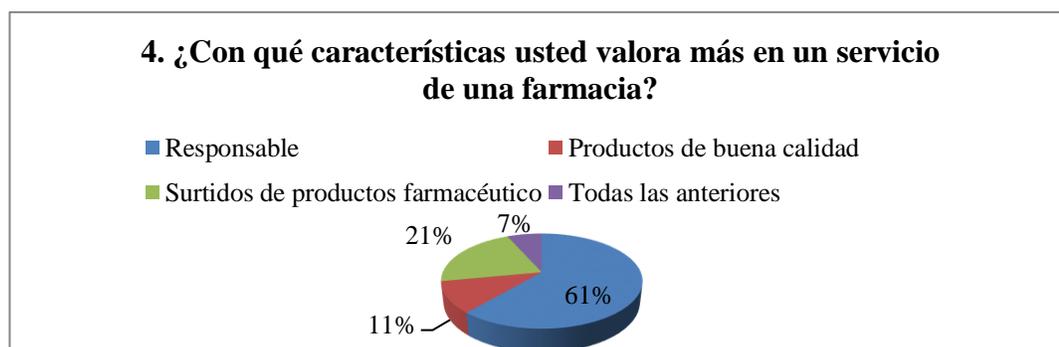


Figura 7 ¿Con qué características usted valora más en un servicio de una farmacia?

Interpretación

En la pregunta 4 se observa que el porcentaje más alto es de 61% quienes valoran en un servicio el ser responsable, seguido del 21% que valoran los surtidos de productos farmacéutico, mientras el 11% valoran los productos de buena calidad, y el último del 7% valoran todos los servicios anteriores de una farmacia. De acuerdo a los resultados obtenidos el porcentaje más alto de valorar en un servicio es de ser responsable.

5. ¿Usted va constantemente a la farmacia por alguna necesidad dentro del sector?

Tabla 12 Frecuencia de ir a la farmacia por necesidad

Frecuencia de ir a la farmacia por necesidad

DESCRIPCION	CANTIDAD	PORCENTAJE
Siempre	330	88%
A veces	35	9%
Nunca	10	3%
TOTAL	375	100 %

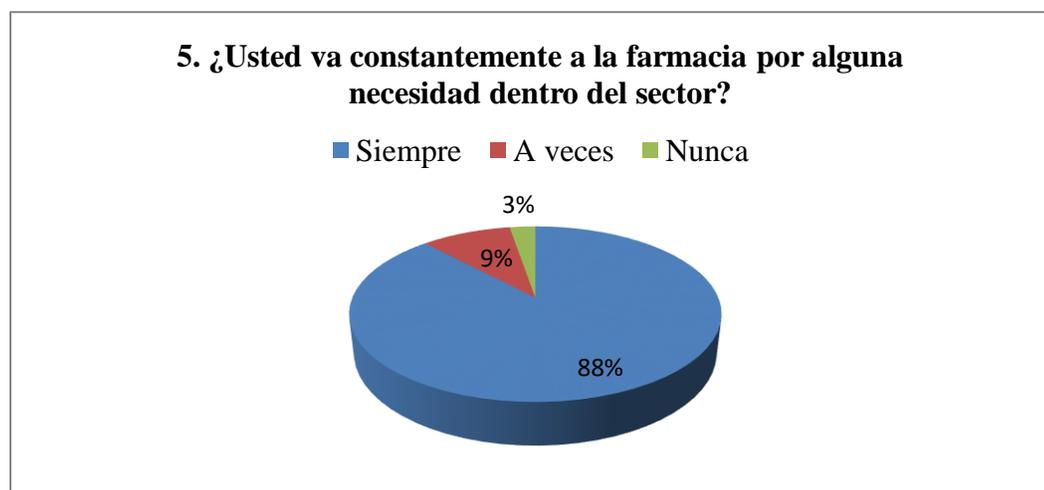


Figura 8 Va constantemente a la farmacia por alguna necesidad dentro del sector

Interpretación

La pregunta 5 indica que el porcentaje más alto es del 88% que refleja que va más constante a la farmacia, el segundo porcentaje va constantemente con un 9%, mientras que la otra no va constantemente a la farmacia tiene un 3% en el sector que habita en la Ciudadela Los Vergeles.

6. Menciona en qué farmacia usted más visita en las compras de medicamentos y entre otros.

Tabla 13

Menciona en qué farmacia usted más visita en las compras de medicamentos y entre otros.

DESCRIPCION	CANTIDAD	PORCENTAJE
Fybeca	215	57%
Farmacia 911	100	27%
Farmacia Keyla	60	16%
Otros	0	0%
TOTAL	375	100 %

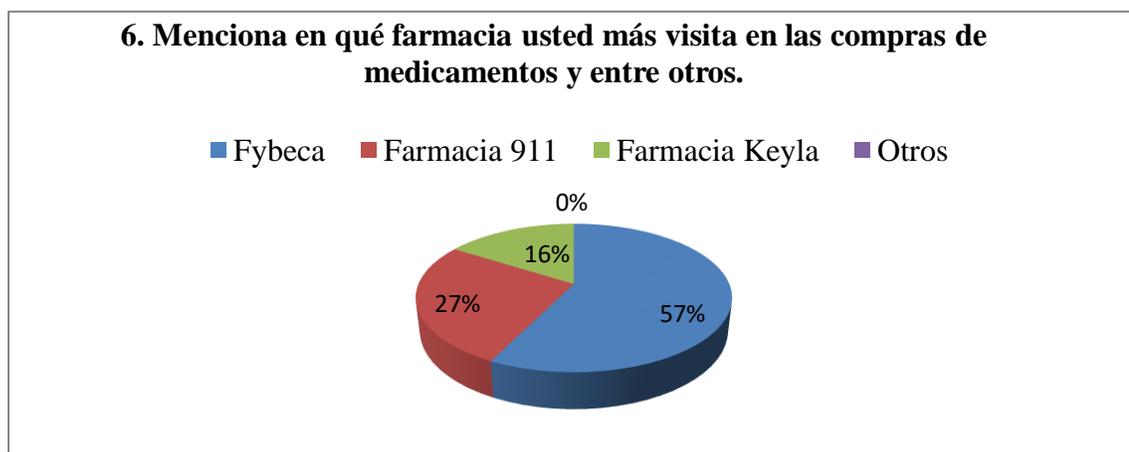


Figura 9 *Menciona en qué farmacia usted más visita en las compras de medicamentos y entre otros.*

Interpretación

La pregunta 6 indica que el porcentaje más alto es del 57% que refleja más visita a la farmacia Fybeca, el segundo porcentaje en la visita de la farmacia 911 con un 27%, mientras que la otra farmacia Keyla tiene un 16% en visitas.

7. ¿De qué forma Usted le gustaría realizar compras en una farmacia?

Tabla 14

Forma de realizar las compras en una farmacia

DESCRIPCION	CANTIDAD	PORCENTAJE
Estar presente en el local	280	75%
Solo pedir medicamentos en línea y enviar al Uber	50	13%
Otros	45	12%
TOTAL	375	100 %

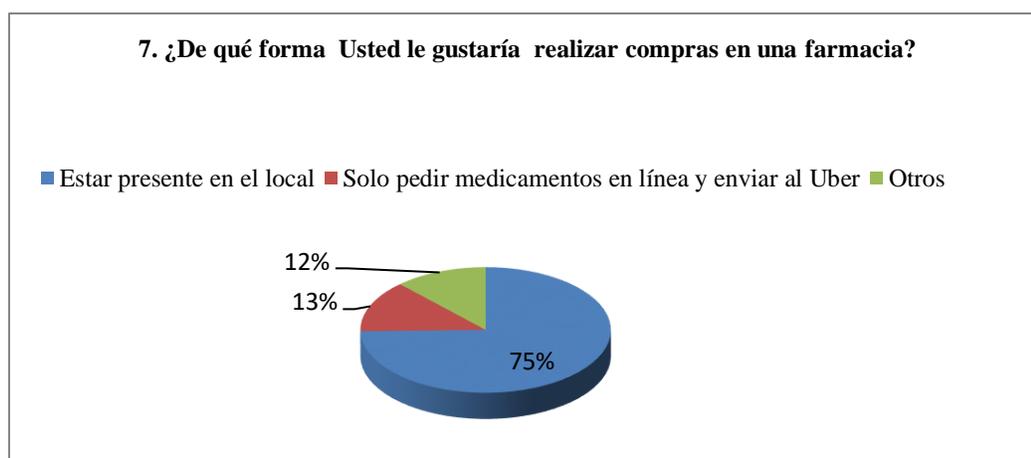


Figura 10 ¿De qué forma Usted le gustaría realizar compras en una farmacia?

Interpretación

La pregunta 7 detalla que las personas prefieren realizar las compras directamente en el local con un 75%, mientras que otros prefieren ahorrar tiempo piden los medicamentos a través de la aplicación Uber y realizar en línea correspondiente al 13%, y el 12% compran por otros medios. De acuerdo a los resultados obtenidos el mayor porcentaje es de estar presente en el local.

8. ¿Qué opina sobre el servicio que brinda la Farmacia?

Tabla 15

Calidad de Servicio que brinda

DESCRIPCION	CANTIDAD	PORCENTAJE
Excelente	265	49%
Buena	75	45%
Regular	35	6%
TOTAL	375	100 %

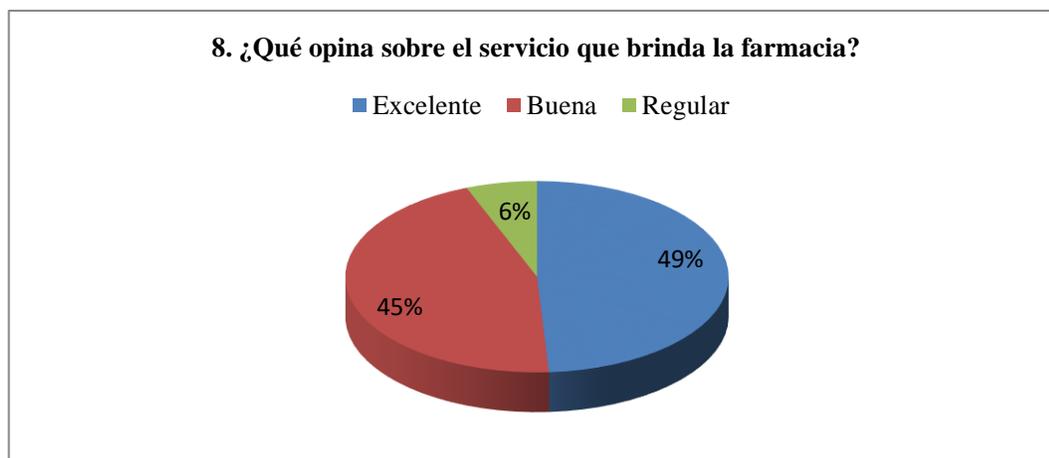


Figura 11 ¿Qué opina sobre el servicio que brinda la farmacia?

Interpretación

En la pregunta 8 se visualiza un 49% que corresponde a un excelente servicio, mientras que un 45% respondió un servicio bueno, y el 6% respondió como un servicio regular ya que no brindan un buen servicio al cliente por la falta de información que le brinda hacia los clientes. De acuerdo a los resultados obtenidos el mayor porcentaje de alto en servicio que brinda en la farmacia es la excelencia en servicio.

9. ¿Elija los medios de comunicación en los cuales usted desearía conocer sobre la Farmacia y promociones?

Tabla 16

Medios de comunicación para promocionar la farmacia

DESCRIPCION	CANTIDAD	PORCENTAJE
Tv	10	3%
Prensa	10	3%
Radio	350	93%
Vallas publicitarias	5	1%
Otros	0	0%
TOTAL	375	100 %

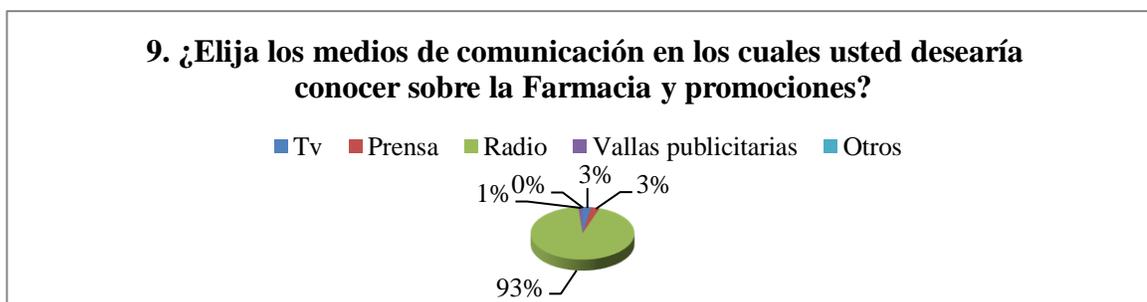


Figura 12 *¿Elija los medios de comunicación en los cuales usted desearía conocer sobre la Farmacia y promociones?*

Interpretación

Como se observa en la pregunta 9 que el porcentaje más alto es la radio es de 99%, es decir, ese medio es más escuchado y sintonizado, el 3% es la televisión, así mismo, 3% señaló la prensa, el 1% es de vallas publicitarias. De acuerdo con los resultados obtenidos el mayor porcentaje es de los medios de comunicación a través de la televisión.

10. ¿Qué tipos de promociones le gustaría recibir por parte de la Farmacia?

Tabla 17

Tipos de promociones

DESCRIPCION	CANTIDAD	PORCENTAJE
Producto Gratis	15	4%
Descuentos en recetas	160	43%
Pague uno o lleva dos	200	53%
TOTAL	375	100 %



Figura 13 ¿Qué tipo de promociones le gustaría recibir por parte de la Farmacia?

Interpretación

La pregunta 10 indica que el 53% se interesa en la promoción pague uno o lleva dos, mientras el 43% de las personas encuestadas expresaron les gusta tener las promociones con descuentos en recetas, y 4% les atrae la promoción cuando viene producto gratis.

Análisis general

Los datos obtenidos en la encuesta permitieron conocer como las personas califican el servicio que ofrecen las farmacias del sector, la frecuencia que realizan las compras, medicamentos y otros productos del total interés, también se logró identificar que farmacias como competencia son las más visitadas y nos da un referente de como competir en el mercado farmacéutico en el sector el cual va estar ubicada la farmacia Juanita.

Muchos encuestados respondieron que esperan ser mejores atendidos en las farmacias y encontrar de todo en un solo lugar como medicinas al alcance, poder realizar los pagos de servicios básicos u otros, encontrar otras categorías de productos como línea infantil, medicina genérica, bebidas sanas, gaseosas, es decir que bien surtida. Así mismo, que de forma eventual se realicen novedosas promociones en los medicamentos u otros tipos de promociones que logren enganchar a los clientes potenciales, en este caso los encuestados son mayores de 18 años quienes realizan compras seguidas en las farmacias.

4.1.2 Entrevista

Se realizó la entrevista a dos administradores de farmacias del mismo sector en Los Vergeles, en diferentes fechas la primera entrevista fue 19 de Octubre del 2019, y la segunda fue el 20 de Octubre, compuesta de diez preguntas abiertas, cada uno de ellos respondieron bajo el criterio y voluntad propia, con la finalidad de obtener información de cómo funciona este tipo establecimientos farmacéuticos, conocer si las farmacias como negocio es viable invertir considerando los márgenes de ganancias que dejan el comercializar productos farmacéuticos al menudeo.

Entrevistado 1

Fecha de envío: 19-10-2019
Empresa: Farmacia Keyla
Persona Entrevistada: Juan Manuel Solórzano Cevallos
Cargo: Administrador
Correo Electrónico: jmanuelolorzano@outlook.com
Teléfono: 0991712963
Fecha de entrega: 19-10-2019
Hora de Inicio: 16H30 PM
Hora de Finalización: 17H00 PM

Objetivo

Conocer la necesidad de ausencia de establecimientos farmacéuticos en el sector de Vergeles.

1. ¿Cuáles son los productos más frecuentes que consume los clientes en la Farmacia?

Los productos frecuentes que más consumen los clientes es la Losartán de 50 mg.

2. ¿Usualmente que período usted abástese en el inventario?

El inventario se realiza cada dos meses, es decir se revisa constante que todos los medicamentos estén completos.

3. ¿Con qué frecuencia realiza compras en una farmacia? Explique

La frecuencia en una compra es a diario dependiendo la cantidad de medicamentos que piden los clientes.

4. ¿Cuál es la percepción sobre los precios de la Farmacia en relación a las otras farmacias?

Los precios deben estar establecido con un valor único para los clientes no puede variar los productos, es decir si la paracetamol vale \$0,50 centavos cada uno y por otro lado lo vende a \$1.00 debe ser un precio asequible para los clientes.

5. ¿Con qué atributos usted identifica la Farmacia? y ¿Por qué?

En una farmacia debe tener atributos de ética, responsabilidad, puntualidad, y entrega rápida del producto, porque una farmacia debe tener todos los atributos necesarios.

6. ¿Cree usted que es necesario un servicio a domicilio de medicamentos? y ¿Por qué?

Sí, es necesario tener un servicio a domicilio para entregar los medicamentos a los clientes y que estén satisfechos del producto entregado al domicilio, porque así tendrán mayores ventas en los medicamentos.

7. ¿. ¿Generalmente cuántos productos adquiere en cada visita en la farmacia?

Por lo general los clientes adquieren cinco productos, es decir lo adquiere y lo compra y se va satisfecho en el producto brindado.

8. ¿Con qué promedio gasta mensualmente en medicamentos?

Por lo general, varía dependiendo del cliente que lo solicita por ejemplo la caja de Paracetamol de 50 mg cuesta alrededor de veinte o treinta dólares.

9. ¿Qué cantidad de medicamentos ustedes compran? Y ¿Por qué?

Todos los medicamentos siempre se compran al por mayor, porque así poder tener mayores ventas.

10. ¿Cuáles son los medios de comunicación, que usted promociona la farmacia?

Se promociona a través de correo electrónico hacia los clientes que tiene en la base de datos y también entrega volantes de descuentos.

Entrevistado 2

Fecha de envió: 20-10-2019

Empresa: Farmacia Rosa

Persona Entrevistada: María Emilia Bazurto Coronel

Cargo: Administradora

Correo Electrónico: Bazurto1975@hotmail.com

Teléfono: 0988605479

Fecha de entrega: 20-10-2019

Hora de Inicio: 11H30 AM

Hora de Finalización: 12H00 AM

Objetivo

Conocer la necesidad de ausencia de establecimientos farmacéuticos en el sector de Vergeles.

1. ¿Cuáles son los productos más frecuentes que consume los clientes en la Farmacia?

Los productos que más consumen son los antigripales, antiinflamatorios y otros productos más.

2. ¿Usualmente que período usted abástese en el inventario?

Cada tres meses realizo mi inventario, es decir tener completos los productos farmacéuticos.

3. ¿Con qué frecuencia realiza los clientes las compras en una farmacia?

Explique

Los clientes compras a diarios, a veces semanal siempre y cuando tenga receta autorizada por el médico.

4. ¿Cuál es la percepción sobre los precios de la Farmacia en relación con las otras farmacias?

Los precios de mi farmacia varía según el producto que vaya a consumir el cliente, es decir a comprar, como por ejemplo las pastillas antigripales, también vitaminas, entre otros medicamentos.

5. ¿Con qué atributos usted se identifica en su Farmacia? y ¿Por qué?

En mi farmacia lo identifico como atributos de responsabilidad, calidad del producto y mejor servicio al cliente, porque así puedo conocer mejor a los clientes sus necesidades.

6. ¿Cree usted que es necesario un servicio a domicilio de medicamentos? y ¿Por qué?

Sí, es necesario tener un servicio a domicilios para mis clientes, es decir si los clientes necesitan ese servicio, es de vital importancia cumplir con las necesidades de las personas.

7. ¿Generalmente cuántos productos adquieren los clientes en cada visita en la farmacia?

Los clientes compran a diarios o semanal los productos que ellos necesitan, ellos se sienten satisfechos de los productos comprados, también opina la buena atención que le brinda la farmacia hacia los clientes.

8. ¿Con qué promedio gasta mensualmente los clientes en medicamentos?

Esto depende de mis clientes que va a pedir los medicamentos, por lo general se gasta un promedio de \$30 mensual.

9. ¿Qué cantidad de medicamentos ustedes compran? Y ¿Por qué?

Se compran al por mayor, porque es necesario tener nuestros medicamentos a diario y que no se tenga pérdida en el inventario.

10. ¿Cuáles son los medios de comunicación, que usted promociona la farmacia?

Se promociona a través de la página web, volantes que tengan descuentos en los medicamentos.

Análisis general

En ella podemos observar las diferentes opiniones de los entrevistados que fueron contestadas correctamente, se obtuvo como resultados la cantidad de medicamentos que adquieren los clientes en las dos diferentes farmacias, indicaron la forma de como llevan un control de inventario, de cómo manejan precios asequibles para los clientes, identificaron los atributos que tiene la farmacia.

Se hace énfasis que uno entrevistados manifestó quienes eran los clientes más frecuentes en visitar el local y que productos tenían mayor salida recalando que son los clientes que compran constantemente los medicamentos antigripales, lo hace por el bienestar de la familia.

4.2 Estudio de Mercado

El sector farmacéutico de Guayaquil está formado por dos grupos de Farmacias que varían de acuerdo al tamaño de capitales, las primeras formada por laboratorios, farmacias grandes y farmacias medianas que representan a grupos o cadenas de Farmacias más pequeñas como por ejemplo Fybeca, Sana Sana, Cruz Azul, Económica, Farmacia 911, Farmacia Keyla, entre otras.

El mercado es competitivo que se desenvolverá el proyecto de prefactibilidad para la creación de la Farmacia Juanita en la Ciudadela Los Vergeles. La competencia perfecta se caracteriza porque en el mercado de un fijo producto existen muchos compradores y vendedores que, dado que la participación de cada uno de ellos en el mercado es muy pequeña, no pueden influir en el precio; el producto es igual y homogéneo

Es importante realizar un estudio de mercado por tratarse de una empresa nueva en el sector Vergeles, con el fin de reunir y analizar datos e información relevantes que serán útiles para determinar la aceptación y posicionamiento en el mercado o segmento que se está desarrollando la empresa y con respecto a la competencia a la cual se enfrenta, cuyo propósito es emprender estrategias de negocios frente a la competitividad, captación de clientes, aceptación del negocio y gracias al marketing se puede realizar todo este proceso para tener claro a que nicho o segmento de mercado nos vamos a dirigir y poder satisfacer las necesidades y urgencia de los clientes.

Para determinar si el proyecto creación de la farmacia Juanita es viable y factible se realizarán los siguientes pasos:

1. Recolección de información
2. Observación directa.
3. Realización de entrevistas y encuestas
4. Investigación y análisis de la competencia
5. Define tu target o cliente objetivo
6. Análisis DAFO del estudio de mercado
7. Precio del estudio de mercado

Segmentación de mercado

Divide un mercado en segmentos más pequeños de compradores que tienen diferentes necesidades, características y comportamientos que requieren estrategias o mezclas de marketing diferenciadas.

Tiene diferentes objetivos según las necesidades de la empresa, en donde unas buscan la fidelización de clientes de siempre, otras la captación de clientes nuevos, otras optimizar la creación de productos, etc. Por lo que cada empresa aplica diferentes tipos segmentación de mercados según las prioridades, tales como:

- **Segmentación sociodemográfica.** Se basa en datos como edad, sexo, domicilio, empleo, nivel adquisitivo, nivel cultural, etc.
- **Segmentación conductual.** Datos que ponen en la manera en que los clientes utilizan nuestros productos y servicios.
- **Segmentación de preferencias.** Se basa en los canales de acceso al producto, la relación empresa cliente, etc.
- **Segmentación efímera.** Se trata de una segmentación en tiempo real para aprovechar oportunidades en breves espacios de tiempo.

Para el caso de la Farmacia Juanita se busca como estrategia la captación de clientes por tratarse de un nuevo negocio que funcionara en los Vergeles, pues las segmentaciones a combinarse son las sociodemográficas y de valor. Por lo consiguiente, se busca la difusión de la marca del establecimiento como estrategia de marketing se aplicaría una segmentación conductual.

Ámbito geográfico.

El Proyecto de la creación de la farmacia Juanita estará ubicado geográficamente en el norte de la ciudad de Guayaquil perteneciente a la parroquia Pascuales, y estratégicamente en el sector Ciudadela Los Vergeles, con dirección en toda la principal de fácil acceso y parqueo, donde existe mayor afluencia de tráfico y existencia de negocios, locales comerciales de diferentes rubros.

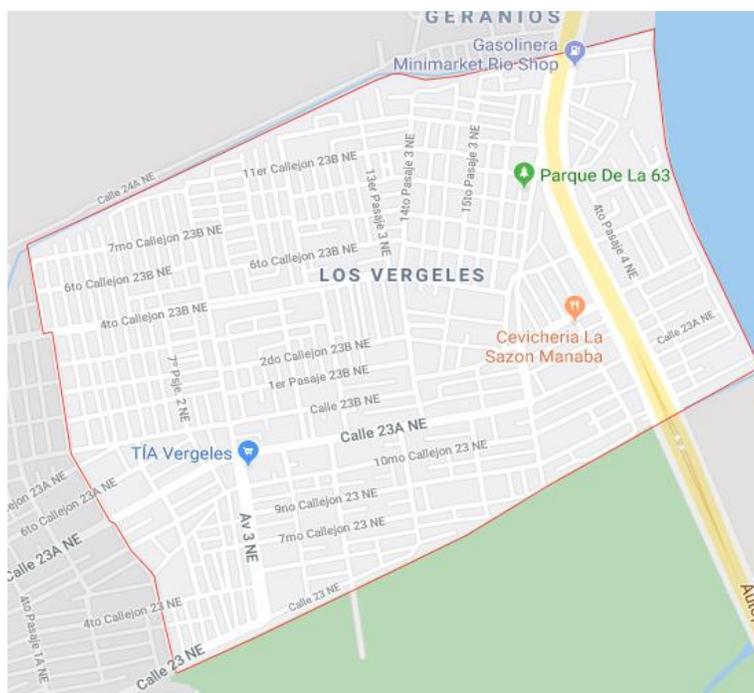


Figura 14 Los Vergeles

Adaptado de: Google Maps.

Población potencial.

Existe un grupo poblacional característico para el consumo de productos farmacéuticos y otros productos comerciales necesarios para la integridad y cuidado personal, así como la necesidad también de realizar los pagos en un lugar cercano en el hábitat, debido a que en el sector no existe una farmacia completa, es decir que a más de expender medicamentos y otros productos de uso y consumo familiar y personal también funcione un punto de recaudación para los pagos de servicios básicos y otros.

Actividad económica

Para la realización del funcionamiento de la farmacia Juanita en Los Vergeles en el norte, es necesario conocer como es la actividad económica del sector, que tipos de negocios funcionan alrededor y con qué competencia nos estamos enfrentando dentro del marco competitivo.

Competencia

Cuando se realiza la investigación de mercados se hace énfasis en la búsqueda de quienes serían la principal competencia, en el caso de la creación de la farmacia se analizó e indagó a negocios similares del alrededor precisamente por donde estará localizada la farmacia Juanita obteniendo como resultado la existencia de dos farmacias que tiene algunos años funcionando en el sector, pero que no tienen servicio de pagos básicos y generales ni de servicios complementarios médicos auxiliares como toma de presión, medida de glucosa, aplicación de sueros o inyecciones.

Competencia directa

Se refiere a negocios o establecimientos de igual rubro comercial que expenden los mismos productos en el mismo mercado competitivo a un público objetivo muy similar, en el caso de la Farmacia Juanita, se ha detectado como competencia directa a dos farmacias en el sector ubicadas entre 5 a 10 minutos de distancia de la una a la otra, como es la farmacia Keyla y la farmacia 911.



Figura 15 *Las Farmacias Vergeles*

Considerando como competencia directa fuera del sector nos encontramos con los cubículos comerciales tipo pequeñas farmacias en la bahía, donde venden medicina, productos de aseo personal, para infantiles, bebés, etc.

Competencia indirecta

Hace énfasis a aquellas empresas o establecimientos que no venden exactamente el mismo producto o servicio que nuestra farmacia, pero busca satisfacer las mismas necesidades del consumidor de forma indirecta o con productos sustitutos. Se ha identificado que a 2 cuadras de donde estará ubicada el local existe un negocio de centro naturista, seguido de 8 cuadras con dirección a la principal de la Av. Fco de Orellana frente a la Ciudadela Orquídeas existe un Comisariato donde también venden ciertos productos de medicina y de otras categorías comerciales que se los puedo adquirir ahí a precios accesibles.



Figura 16 Las Farmacias en la Bahía

4.2.1. Microambiente - análisis PESTEL

Toda empresa debe empezar por analizar los aspectos externos del macroentorno de una forma bien minuciosa ya que nos permitirá identificar las oportunidades y amenazas que la empresa como tal deberá enfrentarlas o evitarlas dentro del mercado competitivo en el que se encuentra. Para el respectivo análisis se considerará las siguientes:

Factor político y legal

- *Ley Orgánica del Sistema Nacional de Salud*
- Política Nacional de Medicamentos Aprobado mediante Resolución del Directorio del Consejo Nacional de Salud del 25 de octubre de 2006, Acuerdo Ministerial N° 0000620 del 12 de enero de 2007 Acuerdo Ministerial N° 0000116 del 16 de marzo de 2007

- Reglamento de Control y Funcionamiento de Establecimientos Farmacéuticos y más regulaciones relacionadas con las actividades de los establecimientos farmacéuticos. (Cuadro nacional de medicamentos básicos vigente. - Lista de precios oficiales de medicamentos de laboratorios nacionales y extranjeros. - Farmacopeas oficiales. - Textos de farmacología. - Diccionarios de especialidades farmacéuticas.
- Ley de Sustancias Estupefacientes y Psicotrópicas. (Lista de sustancias estupefacientes y psicotrópicas controladas). –
- Se hace mención al Proyecto de Ley Orgánica de Incentivos para Asociaciones Público-Privadas y la Inversión Extranjera (Ley APP) en Ecuador, donde dicha Ley tiene como propósito objeto implantar sistema de incentivos para la ejecución de proyectos bajo la modalidad de Asociación Público-Privada y los lineamientos e institucionalidad para la aplicación. Los proyectos podrán consistir básicamente en construcción, equipamiento, operación y mantenimiento de una obra o emprendimiento pública o privado nuevo.

Se concluye que el sector productivo y comercial no es el adecuado para fortalecer las inversiones y el desarrollo de las micros y medianas empresas; por ello este factor se considera Amenaza de alto impacto, Sin embargo, la Ley APP se puede considerar una oportunidad.

Órganos reguladores

Ministerio de Salud Pública

Dirección Provincial de Salud

Instituto Nacional de Higiene y Medicina Tropical "Leopoldo Inquieta Pérez", (INH)

ARCOSA

Proceso de Control y Mejoramiento en Vigilancia Sanitaria

Vigilancia Sanitaria Provincial

Forma de gobierno

El tipo de gobierno establecido en Ecuador es de tipo democrática, basado en la protección de los derechos y las libertades de todos los ciudadanos. Por lo tanto, frente al tema específico de salud, es importante aclarar que si bien existen leyes y recursos que garantizan el acceso a la salud y a los medicamentos, aún el país tiene grandes falencias en el sector que imposibilitan la prestación del servicio a los ecuatorianos.

Estabilidad y riesgo político

Frente a la estabilidad el panorama ecuatoriano, existen buenas relaciones con los países vecinos, pero internamente se está viviendo las consecuencias, desaciertos y equivocadas acciones del anterior gobierno (administrado por Correa). Desde la perspectiva del riesgo, en el país existen mafias que producen y comercializan medicamentos adulterados y de contrabando, que significan un riesgo para el consumidor.

Factores económicos

- **Inflación mensual** en enero de 2019, el Índice de Precios al Consumidor se ubicó en 105.77. Con esto, la inflación mensual es de 0.47%, comparado con el mes anterior que fue de 0.10%, mientras que en enero de 2018 se ubicó en 0.19%.

- **Caída de precios del crudo del petróleo** se la considera como un indicador clave para comenzar a analizar las medidas económicas que se implementan en los países de nuestra región, sobre todo los que tradicionalmente han basado buena parte de la economía en esta fuente energética, teniendo en cuenta además en otras circunstancias externas que afectan al desempeño económico nacional, como son la apreciación del dólar y la inexistencia de política monetaria nacional.
- **Implementación de las salvaguardias** es otro factor a considerarse, la cual ha ayudado a proteger la producción nacional y reducir el impacto negativo de la caída del precio del petróleo y la apreciación del dólar en la balanza comercial ecuatoriana.
- **Recaudación de los impuestos** el 90% de los productos de la canasta básica no pagan IVA; y, se pueden deducir los gastos personales en alimentos, salud, educación, vivienda y vestimenta del Impuesto a la Renta.

Factores sociales

- **Tasa de desempleo a nivel nacional** Según estudios el Ecuador registró en diciembre 2019 una tasa de desempleo del 4.9% a nivel nacional, según la última Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (Enemdu). Por la parte, el Instituto de Estadísticas y Censos del país (INEC) precisó que ese indicador en comparación con el mismo mes del 2018 se registra un alto incremento, significativo, pues en ese mes el desempleo se situó en 4%.

- **Tasa de desempleo urbano** en Guayaquil se ubicó en 3.7 en marzo del 2019 en relación al año anterior registró un 4.7%, según el INEC esto significa que existen más personas ingresando al mercado de trabajo o existe una mayor oferta laboral.
- **Tasa de empleo bruto** entre marzo 2018 y marzo 2019, la tasa de empleo bruto⁴ presentó una variación negativa estadísticamente significativa a nivel nacional y en el área urbana. A nivel nacional el empleo bruto se ubicó en 63.4%, a nivel urbano fue de 59.4%, mientras que en el área rural fue de 72.7%.
- **Tasa de subempleo** en Guayaquil se ubicó en 21.80% en marzo del 2019 en relación al año anterior registró un 20.12 del mismo mes marzo 2018, según el INEC esto significa que en el 2019 se elevó medianamente significativo.
- En junio de este año, a nivel nacional, la pobreza se ubicó en 23.7%, mientras la extrema pobreza en 8.6%. (<http://www.andes.info.ec/es/noticias/tasa-desempleoecuador-junio-2016-fue-53-mantiene-estadisticamente-estable.html>)
- **La canasta básica familiar** en nuestro país se ubicó a un costo de costó USD 719.88; lo cual implica que el ingreso familiar promedio cubre el 102.17% del costo total de la canasta familiar básica. El costo de la canasta básica aumentó en un 0.66% en referencia al mes anterior.

Por la parte la Canasta Vital tuvo un costo de USD 503.70, en enero 2019 generándose un excedente de USD 231.77 del ingreso familiar en relación en enero del 2018 con un costo de USD 502.74. El costo de la canasta vital aumentó en 0.82% en referencia al costo del mes anterior.

- **El índice de brechas de intermediación** es una medida del grado de intermediación en los mercados de bienes y servicios. En enero de 2019, dicho índice fue de 101.31; el mes anterior fue de 100.65; la variación mensual es de 0.66%.

Por ende, el factor social, sin duda es una amenaza de alto impacto para el sector comercial e industrial del Ecuador. La mayoría de las familias no cuentan con un empleo fijo, ni ingresos que superen la canasta básica, que les permita destinar un presupuesto estable para las necesidades básicas alimenticias.

Factores tecnológicos:

Al tener una transformación en constante crecimiento y avances tecnológicos traduce a una alta competitividad entre las empresas de la misma actividad económica, siendo aquellas empresas que tengan una alta automatización en procesos las que tienen supremacía en las demás por la eficiencia en servicios, afectando a las instituciones más pequeñas por la alta inversión que se requieren para la adopción de estos avances.

- Creciente evolución de las tecnologías de la información.
- Los avances científicos permiten desarrollar nuevos y mejores productos que permiten satisfacer de una manera más eficiente las necesidades de los clientes, sin embargo, estos son más costosos.

- Diversificación y renovación de los productos ofrecidos y de los medios de comercialización. Uso de nuevos canales y soportes bidireccionales y dinámicos: Redes sociales, chats.
- Uso de mega bases de datos a fin de identificar los hábitos de compra de los consumidores CMR.
- Venta de medicamentos por internet

El factor tecnológico se constituye como una oportunidad de alto impacto para el sector comercial e industrial, porque con el uso de la tecnología digital como el internet y las redes sociales le permiten ampliar la capacidad de comercialización, ampliar la cartera de productos y adaptarse a las exigencias del mercado.

4.2.2 Macoambiente - análisis FODA

El análisis del macroambiente para la implementación del proyecto se lo hará a través de la matriz FODA, que identifica las debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades del proyecto, son cinco puntos claves para que cumpla el objetivo del proyecto.

Tabla 18

Aplicación FODA

	Oportunidades	Amenazas
FODA	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Alto ingreso actual del mercado 20%. ▪ Tendencia de la sociedad en comprar productos en la farmacia. ▪ Crecimiento del mercado. ▪ Asesoramiento a farmacias. ▪ Capacitaciones al personal. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Poca regulación en ley sobre alianza. ▪ Alta regulación y exigencia en la creación de la farmacia. ▪ Alta utilización de tecnología en la competencia. ▪ Incompetencia en los productos. ▪ Mayor competencia en las empresas.
Fortalezas	<p>Estrategias Ofensivas</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Se realizarán visitas en terreno a los clientes para ofrecer los productos con el respectivo servicio. ▪ Ofrecer precios bajos a los clientes. ▪ Ofrecer buenos beneficios acerca de los precios de los productos que ofrece en la competencia. ▪ Realizar encuestas a las personas que viven en la 	<p>Estrategias Defensivas</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Firmar acuerdo fijo con farmacias. ▪ Conservar precio bajo. ▪ Otorgar facilidades especiales. ▪ Otorgar buenos beneficios a los futuros clientes. ▪ Tener buenas referencias de los clientes hacia a otra personas por nuestro buen
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Un mayor número de clientes ▪ Menor dependencia de la receta, y mayor posibilidad de venta libre. ▪ Optimización de rutas constantes. ▪ Busca punto de marketing. ▪ Referencias de nuevos clientes. 		

	Ciudadela Los Vergeles.	servicio.
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Realizar asesoramientos. 	
Debilidades	a	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bajo desarrollo tecnológico. 	farmacias sobre las tendencias	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Poca atención a los clientes en los medicamentos. 	en las ventas por periodo.	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bajo recursos por la falta de inventario. 		Estrategias Supervivencia
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bajo del personal de habilidades en la comercialización de los medicamentos. 	Estrategias Reorientación	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Cobrar productos según tipo de servicio que se requiere.
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Clientes con prisa, lo que obliga a una atención rápida. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Buscar buena tecnología para registrar el inventario del producto. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Dar una tarjeta que de descuento especial a los clientes.
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Identificar a un segmento de farmacias que se le puede entregar el servicio. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Realizar una encuesta online a los clientes que es lo que necesita que mejore de mi farmacia.
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Enfocarse netamente en los clientes en el servicio que le damos ellos. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Buscar más referencia acerca de los clientes de diferentes clases sociales.
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Buscar estrategias de mercado. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Celebrarle un día del cumpleaños a los clientes.
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Buscar cómo mejorar el servicio al cliente. 	

4.2.3 Análisis y proyección de oferta

Una oferta se define como "la cantidad de bienes que el vendedor quiere y puede vender". Es decir, la cantidad de producto que el vendedor tiene para ofrecer en el mercado al precio establecido por la empresa, que satisface las necesidades del cliente.

Es el estudio del conjunto de empresas que ofrecen bienes o servicios similares al que ofrecerá el proyecto de inversión.

Los objetivos del análisis de la oferta son:

- Cuantificar los niveles de producción de los principales competidores. Así como la participación en el mercado.
- Conocer las formas actuales y futuras en que la demanda será atendida por la oferta.
- Determinar las estrategias, objetivos, fortalezas y debilidades de la competencia.

4.2.3 Proyección de la oferta

Posteriormente se estimará la gran capacidad de producción o de la prestación del servicio o del producto a futuro, para los años comprendidos en el horizonte del proyecto, sobre la base del análisis de la capacidad actual, los probables planes de expansión de las actuales farmacias, así como proyectos en los altos potenciales de farmacias.

4.2.4 Análisis y proyección de la demanda

El análisis de la demanda se le realiza a partir de la población de la Ciudadela Los Vergeles, en la cual se ubicará la Farmacia Juanita, que de acuerdo a datos del INEC es de 17,090.00 habitantes, posterior a ello se hace una filtración para conocer la población potencial y desatendida.

En el sector farmacéutico, específicamente a la comercialización de medicamentos provenientes de laboratorios nacionales y extranjeros legalmente registrados con los respectivos permisos sanitarios y de libre comercio en el País, podemos enfatizar que actualmente existe un amplio mercado para este tipo de negocios como es el de las farmacias que se han venido incrementando en los últimos años, puesto que cada día más existen personas enfermas dependientes de una medicina de por vida, otras que optan como prevención el tema de la salud, algunos que por cambios climáticos son susceptibles a enfermedades virales y estacionarias, pues todas ellas mencionadas se ven en la necesidad de adquirir medicamentos no importa el costo porque lo consideran el medio de mejorar la calidad de vida saludable.

Tipos de demandas

- **Demanda Potencial:** Constituida por la gran cantidad de bienes o de servicios que podrían consumir o utilizar un determinado producto en el mercado.
- **Demanda Real:** Constituida por la gran cantidad de bienes y de servicios que se consumen o se utilizan un producto en el mercado.

- **Demanda Efectiva:** Constituida por la gran cantidad de bienes o de servicios que en la práctica son requeridos por el mercado ya que existen factores que impiden acceder al producto, aunque quisieran hacerlo.

Tabla 19 *Análisis de demanda**Análisis de demanda*

Población de los vergeles	
Población	17,090.00
Niños y adultos mayores	3,115.00
Población demanda potencial	11,740.00
Población sin empleo	2,235.00
Demanda efectiva	9,505.00

Determinación de la oferta

Tabla 20

Determinación de la oferta

Oferta de la competencia	
Farmacia Cruz Azul	2,715.00
Farmacia Mi Buen Vecino	1,730.00
Farmacia 911	2,200.00
Población atendida por la competencia	6,645.00

Se puede determinar que en la actualidad existe una demanda potencial que no está siendo atendida o que no es alcanzada por los servicios que ofrece una farmacia, y debe tener la demanda que exigen los clientes que desea cumplir las necesidades satisfactorias.

4.2.5 Análisis de demanda insatisfecha

La necesidad asociada a una población debe ser cubierta mediante la entrega de los bienes o de los servicios, es decir la cuantificación de una necesidad no atendida corresponde a un déficit, el que está dado por la diferencia entre la oferta existente y la demanda por el producto para satisfacer la dicha necesidad de los clientes, la fórmula es:

$$\text{Déficit} = \text{Oferta} - \text{Demanda}$$

Tabla 21

Análisis de oferta y demanda y población insatisfecha

Análisis de oferta y demanda	
Demanda efectiva	9,505.00
Población atendida por la competencia	6,645.00
Población de demanda Insatisfecha	2,860.00

4.2.6 Producto

Los autores Stanton, Etzel y Walker (2010) definen al producto como un cumulo de cualidades y características con tangibilidad e intangibilidad que incluye aspectos del empaque, marca, precio, atributos y demás servicios basados en una cosa, lugar o persona”.

Son aquellos bienes y servicios que una empresa u organización brinda a los clientes, usuarios y consumidores, de tal manera que la farmacia Juanita contara con un amplio surtido de mercadería farmacéutica en las variadas categorías de productos de laboratorios reconocidos en el medio, así como también de medicina genérica como alternativa al poder adquisitivo de los habitantes del sector.

La naturaleza del negocio de la farmacia “Juanita” es comercializar productos de categoría farmacéutica y genéricos de índole nacional y extranjero, también promoverá productos comerciales adicionales y complementarios de categorías como cuidado para bebes, bebidas y jugos, cuidado capilar, entre otros.

Además, ofrecerá a los clientes servicios plus como recaudación de pagos de servicios básicos en convenio con las marcas y empresas como TV Cable, Univisa, Claro, Empresa Eléctrica, Interagua, Avon, Yanbal y todas las existentes dentro del punto de recaudación. Teniendo claro el objetivo del negocio la cual es:

- Proveer a los habitantes del sector y de alrededor variados medicamentos de calidad y legales para la salud de los clientes.
- Suministrar medicina que cumpla las especificaciones técnicas y legales en el local, y las que necesitan ser vendidas por prescripciones médicas.

- Contar con los productos más solicitados por los usuarios garantizando la accesibilidad a los mismos por parte de la población.
- Brindar la respectiva información sobre el uso y aplicación correcta y adecuada de los medicamentos que adquieren.

Farmacia “Juanita” contará con un amplio surtido de mercadería farmacéutica en las variadas categorías de productos de laboratorios reconocidos en el medio, así como también de medicina genérica como alternativa al poder adquisitivo de los habitantes del sector. Todos los productos expuestos a la venta en la farmacia contendrán las propias presentaciones, registro sanitario, de procedencia legal, con fecha de caducidad, por tamaño, por tipo de venta en unidades o cajas según como lo detalla la propia presentación, así mismo, hay productos farmacéuticos que requieren estar refrigerados lo que se tendrá en cuenta con ese cuidado especial. Tener todos los productos exhibidos a la vista y alcance de los clientes en las estanterías y perchas, los cuales serán clasificados para la venta por categorías, tales como:

1. Para el cuidado e higiene personal
2. Línea Infantil /bebe
3. Productos genéricos y natural
4. Productos complementarios y bajo prescripción medica
5. Insumos de salud

Presentación

Funcionará en un local alquilado de infraestructura moderna de cemento ubicado en la ciudadela Los Vergeles, alrededor está habitado de negocios de diferentes rubros comerciales, estará implementado con todas las adecuaciones primordiales que conlleva

a equipar este tipo de negocios como es instalar vitrinas, mostradores para la exhibición de los medicamentos elaborado de material con un terminado en madera aglomerada, puertas corredizas, cubierta en madera y cristal, con dos niveles de entrepaños, frente de cristal; medidas de seguridad de cámaras y contra incendios, instalaciones eléctricas bien realizadas, iluminación adecuada, un espacio como bodega pequeña para productos de mayor costo y de cuidado de conservación y manipulación.

Naturaleza de la farmacia

Farmacia “Juanita” expenderá medicamentos y otros productos comerciales como bebidas, jugos y de otras categorías que estarán ubicados en perchas y otros en exhibición en las respectivas vitrinas y mostradores para mayor visibilidad de los clientes. Como subproducto la empresa ofrecerá un servicio adicional de recaudación de pagos de empresas integradas en el convenio que han autorizados se realicen los pagos con el fin de enganchar a los clientes y que encuentren todo en un mismo lugar, la adquisición de las medicinas, productos y poder realizar pagos básicos y necesarios.

Composición

El Proyecto de la creación de la farmacia estará ubicado estratégicamente en un local de infraestructura de cemento con todas las adecuaciones e instalaciones necesarias que se requiere para operar y poner en marcha el funcionamiento del mismo, la cual contará con varias características:

- Estanterías, escaparates y vitrinas para la exhibición de los productos fabricadas en melamina blanca y forradas con fórmica color kiwi.
- Mostradores de vidrio en melamina blanca de medidas 1.50x 90 x 50
- Perchas metálicas para colocación de los productos al alcance del vendedor.
- Perchas antisísmicas con un espacio de 250 cm de ancho y 150cm por cada bloque.
- Instalación de sistemas contra incendio para evitar riesgos, siniestros.
- Adecuada Iluminación interna y externamente del local.
- Espacio bodega para productos, medicamentos costosos y de especial cuidado y conservación.
- Implementación e instalación de equipos tecnológicos: 2 computadoras, impresoras redes inalámbrica y telefonía, y el sistema informático para el control de los productos y la debida facturación.
- Instalaciones eléctricas por expertos para evitar futuros problemas de energía. Montacargas eléctrico de doble posición con una batería de litio para la reserva de energía.
- Adecuación de Iluminación led dirigida hacia las perchas donde estarán colocados los productos
- Instalación de 3 cámaras de seguridad.

Tamaño

El Proyecto tiene un tamaño de 10 x 7 metros cuadrado, correspondiente a las medidas del espacio de local a alquilarse, con el respectivo portal de cemento de infraestructura nueva, con todo lo acabado de ley, con los permisos establecidos que puede aperturar el local.

Por eso el proyecto tener un gran tamaño para que sea factible, también estén en buen funcionamiento de la farmacia Juanita, en la ciudadela Los Vergeles, en el cantón Guayaquil, los habitantes de esa ciudadela están satisfecho que el local de la farmacia Juanita estén en buenas condiciones, tenga la atención adecuada, es decir que el servicio de atención sea rápido, eficiencia y también tener paciencia a los futuros clientes de la ciudadela Los Vergeles estén a la vanguardia de ellos.

Marca

Toda empresa y negocio posee la propia marca para ser identificado y posicionado en el mercado, pues farmacia “Juanita” no es la excepción, contara con la propia marca como identidad de la misma frente a la competencia del sector, basado en un Isologo representado en el blanco por la pureza reflejando un ambiente pulcro y limpio, seguido de un verde claro y oscuro que enmarca la salud, lo ecológico y el medio ambiente y finalmente del color negro que simboliza poder, elegancia y tradición, transmitiendo a la vez fuerza y elegancia al local.



Figura 17 Isologo

Valor agregado

Radica el valor agregado de la farmacia “Juanita” en ofrecer el servicio de pagos de planillas de luz, agua, de telefonía, de televisión por cable o satelital y otros pagos de empresas proveedoras de esos servicios, como punto de recaudación, y a la vez como estrategia de posicionar que es la única farmacia que a más de expender productos farmacéuticos también ofrece esos servicios facilitando de esta manera que el cliente en el mismo local lo encuentre todo, es decir adquirir los productos y pagar los servicios urgentes básicos sin necesidad de ir a un banco o centro comercial ya que les tomaría mucho tiempo salir del sector y trasladarse a aquellos lugares y les representaría más gastos de movilización y tiempo.

Complementario

El servicio de aplicación de inyecciones, toma de glucosa y presión, más que complementarios se observa que son servicios tipo gancho que hoy en día muchas farmacias están brindando sin costo o a un costo mínimo para atraer y aumentar la frecuencia de visita, ampliando líneas de productos y servicios.

4.2.7 Precio

Según para Philip Kotler y Armstrong (2011) el precio es el valor monetario que un consumidor o usuario paga por los beneficios y usos de un servicio o producto adquirido. Haciendo referencia a estos autores el precio de venta al público que se manejará en la farmacia será de precios en función de un margen de ganancia.

Se espera obtener en relación con el precio costo que otorgan los laboratorios y proveedores para ser comercializados, se mantendrán a la par con los precios de las dos farmacias que existen cercano al sector de donde funcionara la farmacia. Se tendrá en cuenta lo siguiente:

- Ofertas especiales
- Descuentos promocionales, por pronto pago o por compras mayoritarias.
- Se establecerán precios y formas de pago de acuerdo al volumen de ventas.
- El precio no será mayor al que está establecido por la Ley.



Figura 18 Precio Especiales

Tabla 22

Lista de precios de productos de la competencia directa

Categorías	Productos	Empresa		
		Farmacia Cruz Azul	Farmacia 911	Farmacia Juanita
Categoría 1 Medicina de marca y genéricos	Moral-ex adulto 20 mg	\$4.08	\$3.75	\$3.29
	Suspensión 100 ml	\$ 8.90	\$7.50	\$7.38
Categoría 2 Línea Infantil y bebés	Pañales Pañalín clásico M x24	\$4.35	\$4.2	\$4.0
Categoría 3 Productos para el cuidado personal	Crema dental Colgate Mix clean 150 ml	\$6.55	\$6.50	\$6.45
Categoría 4 Insumos de salud	Acuc- check active Glucosex50	\$43.15	\$41.90	\$41.50
Categoría 5 Productos complementarios medicados y recetados por médicos	Ciruelax Jalea 160 gr	\$5.95	\$5.90	\$5.60
	Bismutol solución 180 ml	\$3.55	\$3.42	\$3.30
	Pedialyte manzana 500 ml	\$3.00	\$2.95	\$2.85

Adaptado de: Base de datos farmacia Cruz Azul, 911 y la Juanita.

4.2. 8 Plaza – comercialización

La distribución del producto será desde los proveedores al local y a la vez los clientes acudirán a realizar las respectivas compras, será un canal directo entre cliente y el punto de venta que representa ser la farmacia.

Es importante tomar en cuenta que la farmacia Juanita tiene su plaza o comercialización de los productos a brindar para los clientes estén satisfecho de los servicios, es decir que los clientes atendidos tienen sus productos farmacéuticos.

Sector

Tipo de empresas

Actualmente en Guayaquil el sector farmacéutico ha crecido en gran escala en los últimos años, así mismo a consecuencia de aquello se ha incrementado la existencia de nuevas farmacias en diferentes sectores.

Los sectores son de la urbe porteña como en el norte, sur y centro, suburbios encontrándose ubicadas una muy cercana a la otra demostrando que todas venden debido al alto índice de personas tratándose de enfermedades virales, estacionarias, catastróficas, enfermas del cambio de clima se incrementan más y hay alta demanda de compra de medicinas por cuestiones de la misma salud.

Así mismo, últimos reportes del INEC en el año 2015 las cadenas farmacéuticas vendieron \$9,1 billones, este año podrían llegar a \$9,6 billones, para un crecimiento de 5.5%, la perspectiva es positiva pues, según estos expertos, para 2019 el mercado ecuatoriano llegará aproximado de \$11'300,000.00 millones.

Número de empresas

En el sector hay dos farmacias, pero son pequeñas y no abastecen muchos productos de medicamentos que necesitan los clientes del sector de la Ciudadela de Los Vergeles, hay uno supermercado que tiene gran variedad de surtidos, es decir víveres, lácteos, carnes, mariscos, hay un colegio y una escuela, son empresa monopolio, entonces buscamos crear una Farmacia Juanita para este sector de la Ciudadela de Los Vergeles.

Equipamiento de la zona

El sector Los Vergeles tiene ventajas debido a la proximidad a la vía principal que conecta con la Av. Fco. de Orellana siendo esta vía de mayor tránsito para varias direcciones de la urbe en el sector norte, al frente se encuentra la Ciudadela, Las Orquídeas para abastecerse; vías de acceso y comunicación, además de económicos servicios públicos como agua y energía eléctrica, calles adoquinadas con aceras cementadas, accesibilidad a parqueo al pie del local.

Volumen de facturación

Es importante tener como información primordial y como precedente conocer de cuanto la competencia factura en ventas anualmente, para tener una idea apegada a la realidad de cuan factible podría resultar la inversión en este negocio de farmacia Juanita, es por ello que se investigó datos reales teniendo como fuente el SRI, la cual se detalla:

Tabla 23

Valores de facturación farmacia Cruz Azul, Mi Buen Vecino y 911

Volumen de Facturación	Anual
Farmacia Cruz Azul	50,00.000
Farmacia Mi Buen Vecino	61,000.00
Farmacia 911	72,000.00

Objetivos de la facturación.

Al referirnos la facturación es cuanto una empresa o negocio genera ventas reflejados en valores monetarios al final del balance o estado financiero que se evalúa anualmente para conocer si se tuvo pérdidas o ganancias, es por ello que este proceso debe ser ejecutado en todo el año y controlado por medio de un software de facturación permite ofrecer una mejor experiencia de compra a los clientes y configurar ágilmente los precios de todos los productos y de los cuales identificar los que contienen promociones y descuentos, además es útil para:

- Eliminar la dependencia del departamento de sistemas para ingresar y planificar promociones, de manera que la ejecución sea automática.
- Vender de forma ininterrumpida sin depender del enlace con el servidor central.

Resultados de manejar un software de facturación en las farmacias

- Facturación ininterrumpida Online y Offline.
- Alertas de beneficios para que sean ofrecidas a los clientes e incrementar el ticket promedio.
- Inteligencia CRM para recomendar productos adquiridos frecuentemente por el cliente.
- Búsqueda por Vademecum.
- Información del Inventario en línea de toda la cadena para facturación o entrega en otro punto de venta.

- Metas y cumplimientos en línea por punto de ventas para seguimiento diario del cajero.
- Productos sugeridos y relacionados para completar la venta.

Facturación de farmacias de cadenas conocidas y grandes en Guayaquil como precedentes.

El negocio de las farmacias a manos de cadenas se fortalece en el país: en el 2005 estos grupos, encabezados por Farcomed y Difare, abarcaban el 57.4% del mercado, mientras que en el 2010 la participación se extendió al 75%. La facturación también se incrementó. En total, el mercado tuvo ventas por \$ 957'560,000.00 millones en el 2010, el 17% más que lo registrado en el 2009, según índices de la consultora IMS.

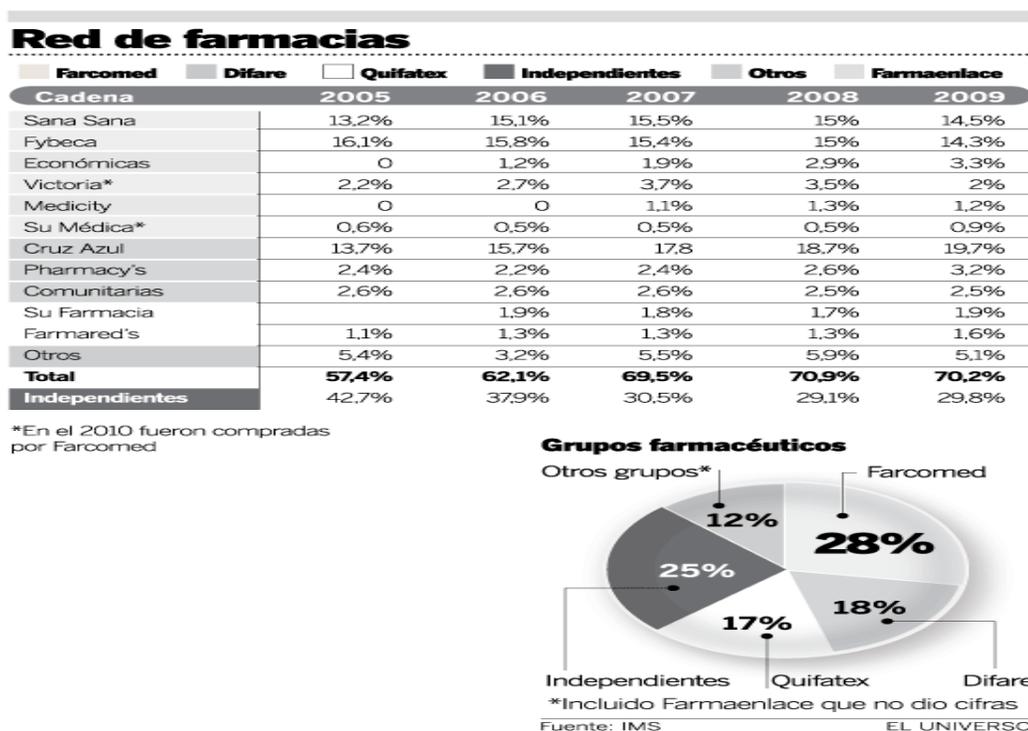


Figura 19 Facturación Red de Farmacias

Adaptado de: Facturación y variación interanual-Períodico el Universo. (21/03/2011)

Proveedores

Los proveedores de medicamentos tienen un papel muy importante para desenvolver de la farmacia y contar con una variedad de productos reconocidos a nivel nacional e internacional, garantizando la venta de medicinas de las mejores marcas, en el siguiente cuadro se presentan algunos de los importantes proveedores de medicamentos para la empresa:

Tabla 24

Proveedores de Farmacia Juanita

Proveedor	Productos
Bayer Life	Distribuidora de productos farmacéuticos Es una empresa líder en el ámbito farmacéutico nacional e internacional.
Proverfarma Sanofi-Aventis Ecuador	Distribuidora de productos farmacéuticos Distribuidora de productos farmacéuticos

Tabla 25

Proveedores de inmobiliaria y otros equipos

Proveedor	Producto/Servicio
Computron	2 Pc de escritorio
Computron	1 impresora de facturación
Edimca	mostradores, perchas y escaparates
Coca-cola	Refrigeradora solo de los productos en gaseosas y bebidas
Seproamérica CIA. Ltda	3 cámaras de seguridad, alarma y monitoreo vía móvil
Explosión S.A	elaboración de letrero municipal, volantes publicitarios
Serigráfica Don Lucho	elaboración de uniformes empresarial
Limpigen	insumos para limpieza y aseo del local
Juan Marcet	útiles de oficina
Imprenta Offiset	impresión de facturas del local para el SRI
Almacenes Japón	nevera exhibidora para medicamentos de conservación especial
Insuelectric	servicio instalación eléctrico e iluminación
Netlife	proveedor servicio de internet
Distribuidora Salazar	productos cuidado y aseo personal, línea infantil/bebes

Cliente Potencial

El cliente potencial es segmentar en un proceso básico que nos permite identificar grupos predecibles frente e individuos que no lo son, la segmentación consiste en agrupar clientes en función de unos criterios que deberían basarse en el estilo de compra o la reacción ante productos/ servicios y la presentación de los mismos.

Una farmacia tiene muchos clientes potenciales a los que podemos identificar, entre ellos los que por distancia cercanos a los hogares visitarían el local, repetirían las compras y con una máxima satisfacción, aquellos que se logran identificar por los hábitos, costumbres y necesidades.

4.2.9 Promoción

Se otorgará descuentos de hasta un 3% en las ventas de medicamentos, con el objetivo de fidelizar al cliente y posicionar en el mercado de manera rápida a la sucursal a crearse. En concordancia con el Estudio de mercado donde se estableció la estrategia publicitaria, se brindará un 3% de descuento a los clientes en compras, por tal motivo la empresa dejará de percibir este porcentaje en ingresos.

Nos permite incrementar las ventas a través de las actividades encaminadas a satisfacer las necesidades requeridas por las familias lojanas.

Estrategias:

Por el uso de 3 veces seguidas en el servicio se obsequiara 1 tableta de vitamina C.

- Por la compra de \$20 dólares se hará un descuento del 2%.
- Se obsequiara una camiseta a los 10 mejores clientes de cada mes.

Publicidad:

- Asistir a campañas médicas para que la farmacia pueda promocionarse, o eventos de salud donde pueda darse a conocer, y en la que se pueda entregarse material publicitario, como esferográficos, gorras, llaveros.
- Diseñar un programa de comunicación que incluya medios masivos y medios no convencionales para llegar al mercado objetivo.
- Diseñar un plan de promociones, para fidelizar a los clientes, como control de la presión y peso.

Promociones:



Figura 20 Promoción



Figura 21 Fanpage



Figura 22 Publicidad en redes sociales

4.3 Estudio técnico

Para ejecutar un proyecto de inversión, debe seguir un protocolo y una serie de pasos. Principalmente, debe estudiar las variables que afectan la viabilidad del proyecto. Los proyectos exitosos requieren investigaciones técnicas. Esta investigación se realizará cuando se complete la investigación de mercado. Esto proporciona la base para los cálculos financieros del proyecto y la valoración económica.

Un proyecto de inversión debe tener todas las diferentes herramientas para desarrollar un producto o servicio en investigación técnica.

Para hacerlo, es necesario realizar el proceso de elaboración con precisión y determinar la cantidad requerida de máquinas, equipos de producción y personal calificado.

Los aspectos relacionados con el diseño del proyecto poseen el mayor impacto en la cantidad de costo e inversión que deben realizarse durante la implementación del proyecto. Al analizar la viabilidad financiera de un proyecto, los estudios técnicos realizan funciones que proporcionan información que cuantifica la inversión y los costos operativos asociados.

Por lo tanto, una encuesta técnica le permitirá obtener los requisitos de equipos de la planta para la operación y la inversión correspondiente. El análisis de las propiedades mecánicas y técnicas de una máquina requiere el despliegue en la planta. Esto le permite determinar las necesidades del espacio físico y desarrollar operaciones de la manera habitual.

La estructura básica del estudio técnico se describe en detalle a continuación:

Para ejecutar un proyecto de inversión, debe seguir un protocolo y una serie de pasos. Principalmente, debe estudiar las variables que afectan la viabilidad del proyecto. Los proyectos exitosos requieren investigaciones técnicas. Esta investigación se realizará cuando se complete la investigación de mercado. Esto proporciona la base para los cálculos financieros del proyecto y la valoración económica.

Un proyecto de inversión debe tener todas las diferentes herramientas para desarrollar un producto o servicio en investigación técnica. Para hacerlo, es necesario realizar el proceso de elaboración con precisión y determinar la cantidad requerida de máquinas, equipos de producción y personal calificado.

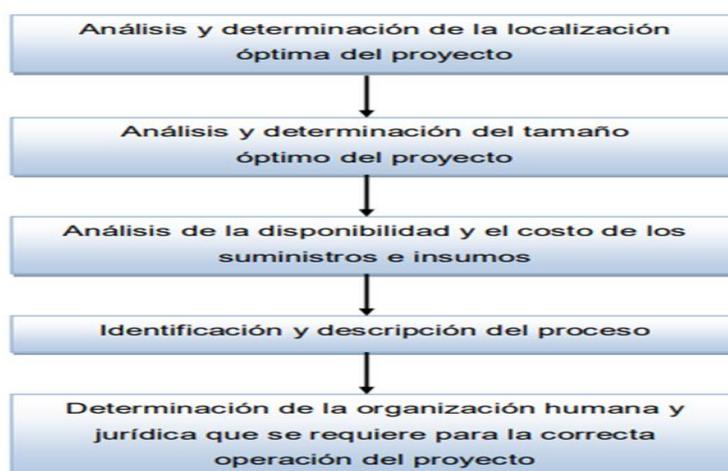


Figura 23 Componentes del estudio técnico

4.3.1 Dimensión y características

Tamaño del proyecto

Para llevar a cabo este proyecto, se pretende contar con la infraestructura para proporcionar comodidad a los residentes de este sector al comprar productos. Con el objetivo de cubrir y las nuevas ubicaciones de ventas para implementar en este sector, comenzaremos a tratar de expandir el área que proporciona la comodidad.

La comodidad que los clientes necesitan, en ellas se puede observar el plano de la planta de la Farmacia Juanita, las medidas del local son de 10 x 7 m², va contener un cuarto de descanso de 7.03 m², baño 5.89 m², área de medicina 38.08 m², área de atención y pago, pasillo clientes baño 12.92 m².

7.00

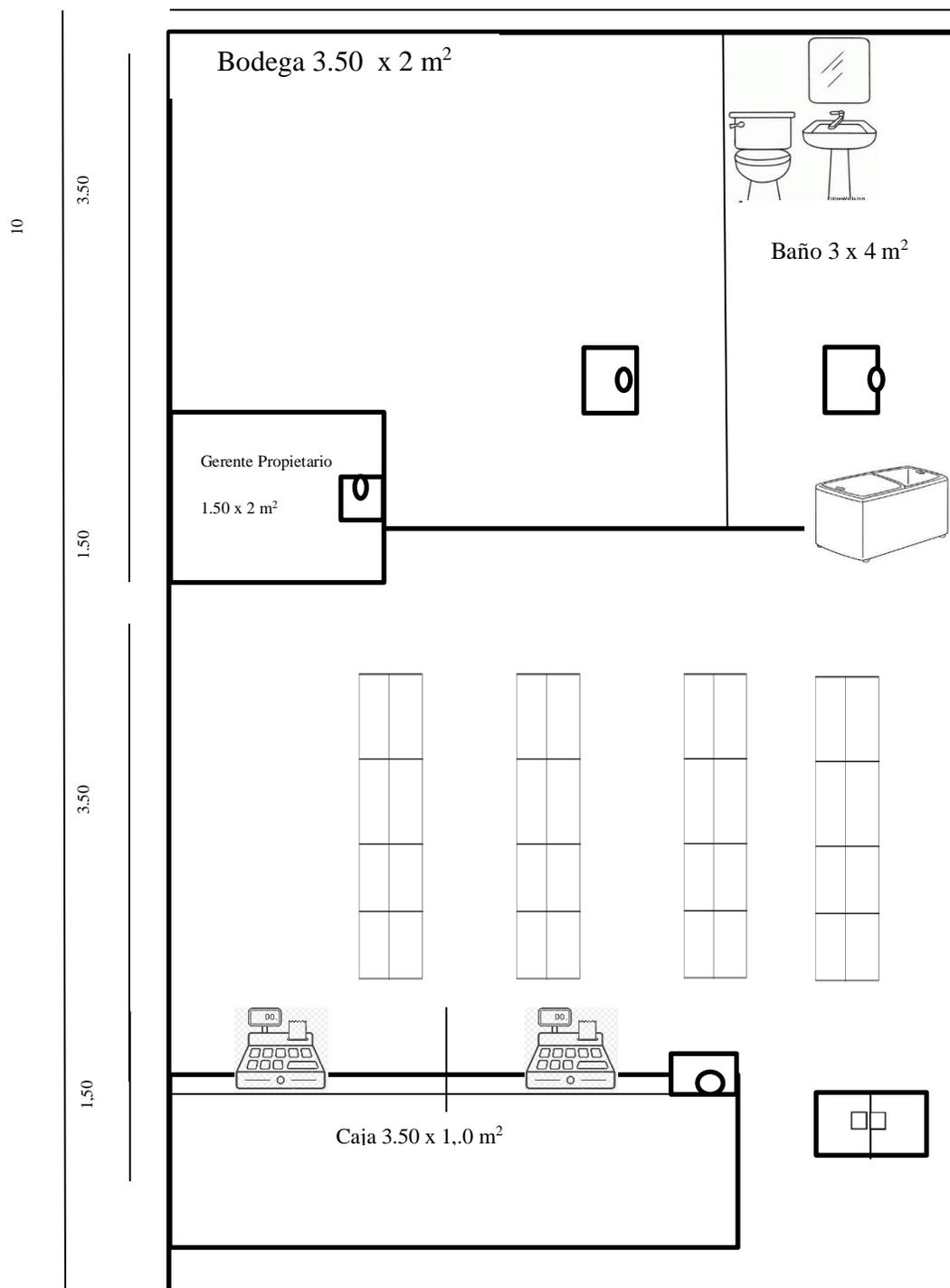


Figura 24 Planta de la Farmacia Juanita

Capacidad en ventas

Es la cantidad vendida o la cantidad apropiada por unidad de tiempo. En volúmenes de venta la farmacia estima recaudar USD \$35,000.00 al mes con todas las categorizaciones de productos y segmentos.

Capacidad real

Para ejecutar la implementación de la farmacia Juanita se tiene un local de 10 x 7 m² en el cual se dispondrán las vitrinas y muebles de manera organizada, cuatro perchas, aparte de esto tendrá un refrigerador para algunas medicinas, dos caja y otros elementos que contribuyan a la comodidad del establecimiento.

En la siguiente imagen se puede observar el modelo y distribución deseada para el proyecto.

Capacidad instalada

Las farmacias Juanita al incursionar en este sector y comenzar el funcionamiento no solo pretende atender a la población actual insatisfecha, sino que también tienen la capacidad de satisfacer las necesidades de los clientes que realizan compras convenientes. Se ha establecido que el 70% de la población estará cubierta en el primer año de ventas, y en año siguiente se completará esta cobertura con el 100% de la población desatendida. Con el objetivo de optimizar este espacio y cubrir las necesidades, se tiene una amplia cartera de productos que tiene una gran demanda de clientes, teniendo en cuenta la ligera reducción en el espacio donde se instala la farmacia Juanita.

Se especifica la siguiente tabla, todo lo relacionado con los activos con los que iniciará la Farmacia Juanita, dejando de lado los equipos y maquinarias, dado a que son elementos que se especifica en otros apartados; se limita que la información se presenta la siguiente tabla, que permitirá contribuir con el desarrollo del apartado financiero:

4.3.2 Localización del proyecto

El Proyecto de la creación de la farmacia Juanita estará ubicado geográficamente en el norte de la ciudad de Guayaquil perteneciente a la parroquia Pascuales, y estratégicamente en el sector Ciudadela Los Vergeles, con dirección exacta es la 4to Callejón 23 NE, Guayaquil de fácil acceso y parqueo, donde existe mayor afluencia de tráfico y existencia de negocios, locales comerciales de diferentes rubros.



Figura 25 Localización del proyecto

Adaptado de: (Google Maps, 2019)

4.3.3 Tecnología del proceso productivo

Proceso de producción: El proceso de producción que se aplicará en este punto de venta es el siguiente:

Gerente general: Estará encargado de la mercadería y logística para el abastecimiento óptimo de la farmacia Juanita.

Esto permite tener un control adecuado con las mercaderías y la logísticas de los productos farmacéuticos estén en buenas condiciones, es decir que los productos tenga registro sanitarios, tenga los productos fecha de elaboración y fecha de vencimiento para evitar pérdidas de dichos medicamentos.

Productos: Serán ofrecidos a los clientes un portafolio extenso de productos con diversos precios que sean competitivos en el sector.

Los productos son altamente calificados para el consumidor, para que no tenga sin ningún problema a la hora de tomar el medicamento, es muy importante informar al cliente que los productos son muy buenos con precios increíbles.

Clientes: La farmacia Juanita tendrá la disposición de prestar atención y servicios a toda clase de clientes, con el objetivo de satisfacer las necesidades de los mismos.

Los futuros clientes tendrán buenos beneficios a la hora de comprar productos farmacéuticos, la farmacia Juanita le brindará un buen servicio y le explicarán los precios exclusivos que siempre se le estarán informando que productos tiene descuentos y cuales no tienen descuentos para los clientes especiales.

Tabla 26

Recursos para el proceso productivo

Nombre del equipo	Proveedor	Valor	Características	Imagen
Perchas Metálicas	Star Staroffice	\$480.00	Fabricadas en madera y vidrio, para la distribución de medicamentos y productos varios (1.25 de alto x 1.15 de ancho)	
Refrigeradora Panorámica	Clinic Blue Cool	\$500.00	Este tipo de refrigeración panorámica tiene una refrigeración muy buena, para medicamentos, vacunas, entre otros.	
Vitrina Mostrador	Las Góndolas con sus perchas	\$600.00	Perchas para medicinas, son herméticas las vitrinas	
Computadoras	Novicompu	\$500.00	Equipo computacional para las gestiones de ventas, cuenta con una memoria, procesador para que instale el programa para cobrar la facturación del producto	
Impresora Epson Matricial	Novicompu	\$258.04	Solo para imprimir factura de las ventas de los productos, también sirve para imprimir el inventario.	
Pistola escaneadora	Novicompu	\$92.00	Escáner de pistola sirve para ingresar los productos vendidos.	

Tabla 29.
Característica de las computadoras a emplear

Equipo	Valor	Características	Imagen
Computadora	\$500	<p>Servidor</p> <p>Licencia: Microsoft Windows 10 Core i7</p> <p>Internet: Proveedor DirecTV, Wifi.</p> <p>Programa directo para farmacias: Neptuno1</p>	
Equipo Pistola escaneadora	\$92	<p>Características</p> <p>Scanner de marca NETUM; compatible con USB; Windows 10,</p>	<p>Imagen</p> 
Equipo Impresora Epson Matricial	\$258.04	<p>Características</p> <p>Impresora, compatible con USB; Windows 10,</p>	<p>Imagen</p> 
Equipo Círculo de seguridad	\$180	<p>Características</p> <p>Sistema de seguridad compatible con USB; Windows 10,</p>	<p>Imagen</p> 

La farmacia Juanita que se implementará contará con un sistema de tecnología avanzada (sistema NEPTUNO) que promueve el servicio al cliente más rápido y oportuno, y esta tecnología repone automáticamente los productos, de modo que los productos siempre se suministran de manera automática.

4.3.4 Ingeniería del proyecto

La facilidad de distribución y suministro proporcionada por el gerente y proveedores, y el diseño y ubicación del producto en la percha, permiten que la farmacia se use de manera eficiente, utilizando los recursos disponibles contados.

Lo que permite cuantificar los recursos económicos utilizados para el desarrollo, del gerentes, y con los proveedores que va a brindar apoyo mutuo, para que las mercaderías estén llena en la farmacia Juanita tenga sus perchas bien exhibidas, para que los clientes puedan comprar y se sienta satisfecho del servicio brindado.

La farmacia Juanita siempre estará dispuesto brindar mayor servicio a sus clientes que estén satisfecho en comprar productos farmacéuticos para el bienestar de los clientes y sus familiares, estén en buenas manos, gracias a ese manual podemos identificar los pasos que se va a realizar sea rápido y eficiente ala hora de atender unos o más clientes.

**Objetivo**

Agilizar las actividades diarias en la farmacia, indicar al personal que realice las tareas asignadas para evitar duplicaciones, y el proceso de compra sigue un proceso lógico y con la documentación necesaria para lograr excelentes resultados.

Alcance

Este manual es puesto en práctica diariamente por los departamentos involucrados en la compra desde la gestión financiera hasta el personal del almacén, y las actividades en esta área también están controladas por el manual.

Personal involucrado

Gerente general

Auxiliar farmacéutico

Procedimiento

- Objetivo

Determinar los procedimientos que deben seguirse para comprar, recibir y pagar los productos para garantizar el cumplimiento de las políticas de la farmacia.

- Alcance

Los procedimientos descritos en este documento llegan al proveedor, bodega, gestión contable y financiera de la farmacia.

- Detalle

1. Formular el pedido
2. Receptar el pedido
3. Verificación del pedido
4. Verificación de la factura
5. Se realiza el pago
6. Ingresar los productos al sistema
7. Colocar los productos en las perchas

Para todas las compras necesarias, se deben solicitar precios de entrada, bienes o servicios. La gerencia aprueba la oferta más adecuada para la farmacia y evalúa la relación entre precio, calidad, términos de venta, características de los proveedores y otros que, en opinión del evaluador, le brindan a la compañía mayores garantías y / o beneficios. Las compras autorizadas deben formalizarse con la creación de un pedido, especificando los términos acordados para la compra. El pedido firmado se envía al proveedor para la administración y no se puede cambiar más tarde sin la aprobación correspondiente.

Flujograma de procesos

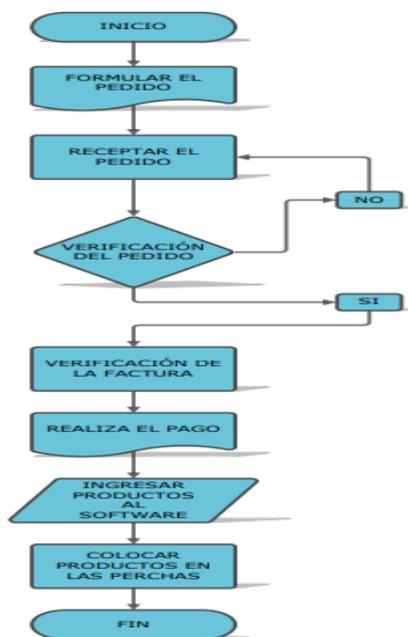


Figura 26 Compra de medicamentos

Realizado por:

Editado por:

Aprobado por:

**Objetivo**

Agilizar las actividades diarias en la farmacia, indicar al personal que realice las tareas asignadas para evitar duplicaciones, y el proceso de compra sigue un proceso lógico y con la documentación necesaria para lograr excelentes resultados.

Alcance

Este manual es puesto en práctica diariamente por los departamentos involucrados en la venta de desde la gestión financiera hasta el personal del almacén, y las actividades en esta área también están controladas por el manual.

Personal involucrado

Gerente general

Auxiliar farmacéutico

Procedimiento

- Objetivo

Determine los procedimientos que deben seguirse para vender productos farmacéuticos, recogerlos y analizar la cartera para garantizar el cumplimiento de las políticas administrativas.

- Alcance

Los procedimientos descritos en este documento llegan al auxiliar farmacéutico que es el que llevaría mayor tiempo dentro de las instalaciones.

- Detalle

1. Atención al cliente
2. Formula el pedido
3. Recepción de la receta
4. Verificación de productos y precios
5. Determinación de la cantidad de productos
6. Recibe dinero
7. Verifica la entrega de los productos
8. Entrega factura y producto

El proceso inicia con la llegada y atención al cliente al local, donde el asistente farmacéutico le tomara el pedido, mediante el sistema se verificara si existe stock, caso contrario se le comunicar al cliente si se tiene los medicamentos que solicita, posterior, se factura cada stock a través del sistema, el cliente entrega el dinero para poder entregar el producto, donde será verificado y se entregara la factura correspondiente.

Flujograma de procesos

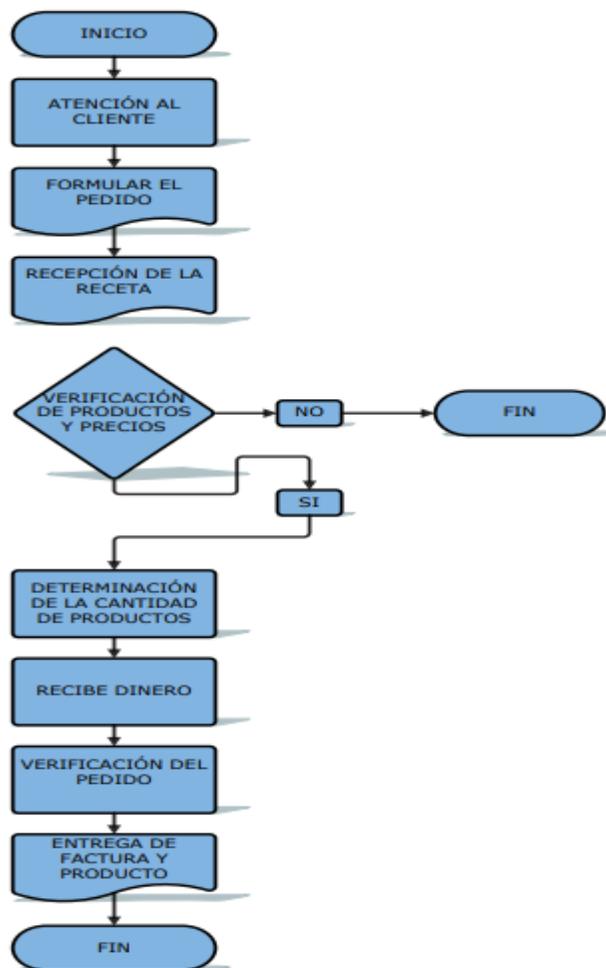


Figura 27 Proceso de venta

Realizado por:

Editado por:

Aprobado por:



Objetivo

Agilizar las actividades diarias en la farmacia, indicar al personal que realice las tareas asignadas para evitar duplicaciones, y el proceso de compra sigue un proceso lógico y con la documentación necesaria para lograr excelentes resultados.

Alcance

Este manual es puesto en práctica diariamente por los departamentos involucrados en la venta de desde la gestión financiera hasta el personal del almacén, y las actividades en esta área también están controladas por el manual.

Personal involucrado

Auxiliar farmacéutico

Procedimiento

- Objetivo

Determine los procedimientos que deben seguirse para almacenar los productos farmacéuticos, en la bodega o perchas respectivas.

- Alcance

Los procedimientos descritos en este documento llegan al auxiliar farmacéutico, dichas actividades constan en poner en orden los diversos ítem.

- Detalle
 1. Se verifica si el área está limpia
 2. Llegada del producto
 3. Verifica transporte y datos del proveedor
 4. Se verifica datos del producto
 5. Se verifican las cajas
 6. Se abren las cajas
 7. Se revisan los productos
 8. Se clasifican los medicamentos
 9. Se verifican cantidades solicitadas
 10. Se verifica fecha de vencimiento
 11. Se coloca medicamento en percha o bodega

El proceso de recepción comienza con la llegada de los proveedores al local. El gerente del recibe y revisa las políticas de transferencia y las facturas. Verifica que el pedido se haya ejecutado realmente por consulta, por teléfono (o en persona (si se encuentra) en el almacén) al comerciante, luego verifica los detalles del pedido; el personal de la empresa proveedora descarga los bienes en una ubicación específica o provisional y, en caso de que no se haya realizado el pedido, se genera un proceso de devolución de los bienes.

Después de que el personal del proveedor haya descargado el pedido, el gerente indica al auxiliar farmacéutico que ubique los productos en los estantes o, si están apilados, al final de este proceso si hay algún producto que todavía necesite estar en los estantes. Se almacenaran en bodega los productos sobrantes.

Finalmente, el auxiliar informa al gerente, que sella las pautas de referencia y facturación, sobre el cumplimiento del pedido.

Flujograma de procesos

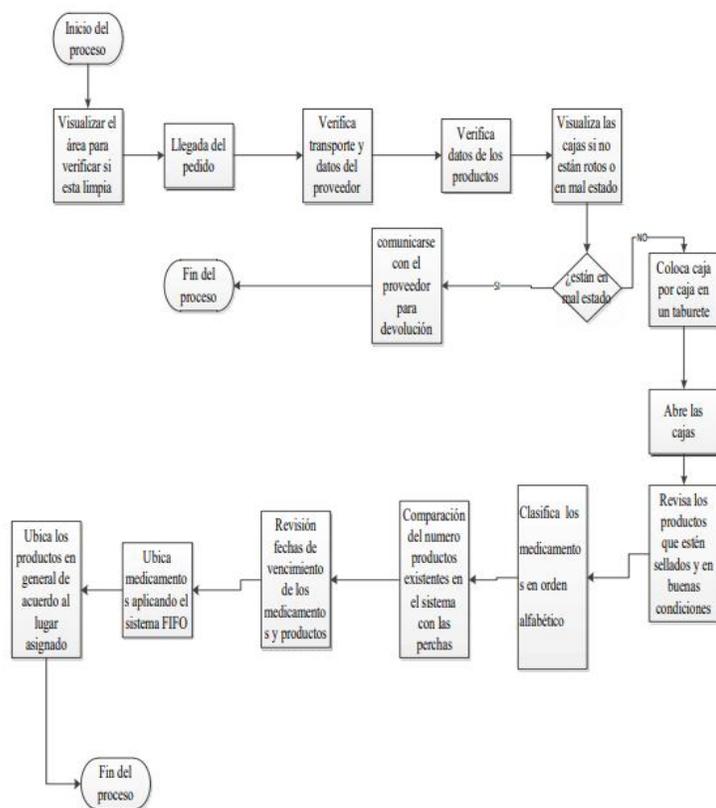


Figura 28 Proceso de clasificación de medicamentos

Figura 25 Proceso de clasificación de medicamentos

Nota: Adaptado por: Kevin Monar Ibarra (2019)

Realizado por:

Editado por:

Aprobado por:

4.3.5 Maquinaria y equipos

Se procederá a describir todas las máquinas y equipos que se va a requerir para que la Farmacia Juanita pueda funcionar de manera oportuna en el mercado de la Ciudadela de Los Vergeles, la cual se presenta de manera rápida de los recursos necesarios, la maquinaria y equipos necesarios para la farmacia Juanita son los siguientes:

Tabla 27

Producto de Computación

Proveedor	Producto/Servicio
Computron	2 Pc de escritorio
Computron	1 impresora de facturación
Edimca	Mostradores, perchas y escaparates
Coca-cola	Refrigeradora solo de los productos en gaseosas y bebidas
Seproamérica CIA. Ltda	3 cámaras de seguridad, alarma y monitoreo vía móvil
Explosión S.A	elaboración de letrero municipal, volantes publicitarios
Serigráfica Don Lucho	Elaboración de uniformes empresarial
Limpigen	Insumos para limpieza y aseo del local
Juan Marcet	Útiles de oficina
Imprenta Offiset	Impresión de facturas del local para el SRI
Almacenes Japón	Nevera exhibidora para medicamentos de conservación especial
Insuelectric	Servicio instalación eléctrico e iluminación
Netlife	Proveedor servicio de internet
Distribuidora Salazar	Productos cuidado y aseo personal, línea infantil/bebes

Para darle la forma física a la farmacia se contará con lo siguiente:

- Perchas metálicas para una colocación segura de la mercadería
- Mostrador adecuado para una buena atención del cliente
- Repisaros para la colocación de productos en oferta y promociones

- Vitrinas para exhibiciones de productos básicos de aseo.
- Monitores para registro de mercadería y facturación de la misma, etc.
- Datafast

Activos de la empresa

Tabla 28

Activos de la empresa

Activo	Proveedor 1	Proveedor 2	Proveedor 3
	Ferrisariato	MegaKiwiy	Almacén (Pyme)
Computadora	\$ 500.00	\$ 6,500.00	\$ 400.00
Impresora	\$ 200.00	\$ 299.00	\$ 100.00
Refrigeradora	\$ 500.00	\$ 250.00	\$ 100.00
Aire acondicionado	\$ 500.00	\$ 260.00	\$ 200.00
Teléfono	\$ 40.00	\$ 60.00	\$ 30.00
Luminarias	\$ 35.00	\$ 25.00	\$ 25.00
Dispensador / agua	\$ 25.00	\$ 30.00	\$ 20.00
Vitrina mostrador	\$ 600.00	\$ 800.00	\$ 500.00
Perchas metálicas	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 50.00
Escritorio	\$ 120.00	\$ 100.00	\$ 70.00
Silla de escritorio	\$ 25.00	\$ 60.00	\$ 50.00
Recolector de basura	\$ 50.00	\$ 70.00	\$ 40.00
Letrero luminoso	\$ 200.00	\$ 700.00	\$ 100.00
Tolda publicitaria	\$ 120.00	\$ 100.00	\$ 50.00
Banner con pedestal	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 40.00
Patente municipal	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00
Tasa habilitación Municipal	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00
Permiso sanitario	\$ 75.00	\$ 75.00	\$ 75.00

Tabla 29

Activos de la empresa 1

Cantidad	Activo	Precio unitario	Total
1	Computadora	\$ 500.00	\$ 500.00
1	Impresora	\$ 200.00	\$ 200.00
1	Refrigeradora	\$ 500.00	\$ 500.00
1	Aire acondicionado	\$ 500.00	\$ 500.00
1	Teléfono	\$ 40.00	\$ 40.00
10	Luminarias	\$ 35.00	\$ 350.00
1	Dispensador / agua	\$ 25.00	\$ 25.00
1	Vitrina mostrador	\$ 600.00	\$ 600.00
8	Perchas metálicas	\$ 60.00	\$ 480.00
1	Escritorio	\$ 120.00	\$ 120.00
1	Silla de escritorio	\$ 25.00	\$ 25.00
1	Recolector de basura	\$ 50.00	\$ 50.00
1	Letrero luminoso	\$ 200.00	\$ 200.00
1	Tolda publicitaria	\$ 120.00	\$ 120.00
1	Banner con pedestal	\$ 50.00	\$ 50.00
1	Patente municipal	\$ 100.00	\$ 100.00
1	Tasa habilitación Municipal	\$ 150.00	\$ 150.00
1	Permiso sanitario	\$ 75.00	\$ 75.00
			\$ 4,085.00

4.4 Estudio Administrativo

Es importante realizar un estudio administrativo donde se analice los diversos procesos de planificar, organizar, direccionar y controlar todas las actividades dentro de la empresa para el buen funcionamiento, crecimiento y mejoras de la misma.

El estudio administrativo del proyecto de grado de la farmacia Juanita es una gran herramienta que sirve para gestionar un buen proyecto administrativo para la empresa farmacéutica, este estudio administrativo coordina los elementos necesarios de la Farmacia Juanita.

Por una buena planificación estratégica por medios de cursos o capacitaciones sea a diarios, semanales, mensuales o anuales, se debe cumplir con los objetivos que tienen planteados en el proyecto de grado, con el paso del tiempo debe usar las herramientas para la estructura organizacional es decir la empresa farmacéutica, crear buenos perfiles.

Finalmente, muestra los aspectos legales, financieros, laborales y ambientales que cada organización debe considerar para iniciar las actividades o reorganizar las actividades ya definidas. (García, 2018)

Uno de los aspectos con menos consideración de la investigación de proyectos aborda las regulaciones organizacionales, de gestión, legales y ambientales, que son elementos de las aplicaciones de gestión que incluyen la planificación estratégica, la estructura organizativa, los aspectos legales, financieros y laborales de la investigación de gestión. Eso es Los aspectos que la nueva compañía debe tener en cuenta para el establecimiento, como el establecimiento del método, el proceso de selección, la implementación, etc., se dan a los nuevos empleados requeridos para la aprobación.

El proyecto de grado de la Farmacia Juanita brinda una información real de las organizaciones que tiene un ambiente agradable para los futuros clientes, tener los trámites legales en orden.

Los elementos necesarios se conforman por la investigación administrativa, es para el desarrollo de proyectos de inversión de acuerdo a la Farmacia que se va a realizar: Autor Anzola (2002)

4.4.1 Análisis situacional

El éxito de funcionar correctamente en una organización se debe a las personas que trabajan en la organización. Porque cada dedicación puede cumplir la misión, visión o propósito de la organización. Es importante realizar un estudio administrativo donde se analice los diversos procesos de planificar, organizar, direccionar y controlar todas las actividades dentro de la empresa para el buen funcionamiento, crecimiento y mejoras de la misma.

Como toda empresa debe tener bien definido la misión, visión y valores como parte de la identidad y a la vez dar a conocer a los empleados. La gestión de compra es parte de la tarea de planificación por parte del titular o administrador de la farmacia la persona encargada de funciones y responsabilidades por el buen funcionamiento del negocio, así mismo también planifica la gestión del stock mediante un programa informático.

El administrador farmacéutico de la farmacia Juanita se planteará dentro de la planificación cómo realizar la negociación con los proveedores de manera eficaz para el negocio, que a la vez siempre debe estar enfocado hacia el cliente. También dentro de las funciones está el elaborar un plan de ventas a través del cual llegar a un plan de compras que dé notoriedad y dinamice las ventas.

El resto de los proveedores también deben estudiarse, seleccionando aquellos óptimos según los criterios referenciados anteriormente y añadiendo otros como pueden ser: la especialización de la farmacia, la calidad del producto, la selectividad del producto, la facilidad de compra y servicios post venta, el histórico de facturación, los medios para incrementar la rotación y las condiciones comerciales.

Misión

Ofrecer productos farmacéuticos especializados en cuidar la salud y ayudar a mejorar la calidad de vida de los clientes.

Visión

Lograr la aceptación por parte de la comunidad para posicionarnos como la mejor farmacia del sector en cuanto a surtido de productos en medicina, productos parafarmacias y multiservicios adicionales.

Valores institucionales

Honestidad: Sinceridad absoluta se extiende cuando los productos se venden en buenas condiciones y buena presentación, y a precios accesibles.

Trabajo en equipo: Facilitar la cooperación y colaboración de todos los que forman parte de la farmacia Juanita.

Respeto: En primer lugar, reflejar el trato especial de los clientes y respetar el trabajo y la propia honestidad.

Responsabilidad: Compromiso completo con el cumplimiento del trabajo y las obligaciones y la responsabilidad social.

Servicio al cliente: Brindar la atención adecuada y proporcionar un nivel suficiente de satisfacción del cliente

Ética: Priorizar las buenas prácticas morales que no comprometan la institución o la identidad del mismo colaborador.

Estrategias de marketing

Se optará por implementar diversas estrategias de marketing según el objetivo que se busca cumplir tratándose de un negocio nuevo donde se pretende introducción al sector, aceptación y posicionamiento, a continuación, detalladas:

Estrategia de producto

Se dispondrá de un surtido de medicamentos con el que se va a comercializar, se escogerá las marcas más vendidas de mayor rotación, credibilidad y solicitadas por los clientes, que son suministradas por los laboratorios que hagan rentable nuestra gestión. Así mismo, se pedirá productos de las otras categorías como bebidas y gaseosas de mayor consumo, de cuidado e higiene personal de marcas más vendidas y pedidas, de la línea infantil y bebe más comerciales y vendidas.

Estrategia de precio

Se establecerá precios que vayan a la par con los de la competencia con un mínimo de diferencia en centavos, esto con la doble finalidad de, por un lado, trabajar con unos precios que sean competitivos según la competencia y el tipo de cliente (huyendo de guerras de precios que nunca se ganan) y, por otro, mantener márgenes que nos permitan tener beneficios.

Estrategia de promoción

En la farmacia tienen que ocurrir acontecimientos que despierten el interés del cliente. Dependiendo de la temporada, los productos estacionales pueden y deben estar animados, promocionados, destacados. Cada promoción debe contar con una temática, un motivo y dejar claros los beneficios de los productos protagonistas.

Estrategia de merchadising

Se refiere a la exposición o exhibición para dar a conocer los productos. El objetivo es que el cliente pueda ver de manera rápida y sencilla toda nuestra oferta de productos, ayudarlo a seleccionar según las necesidades y aumentando el recorrido del cliente en la farmacia y para ello se contara con atractivos escaparates, vitrinas, mostradores y perchas.

Estrategia de prescripción

Se considera el consejo como el elemento que diferencia una farmacia de cualquier otro establecimiento.

Muchos clientes suelen acudir a la misma farmacia para que el vendedor farmacéutico pueda aconsejarlo sobre los productos y servicios que necesita, claro está que la persona debe estar capacitada y tener conocimientos básicos de medicamentos básicos que este pueda sugerir, comparar. Es un elemento clave en el proceso de compra.

Organigrama

Consiste en bloques que representan ubicaciones dentro de la organización y representan niveles jerárquicos a través de líneas, canales de poder y responsabilidad.

Deben ser claros, no deben escribir los nombres de las personas que ocupan este puesto, no deben ser demasiado largos o complejos, y solo deben mostrar la estructura de la organización operativa de la empresa.

Política Sistema de Gestión de Calidad

Está orientado a la consecución de la satisfacción de las necesidades y expectativas de los clientes, y con la implantación, nuestra organización adoptará los siguientes compromisos:

1. Llevar a cabo la actividad de acuerdo con los requisitos marcados por el sistema de gestión de manera consistente y sistemáticamente.
2. Cumplir con los requisitos de la norma gestión de calidad.
3. Cumplir con los requisitos legales y normativos que le sean de aplicación a la actividad.
4. Implementar el sistema de gestión de manera continua.

Reglamento Interno

Política para la empresa:

1. Disponer de un local que reúna las condiciones que se requieren para el funcionamiento del giro comercial de que se trate y cuente con aprobación de la Municipalidad de Guayaquil.
2. Disponer de toda la documentación en regla en cuanto a creación de la empresa en el registro mercantil y en el SRI.
3. Cumplir con los permisos, tasas y certificaciones pertinentes para el funcionamiento con las entidades encargadas de esa gestión como la Municipalidad.
4. Cumplir con los permisos establecidos por el Cuerpo de Bomberos relacionados a sistemas contra incendios y seguridad industrial.

5. Cumplir con los respectivos permisos de funcionamiento sujetos a control y vigilancia sanitaria autorizados y proporcionados por el ARCSA.
6. Cumplir con un responsable técnico profesionalizado como farmacéutico, farmacobiólogo, químico para la farmacia debidamente registrado en el Ministerio de Salud Pública y a la vez será registrado en el ARCSA.
7. Cumplir con las normativas de Seguridad y Salud Ocupacional aprobadas por el Ministerio de Relaciones Laborales y el IESS en conjunto con Riesgo de Trabajo.
8. Cumplir con los permisos de Patente Comercial para todo tipo de empresas, negocios y establecimientos otorgados por el Municipio.
9. Cumplir con las normativas de afiliación como patrono y afiliación al personal por parte del IESS (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social).
10. Disponer de Certificado de buenas prácticas de dispensación de medicamentos.
11. Disponer de Licencias de Estupefacientes y Psicotrópicos emitida por el Instituto Nacional de Higiene Leopoldo Izquieta Pérez.
12. Farmacia Juanita se obliga a contar con un botiquín dentro del local para una atención básica de primeros auxilios.

Política para los clientes:

1. Exponder productos en medicamentos y productos parafarmacias en buen estado y óptima calidad.
2. Lograr la máxima satisfacción de la compra mediante un buen trato y atención rápida en el momento de la compra.

3. Atención oportuna en el momento de las transacciones de pagos de servicios básicos y generales
4. Entregar la factura como constancia de la compra y pago del mismo, siendo el único medio para futuras devoluciones e inconvenientes con el producto en caso de que ocurriese.
5. Brindar seguridad de la integridad en el momento de visitar el establecimiento.
6. Ofrecer los productos con precios estimados en el mercado y no exagerados.
7. Darle a conocer al cliente de las promociones y ofertas del momento.
8. En el proceso de compra al pago respectivo darle el vuelto completo en caso de que se requiera, hay clientes que si llevan el dinero justo para la compra.
9. Recomendar al cliente de productos relacionados que necesite y le sirvan para resultados efectivos más efectivos.
10. Dotar la farmacia de detalles para mejorar la comodidad y bienestar del cliente/paciente.
11. Dotar de una buena iluminación, orden, limpieza y pulcritud en la farmacia como carta de presentación hacia los clientes.

Política para los proveedores:

1. Cumplir con los tiempos de entrega a tiempo oportuno para el abastecimiento de los productos.
2. Que los medicamentos de marca contengan las propias presentaciones, sellado, fecha de caducidad, registro sanitario y permisos legales de ser originales y no imitaciones.

3. Que los medicamentos genéricos contengan las propias presentaciones, sellado, fecha de caducidad, registro sanitario y permisos legales de ser originales y no imitaciones.
4. Se seleccionará los proveedores por lo que la rentabilidad de la farmacia exige reducir el surtido.
5. Contar de un proveedor fundamental al que siempre se le compra más del 50% del total de los productos, que es el mayorista.
6. Se negociará políticas de precio par conveniencia de ambos.
7. Se establecerá plazos de pagos respetado por ambas partes.
8. El proveedor dotara de material pop, publicidad PLV. Lineal, góndolas, mostradores, para mercadear la marca, producto como apoyo al marketing interno de la farmacia.
9. El laboratorio otorgara descuentos de acuerdo al nivel de compromisos de ventas de la farmacia (fijos y/o *rappels*.)
10. Capacitación por parte de los laboratorios de los productos hacia el personal con el fin de actualizar conocimientos de lo que venden.

Política para los colaboradores:

1. Establecer como filosofía de trabajo la no discriminación de capacidades físicas, raza, género, religión, ideologías políticas o situación económica.
2. Previo al proceso de aspirante cumplir con las debidas pruebas, evaluaciones de actitudes y conocimientos exigidos por la Gerencia.

3. Todo nuevo colaborador que ingrese a trabajar en farmacia Juanita deberá adjuntar exámenes preocupacionales, para evitar futuras enfermedades profesionales o denominadas también laborales y ocupacionales.
4. Afiliación al IESS desde el primer día de trabajo en la Farmacia Juanita.
5. Contrato individual bajo dependencia laboral con todos los beneficios de Ley.
6. Proveer de uniforme como identidad propia de la marca de la empresa.
7. La disposición de horario de trabajo será de 8:30 a 12am y de 2 a pm (primera jornada) y de 5 a 10pm (segunda jornada) de lunes a viernes incluido sábados, y domingo de 8 a 2pm.
8. Garantizar la salud del colaborador cumpliendo con normativas de higiene y seguridades dentro del ambiente de trabajo.
9. Promover bonificaciones por cumplimiento de metas mensuales.
10. Garantizar la vida del colaborador con pólizas, seguros contra accidentes y con sistemas de cámaras

Tipos de Sociedad

Farmacia Juanita será del tipo sociedad anónima cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de las acciones.

4.4.2 Organigrama Institucional

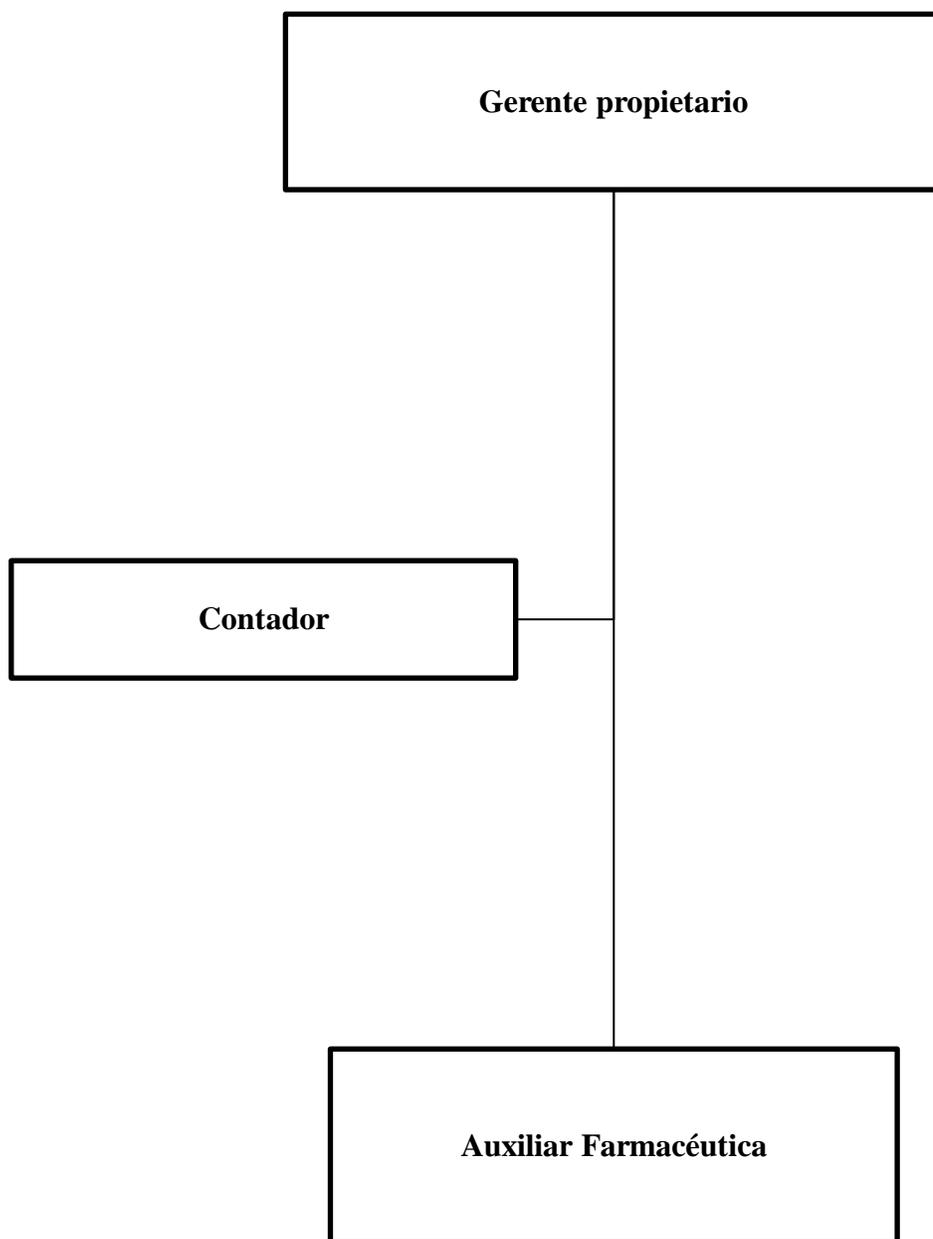


Figura 29 Organigrama Institucional

4.4.3 Funciones del talento humano

Manual y Profesiograma

Manual Gerente Propietario

Tabla 30

Manual Gerente propietario



Denominación del puesto	Gerente Propietario
Dependencia Jerárquica	Es el responsable legal de la empresa y vela por el cumplimiento de todos los requisitos legales de la empresa que puedan impactar los negocios y operaciones.
Horarios	08 H 00 am a 12 H 00 pm y 17 H 00 pm a 21 H 00 pm, son de lunes a domingos, en este horario podrá estar tanto en la oficina, como fuera de ella realizando gestiones.
Funciones específicas	<ul style="list-style-type: none"> • Responsable del funcionamiento de los diversos aspectos de la farmacia • Análisis de mercado del sector farmacéutico • Presentar para aprobación, los planes de desarrollo a corto, mediano y largo plazo • Representar a la empresa como persona jurídica y autorizar
Remuneración Categoría profesional	La remuneración será USD 800 más beneficios de ley Ingenieros o Licenciados. Personal de alta dirección, es decir, administrativos, o área de salud, competencia. Licenciados bioquímicos
Requisitos	Experiencia de 3 años en el sector farmacéutico, disponibilidad para viajar, proactivo, edad de 25 a 35 años, gerente administrativo.
Formación académica	Alta

Manual Contador

Tabla 31

Manual Contador



Φαρμακεία Πανεπιστημίου

Denominación del puesto	Contador
Dependencia Jerárquica	<p>Será la persona encargada de velar por los intereses financieros y económicos de la empresa, será contratado bajo el esquema de servicios profesionales con facturación, ya que trabajará de forma externa y la presencia será cuando lo amerite.</p>
Horarios	<p>Se debe realizar cada mes 8 horas de trabajo</p>
Funciones específicas	<ul style="list-style-type: none"> • Documentar informes financieros para los clientes. • Revisar los libros contables de los clientes • Analizar las ganancias y los gastos • Elaborar el balance de los libros financieros. • Redactar informes sobre el estado financiero de los clientes
Remuneración	<p>La remuneración será de USD 50 servicios profesionales por facturación.</p>
Categoría profesional	<p>Ingeniero, licenciado o tecnólogo en contabilidad y auditoría. Competencia, aptitud y actitud.</p>
Requisitos	<p>Capacidad para trabajar en el área financiera, experiencia de 2 años en auditoría externa</p>
Formación académica	<p>Media</p>

Manual Auxiliar farmacéutico

Tabla 32

Manual Auxiliar farmacéutico



Farmacia Juanita

Denominación del puesto	Auxiliar Farmacéutico
Dependencia jerárquica	El auxiliar deberá trabajar constantemente con el farmacéutico profesional y un equipo de especialista a la vez que cumple varias funciones: interpretación de las recetas médicas, disposición de medicamentos, facturación, control de Stock y pedidos a las droguerías
Horarios	07 H 00 am a 13 H 00 pm y 14 H 00 a 20 h 00 pm de Lunes a Domingos
Funciones específicas	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar facturación de medicamentos • Interpretar las recetas médicas • Control de Stock • Pedidos de medicamentos • Atención al cliente
Remuneración	La remuneración del auxiliar farmacéutico es de 500 con beneficios de ley
Categoría profesional	Auxiliar en farmacología, Tecnólogo en farmacia, Tecnólogo bioquímico, Aptitud para la atención al cliente, Buena actitud
Requisitos	Capacidad de trabajar en equipo, responsabilidad, habilidades informáticas, habilidad para seguir procedimientos de laboratorio
Formación académica	Media

Profesiograma
Gerente propietario

Tabla 33

Profesiograma Gerente propietario

		Profesiograma				
Categoría	Factores	1	2	3	4	
Datos objetivos	Nivel académico				X	
	Experiencia administración en farmacia				X	
	Conocimiento de farmacias				X	
	Capacidad de trabajo en equipo				X	
	Conocimiento de computación			X		
	Conocimiento técnico de farmacología				X	
	Conocimientos contables y financieros básicos			X		
Datos psicológicos	Habilidades específicas para el cargo			X		
	Motivación para dirigir			X		
	Dotes de psicología			X		
	Capacidad para administrar y liderar			X		
	Capacidad de comunicación				X	
	Capacidad de organización				X	
	Capacidad de delegar			X		
	Capacidad de escucha				X	
	Orientación al cliente				X	
	Resolución de problemas			X		
	Orientación a resultados			X		
	Rasgos psicológicos y personalidad	Comportamiento	Líder nato			X
			Responsable			X
Proactivo					X	
Puntual					X	
Exigente					X	
Integrador					X	
Respetuoso					X	
Búsqueda de mejora continua					X	
Sociabilidad		Incentiva al crecimiento			X	
		Incentiva al trabajo en equipo			X	
		Sociable			X	
		Cooperador			X	
Otros aspectos		Valores			X	
		Buena presencia			X	
	Empático			X		
1: Poco						
2: Regular (media)						
3: Favorable						
4: Muy buena						

Contador

Tabla 34

Profesiograma Contador

		Profesiograma				
Categoría	Factores	1	2	3	4	
Datos objetivos	Nivel académico				X	
	Experiencia administración en farmacia				X	
	Conocimiento de farmacias				X	
	Capacidad de trabajo en equipo				X	
	Conocimiento de computación (word; excel; Power Point)			X		
	Manejo de Kardex				X	
	Conocimiento técnico de farmacología				X	
	Cursos realizados de farmacia			X		
	Taller de farmacia				X	
	Ingreso de mercadería				X	
Datos psicológicos	Emisión de facturas manuales			X		
	Habilidades específicas para el cargo			X		
	Motivación para dirigir				X	
	Dotes de psicología			X		
	Capacidad para administrar y liderar				X	
	Capacidad de comunicación				X	
	Capacidad de organización				X	
	Capacidad de delegar			X		
	Capacidad de escucha				X	
	Orientación al cliente				X	
Resolución de problemas			X			
Orientación a resultados			X			
Rasgos psicológicos y personalidad	Comportamiento	Líder nato				X
		Responsable			X	X
		Proactivo				X
		Puntual				X
		Exigente			X	
		Integrador				X
		Respetuoso				X
	Sociabilidad	Búsqueda de mejora continua			X	
		Incentiva al crecimiento			X	
		Incentiva al trabajo en equipo				X
	Otros aspectos	Sociable				X
		Cooperador				X
		Valores				X
	Buena presencia				X	
	Empático			X		

1: Poco
2: Regular (media)
3: Favorable
4: Muy buena

Auxiliar de Farmacia

Tabla 35

Profesiograma Auxiliar de farmacia

		Profesiograma				
Categoría	Factores	1	2	3	4	
Datos objetivos	Nivel académico				X	
	Conocimiento de farmacias				X	
	Capacidad de trabajo en equipo				X	
	Conocimiento de computación (word; excel; Power Point)			X		
	Conocimiento técnico de farmacología				X	
	Cursos realizados de farmacia			X		
	Taller de farmacia				X	
	Ingreso de mercadería				X	
	Emisión de facturas manuales			X		
	Habilidades específicas para el cargo			X		
Datos psicológicos	Motivación para dirigir				X	
	Capacidad de comunicación				X	
	Capacidad de organización				X	
	Capacidad de escucha				X	
	Orientación al cliente				X	
	Resolución de problemas			X		
	Orientación a resultados			X		
Rasgos psicológicos y personalidad	Comportamiento	Responsable			X	X
		Proactivo				X
		Puntual				X
		Exigente			X	
		Respetuoso				X
	Sociabilidad	Incentiva al crecimiento			X	
		Incentiva al trabajo en equipo				X
		Sociable				X
	Otros aspectos	Cooperador				X
		Valores				X
Buena presencia					X	
	Empático			X		
1: Poco						
2: Regular (media)						
3: Favorable						
4: Muy buena						

Proceso de reclutamiento de personal

Diagrama de reclutamiento de personal

Se muestra a continuación el proceso en el que incurrirá el proceso de selección de personal:

- **Objetivo**

Como objetivo del proceso de reclutamiento se establece que: Identificar a los postulantes más idóneos para la fase de selección, donde se determinarán quiénes califican para cada cargo ofertado.

- **Alcance**

El reclutamiento iniciará desde el momento en que se establece la fecha de inicio, y se considerará la difusión de la información dentro de la ciudad de Guayaquil preferencialmente.

- **Políticas propias del procedimiento**

- La gerente encargada será la persona en realizar la revisión de las hojas de vida de los postulantes, teniendo claro para cada área o responsabilidad las habilidades, experiencias y formación de los postulantes.
- Se deberá definir y hacer cumplir las fechas de recepción de las hojas de vida.
- Se almacenará la información de los postulantes como parte del archivo de contingencia para el establecimiento y que sirva para el futuro.
- Se dejarán en claro las funciones y responsabilidades de cada postulante con base al perfil y cargo a ofrecer.

Descripción del proceso reclutamiento de personal

- **Reclutamiento:** Este proceso es el previo a la selección de los postulantes que pasaran a formar parte de la Farmacia Juanita, se tomaran mucho en consideración los perfiles más idóneos para que pasen a la fase de selección:

Descripción:

1. Previamente a la apertura de la Farmacia Juanita, se determinará con base al organigrama previamente definido las vacantes disponibles.
2. Se procederá con la difusión de la oferta de empleo mediante los recursos más idóneos y de mejor alcance tales como los medios impresos (periódicos), redes sociales y en las afueras del establecimiento.
3. Socializada y difundida la información, se procederá a espera la recepción de las hojas de vida de los postulantes.
4. Se receptorán las hojas de vida en los predios de la farmacia.
5. Se revisará previamente la información de los postulantes en sus hojas de vida.
6. Se notificará la fecha y hora de las entrevistas a realizarse para con ello determinar el día de la selección.

Proceso de selección de personal

Diagrama de selección de personal

Concluido con el proceso de reclutamiento, se da inicio a la etapa de selección de personal, que abarca lo definido en el siguiente diagrama:

- **Objetivo**

El objetivo de la selección se determina que será: Disponer de personal completamente preparado para cumplir con los requerimientos demandados por el empleador, comprometiéndose con el logro de los objetivos y metas del mismo.

- **Alcance**

La selección del personal abarcará exclusivamente dentro de la ciudad de Guayaquil, en el horario previamente establecido.

- **Políticas propias del procedimiento**

- El personal contratado deberá tener inmediata predisposición para iniciar con sus labores según la fecha establecida.
- El empleado ya contratado deberá acogerse a los requerimientos internos para el cumplimiento de las políticas y normas establecidas para la Farmacia Juanita.

Descripción del proceso selección de personal:

El proceso de selección se agilizará gracias al previo filtro que se efectuó a través del reclutamiento de personal, constante dentro de este proceso el siguiente detalle:

1. Se presentará a cada candidato según el área al que haya aplicado, los detalles respecto al cargo y responsabilidades del puesto, esto con el objetivo de identificar su completa familiarización o previa familiarización con el mismo.
2. El detalle de la oferta laboral abarcará el tema del sueldo básico y todos los derechos de ley al que se acogerán estos postulantes.
3. Los postulantes tendrán la oportunidad de revisar a detalle toda la información antes de aceptar o no el puesto de trabajo.
4. De aceptar, cada postulante tendrá de manera inmediata que firmar el contrato con el respectivo derecho a la revisión en su totalidad del mismo.
5. Se agilizará toda la documentación respectiva que abarcará la empresa por razón de dependencia del candidato.

Planificación de recursos humanos: las organizaciones que no planifican recursos humanos pueden descubrir que no cumplen con los requisitos de recursos humanos o con objetivos comunes. Este plan lo ayudará a comprender cuántas personas necesitan un proyecto de inversión y qué habilidades específicas tiene cada puesto.

Reclutamiento: este elemento es proporcionar a la empresa un número suficiente de candidatos por un período de tiempo para eliminar talentos que cumplan con los requisitos para llenar las vacantes. Los medios de empleo son periódicos, radio, televisión, folletos, etc.

Selección de personal: es la selección de la persona que se ajusta al puesto y el precio correspondiente. Además, esta opción no solo permite a los empleados realizar las tareas, sino que también aumenta las habilidades potenciales y la satisfacción. También lo es la comunidad que trabaja para contribuir al propósito de la organización, la búsqueda de empleo y las entrevistas. La persona a cargo, la prueba psicológica, la prueba física, la prueba de habilidad y, en algunos casos, la pregunta de quién pronto será el jefe y, en última instancia, el que alquilará. Para desarrollar un proyecto de inversión, debe proponer una estructura adecuada para seleccionar los recursos humanos necesarios para llevar a cabo las actividades de la empresa.

Capacitación y desarrollo: estos elementos están diseñados para mantener o mejorar el desempeño de los empleados actuales o futuros, todos los cuales están destinados a realizar las actividades del personal de manera efectiva y eficiente.

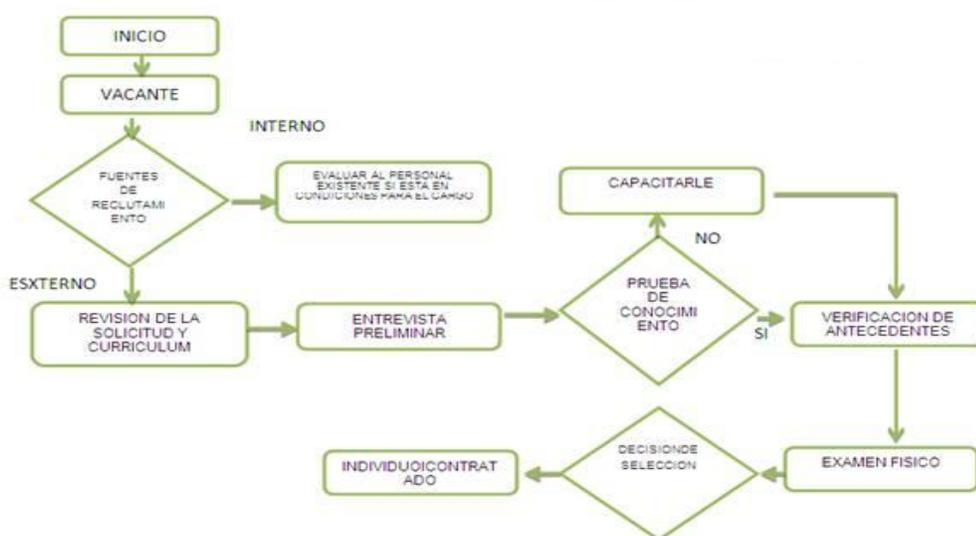


Figura 30 Organigrama de la empresa

1. Como primer punto en el proceso de reclutamiento, podemos ver la aparición de la vacante en el gráfico de arriba. Tan pronto como se introduce un departamento, hay una vacante, ya sea por renuncia, al aumentar el volumen de trabajo o por retiro, renuncia, etc. Debe completar un formulario de solicitud que debe presentarse al departamento de Recursos Humanos.
2. Realmente necesita contratar a un trabajador, así que busque fuentes de reclutamiento internas o externas. Si el puesto es interno, se evalúa al personal y si está en el puesto o se busca de fuentes externas.
3. La precisión de la información proporcionada por la investigación económica y social, en función de la experiencia, el nivel y el puesto a ocupar, así como el costo. Dependiendo de si se aprueba el trabajo, se requiere una entrevista estructurada para el solicitante.
4. Las pruebas son herramientas para evaluar la compatibilidad entre los solicitantes y los requisitos del puesto para que puedan tomar una mejor decisión al elegir al mejor candidato. Si el candidato no tiene conocimiento del papel que desempeñará, debe estar capacitado. La verificación de datos y referencias debe usarse para verificar la exactitud de la información proporcionada.
5. La empresa debe verificar la salud de un solicitante por muchas razones, que incluyen: debido a una enfermedad o condición infecciosa que puede conducir a un accidente o lesión con el tiempo. Por ejemplo, el caso de un candidato que tiene problemas cardíacos y decide una posición en la que está expuesto a un estrés severo.

Proceso de contratación de personal

Diagrama de contratación de personal

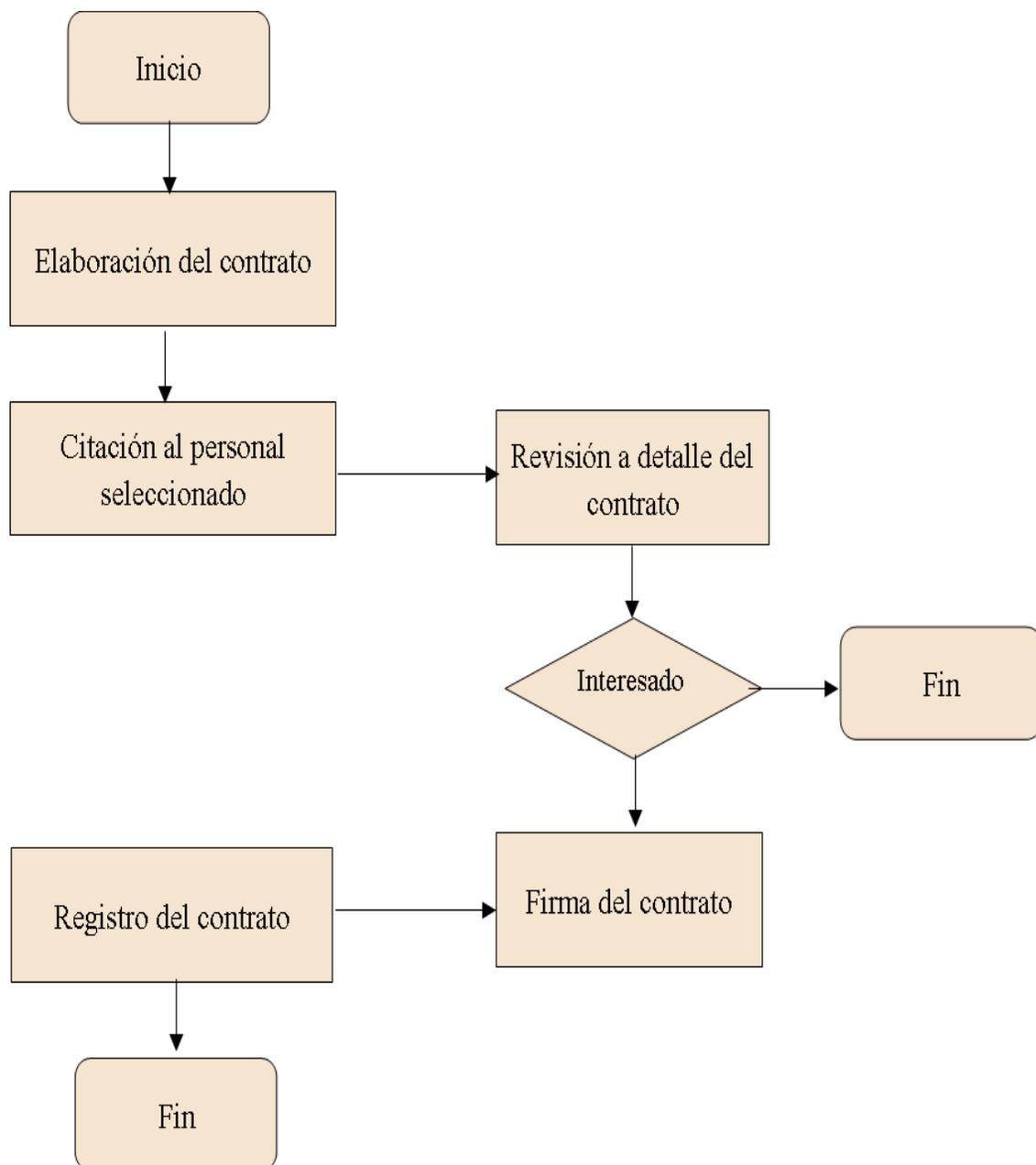


Figura 31 Proceso de clasificación de medicamentos

Descripción del proceso contratación de personal:

La contratación de personal se abarcará bajo los siguientes pasos o procedimientos:

1. Se elaborará el contrato para su socialización con los postulantes seleccionados previamente.
2. Se cita a los postulantes a las instalaciones de la Farmacia Juanita para que logren revisar detalladamente el contrato.
3. El interesado quién tendrá la última palabra determinará si las cláusulas del contrato cumplen sus expectativas o no para dar una respuesta.
4. El postulante en caso de decidirse por tomar el puesto de trabajo firmará el contrato.
5. Se registrará el contrato con relación de dependencia.

- Políticas propias del procedimiento

- El contrato deberá ser leído de manera minuciosa a fin de evitar malos entendidos.
- El personal contratado deberá tener inmediata predisposición para iniciar con sus labores según la fecha establecida.
- El empleado ya contratado deberá acogerse a los requerimientos internos para el cumplimiento de las políticas y normas establecidas para la Farmacia Juanita.
- El contrato se estipula por un lapso mínimo de 3 meses que corresponderá al tiempo de prueba, y pasa de largo a la siguiente fase.

- **Objetivo**

Contratar al personal apto para el desarrollo de las actividades según el cargo al cual haya aplicado, garantizando su predisposición en el cargo para mantener la calidad de la farmacia, productos y servicios que se oferten.

- **Alcance**

La contratación del personal se llevará a cabo en las instalaciones de la Farmacia Juanita.

Diagrama de introducción de personal

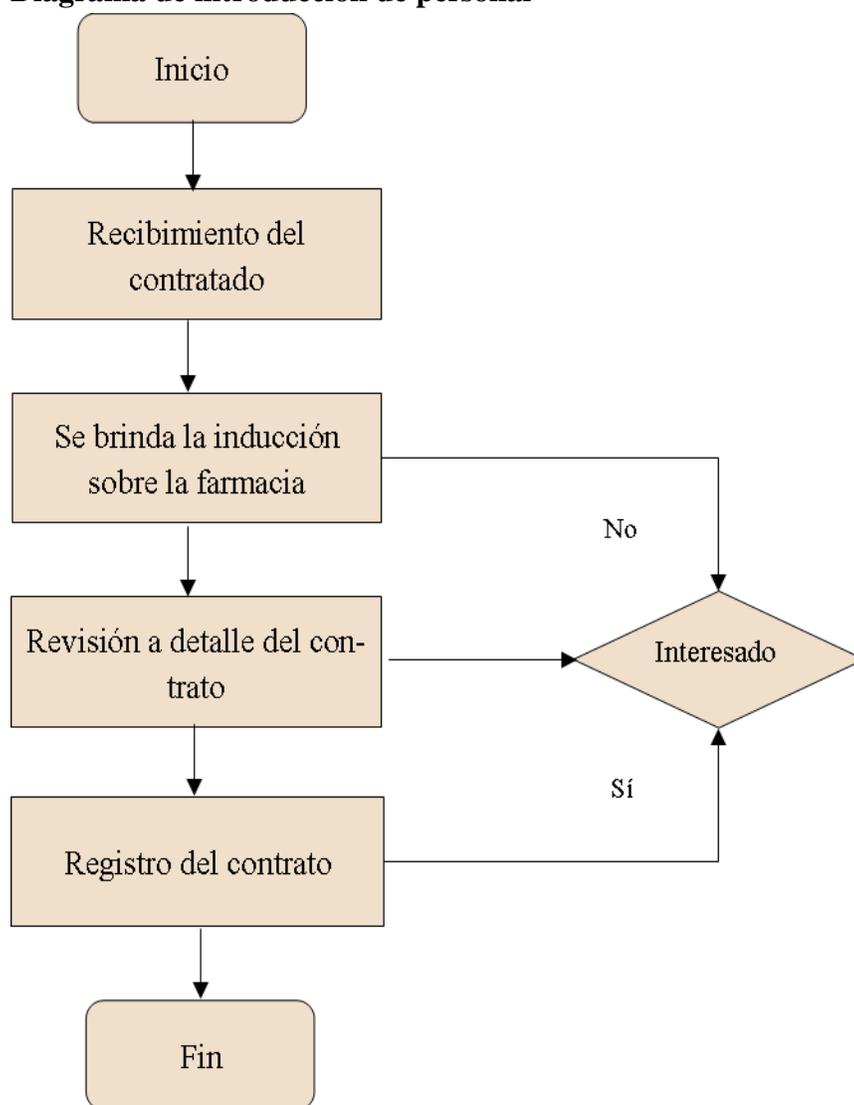


Figura 32 Proceso de clasificación de medicamentos

- **Políticas propias del procedimiento de introducción**

- El empleado ya contratado deberá acogerse a los requerimientos internos para el cumplimiento de las políticas y normas establecidas para la Farmacia Juanita.
- El contrato se estipula por un lapso mínimo de 3 meses que corresponderá al tiempo de prueba y pasa a la siguiente fase.
- Se garantiza el cumplimiento de los pagos según lo establecido por la ley ecuatoriana.
- Se acentúa el trabajo colaborativo basado en la buena comunicación y respeto a los compañeros y clientes.

- **Objetivo**

Formar de manera oportuna al personal contratado, informándole previamente sobre los objetivos de la farmacia, sus metas a lograr de manera conjunta bajo un buen ambiente laboral y de cara a la excelente atención y servicio.

- **Alcance**

La inducción del personal se llevará a cabo en las instalaciones de la Farmacia Juanita.

Descripción del proceso de introducción de personal:

1. Teniendo todos los documentos en regla, la persona según su cargo pasará por el proceso de inducción a su cargo.
2. La inducción abarcará todo lo relacionado con la empresa y los objetivos de esta.

3. Es importante acotar que constantemente serán sometidos a capacitaciones en temas relacionados a medicamento y nuevos productos en general para su mejor desempeño.
4. Se realizará una presentación el resto del equipo de trabajo y sus funciones respectivas.

Rol de los colaboradores

Se expone los sueldos y salarios a percibir los colaboradores de la Farmacia Juanita según la ley vigente, la cual se considera todas las compensaciones y bonificaciones existentes dentro del marco legal laboral, así como se refleja en la siguiente tabla.

Tabla 36

Sueldos con todos los beneficios de ley

Nomina Administrativo												
Conceptos	N. de colaboradores	Sueldos	Beneficios Sociales				Total Beneficios	Aporte al IESS			Costo mensual	Costo Anual
			Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	Fondos de Reserva		Individual 9.45 %	Patronal 12.15 %	Total Aporte 21.60 %		
Gerente General - Administrador	1	\$ 800.00	\$ 66.67	\$ 33.33	\$ 33.33	\$ 66.64	\$ 133.33	\$ 75.60	\$ 97.20	\$ 172.80	\$ 857.73	\$ 10,292.80
TOTAL		\$ 800.00	\$ 66.67	\$ 33.33	\$ 33.33	\$ 66.64	\$ 133.33	\$ 75.60	\$ 97.20	\$ 172.80	\$ 857.73	\$ 10,292.80
Nomina Operativos - Mano Obra Directa												
Auxiliar farmacéutico	1	\$ 500.00	\$ 41.67	\$ 33.33	\$ 20.83	\$ 41.65	\$ 95.83	\$ 47.25	\$ 60.75	\$ 108.00	\$ 548.58	\$ 6,583.00
TOTAL		\$ 500.00	\$ 41.67	\$ 33.33	\$ 20.83	\$ 41.65	\$ 95.83	\$ 47.25	\$ 60.75	\$ 108.00	\$ 548.58	\$ 6,583.00

4.5 Estudio legal

En la República del Ecuador, todas las entidades que realizan actividades productivas o comerciales deben considerar lo que establece la Superintendencia de Compañía para el desempeño efectivo y eficiente de la empresa.

Teniendo en consideración que los recursos financieros son limitados se ha decidido dar inicio a las actividades a través del registro mercantil, en el cual estará especificada la actividad comercial a realizarse. Este tipo de actividad comercial será dinámica puesto que permitirá la toma de decisiones rápidas y eficaces con el objetivo de llegar a ser competitivos en el sector y lograr un crecimiento y rentabilidad deseada.

Este estudio legal busca determinar la viabilidad de un proyecto en el contexto de regulaciones, particularmente relacionadas con planes de desarrollo, planes de planificación regional, presupuestos de localización, usos ambientales y de patentes, leyes fiscales, laborales y contratos.

¿Cuál es el propósito de la investigación legal?

- Determinar la viabilidad de las opciones de solución propuestas a la luz de las reglas que las rigen.
- Incorporar costos y beneficios directa o indirectamente de la investigación legal en la evaluación del proyecto.
- Definir la estructura legal más conveniente creada en el proyecto

4.5.1 Tipo de empresa

La Farmacia será implementada bajo el tipo de empresa Sociedad Anónima (S.A.). De manera que será una empresa comercial cuyo propietario puede estar bajo la acción del capital social a través de valores o acciones. Las acciones se pueden distinguir entre sí por los diversos privilegios, como las diferencias en el valor nominal o la obtención de un dividendo mínimo. Los accionistas no responden a la deuda de la empresa con activos personales, sino solo hasta el máximo

4.5.2 Trámites legales

- Primero, el nombre de la empresa debe ser reservado por el director de la empresa en la Superintendencia de compañías.
- Necesitará la firma de un abogado para proceder con las actas, incluida la integración de los acuerdos de configuración, los estatutos y el capital.
- Luego, el socio debe cobrar la donación en la cuenta especial de "Integración de capital" abierta en el banco (Banco del Pichincha) a nombre de la empresa iniciadora (Farmacia Juanita.).
- El certificado de depósito emitido por el banco se adjuntará al certificado de incorporación, junto con los detalles de la donación correspondiente a cada socio.
- Después de eso, se presenta al notario público y se promueve a Notaria. Si se dona una propiedad mueble o inmueble, será evaluada por un socio o un profesional designado por ellos y también se agregará una tasación al certificado.

- A continuación, se redacta una solicitud de aprobación de la constitución de la empresa, dirigida a la Superintendencia de Compañía y acompañada de tres copias autenticadas del certificado. La aprobación se obtiene mediante una resolución emitida por el supervisor corporativo.
- Para que el mercado conozca la nueva compañía, se publica un extracto del certificado en uno de los periódicos ampliamente distribuidos en Cantón, domicilio de la compañía.
- El notario público que haya aprobado la escritura de incorporación prestará atención al contenido de la resolución aprobada fuera de la matriz del documento y se enviará al gobierno local donde se procesa la patente local.
- El registro se lleva a cabo después de una resolución del Registro Mercantil de la Ley y la resolución de la supervisión de la compañía, seguido de la emisión y registro de un nombramiento de un representante legal del Registro Mercantil.
- La parte impositiva del registro único del contribuyente se hace en el SRI.
- Finalmente, se retirarán los fondos de la cuenta "Integración de capital" anterior y se obtendrá el permiso para la supervisión corporativa para que puedan iniciarse las actividades comerciales o de producción

Requisitos de apertura:

- Para el funcionamiento de la Farmacia Juanita en la Ciudadela Los Vergeles, según lo dictamina la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA, 2015):

- 1. Inicialmente el usuario deberá descargar de la página web del Ministerio de Salud Pública www.salud.gob.ec en el link ARCSA los formularios para solicitar el permiso de funcionamiento:
 - Formulario No. PF-ARCSA-2013-001: solicitud de permiso de funcionamiento (archivo en Word o ODT)
Formulario No. PF-ARCSA-2013-002: matriz para base de datos (archivo en Excel).
Formulario No. PF-ARCSA-2013-003: datos para la factura (archivo en Word o ODT)
2. Una vez llenos los tres formularios de solicitud, el usuario debe enviar un correo electrónico a la dirección: permisosdefuncionamiento@msp.gob.ec con el asunto “Número de registro único de contribuyentes RUC – nombre del establecimiento – Zona a la que pertenece”.
 3. La revisión documental se realizará en un plazo de 72 horas desde la fecha de recepción de la respectiva documentación por parte de la Agencia Nacional de Regulación Control y Vigilancia Sanitaria.
 4. Posteriormente, una vez aprobada la solicitud de permiso de funcionamiento y sus anexos se remitirá vía correo electrónico la orden de pago; y, una vez cancelado el valor el técnico correspondiente enviará el permiso de funcionamiento al Director Técnico de Buenas Prácticas y Permisos para la firma electrónica del documento.

5. El Certificado de Permiso de Funcionamiento será enviado vía correo electrónico al usuario solicitante. A su vez se deben cumplir con el permiso de los Bomberos, cuyas especificaciones se detallan a continuación:

Hasta 100 m2 de área

- La Farmacia Juanita contará con dimensiones por 10 x 70mts², esta división se considera idónea para un tipo de establecimiento de esta categoría, dado que al ser nuevo en el mercado no se abarcará más productos o servicios que incurran a generar costes innecesarios, por lo que se determinó el espacio previamente delimitado en metros.
- Extintor de 10 lbs. de polvo químico seco PQS (ABC), uno por cada 50 m2, debe de instalarse a una altura de 1.53 mts. del piso al soporte, debidamente señalizados ya sea del tipo reflectivo o foto luminiscente.
- Lámparas de emergencia, estarán ubicadas en todas las vías de evacuación y puertas de salida.
- Instalaciones eléctricas en buen estado.
- Apertura de las puertas en sentido de la evacuación es decir de adentro hacia afuera, se prohíbe la implementación de cualquier dispositivo de cierre que impida el ingreso o egreso de personas.
- Se procede a continuación a presentar a los agentes regulatorios dentro de la ciudad de Guayaquil a considerar como parte del proceso de instauración de la Farmacia Juanita a tener en consideración:

Tabla 37 Agentes regulatorios

Agentes regulatorios

Agentes regulatorios	Propósito	Costos	Documentos
SRI	Organismo Autónomo del Estado de Ecuador, cuya función principal es el cobro de los impuestos, a partir de una base de datos de contribuyentes.	\$150.00	<ul style="list-style-type: none"> • Tipo de contribuyente. • Declaraciones.
Municipalidad de Guayaquil	Controla la que se cumplan las normativas legales por parte del establecimiento para su funcionamiento.	\$107.90	<ul style="list-style-type: none"> • Permiso de funcionamiento. • Tasa de habilitación. • Solicitud del uso de suelo. • Patentes para el funcionamiento legal.
Cuerpo de Bomberos	El cuerpo de bomberos se encarga de garantizar que los establecimientos cuentos con los implementos necesarios en caso de alguna catástrofe, así como la asesoría necesaria para hacer frente a situaciones de riesgo dentro de los establecimientos comerciales.	\$162.41	<ul style="list-style-type: none"> • Certificado provisional o definitivo del cuerpo de bomberos.
IEPI	El Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI) contribuye a la protección intelectual en diversos ámbitos.	\$208.00	<ul style="list-style-type: none"> • Formulario para crear un casillero • Proceso de solicitud en línea. • Formulario único de registro • Comprobante de pago.
ARCSA	La Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria	\$150.00	<ul style="list-style-type: none"> • Permiso de funcionamiento.

4.5.3 Requisitos tributarios

Hay 19 tratados fiscales en Ecuador, y la autoridad fiscal nacional es el Servicio de Impuestos Internos (SRI), que es responsable de los asuntos fiscales. La autoridad fiscal puede revisar la declaración de impuestos dentro de los tres años posteriores a la fecha de presentación y hacer cambios si lo considera necesario. Si la declaración de impuestos está incompleta o no está completa, el período de examen puede extenderse hasta seis años.

4.5.3.1 Obtención de RUC

El registro único de contribuyentes, conocido por el acrónimo RUC, es un contribuyente que realiza actividades económicas legítimas y, por lo tanto, todas las empresas que comienzan actividades económicas o tienen activos o derechos para el propietario. Responde a la identificación nacional o extranjera, pagando impuestos, tiene la obligación de presentar los requisitos de cada caso y de acercarse de inmediato a la oficina de SRI para obtener un número RUC

4.5.3.2 Presentar declaraciones

Las empresas deben presentar las siguientes declaraciones de impuestos a través de Internet en el Sistema de Declaraciones o en la ventana del Sistema Financiero. Estos deben realizarse de manera integrada, independientemente de la cantidad de sucursales, agentes o instalaciones que tenga:

- Declaración de Impuesto al valor agregado (IVA)
- Declaración del Impuesto a la Renta
- Pago del Anticipo del Impuesto a la Renta

- Declaración de Retenciones en la Fuente del Impuesto a la Renta
- Declaración del Impuesto a los Consumos Especiales

4.5.3.3 Presentar anexos

El Anexo aborda los detalles de las operaciones realizadas por el contribuyente y se requiere que se presenten a través de Internet en el sistema de archivo durante el período indicado de acuerdo con el dígito noveno del RU Anexo de Retenciones en la Fuente del Impuesto a la

- Renta por otros conceptos (REOC).
- Anexo Transaccional Simplificado (ATS).
- Anexo de Impuesto a la Renta en Relación de Dependencia (RDEP).
- Anexo de accionistas, partícipes, socios, miembros de directorio y administradores (APS).

Conclusiones

Se realizara un estudio de prefactibilidad que viabilice la creación de la farmacia Juanita, para determinación de la rentabilidad financiera. Se identificará las necesidades reales del contexto de la ciudadela Los Vergeles, en la creación de la farmacia Juanita a través de un estudio de mercado. Se determinará la capacidad técnica en la creación de la farmacia Juanita, mediante un estudio técnico. Se realizará un estudio administrativo con una adecuada estructura funcional en atención a los usuarios. Se elaborará un estudio financiero que determine la rentabilidad de la creación de la farmacia Juanita.

Capítulo V

5. Propuesta

Propuesta de viabilidad económica y financiera es decir para determinar la Rentabilidad Financiera por la creación de la Farmacia Juanita, la ciudadela Los Vergeles, en el Cantón de Guayaquil.

5.1 Título de la propuesta

Proyecto de Prefactibilidad para determinar la Rentabilidad Financiera por la creación de la Farmacia Juanita, la ciudadela Los Vergeles, en el Cantón de Guayaquil.

5.2 Autores de la propuesta

Monar Ibarra Kevin Josué, recibió su título de Tecnólogo de Administración de Empresas, en el Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología (2016- 2019), ya llevo 4 años trabajando para el Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología como Asistente de Secretaría General, realizo trámite que solicitan los estudiantes.

5.3 Empresa auspiciante

Dentro del proyecto la que da aprobación de la tesis o proyecto de prefactibilidad para la creación de la Farmacia Juanita lo autoriza la Universidad San Gregorio de Portoviejo, la Universidad dan las directrices correspondientes del proyecto, es decir ellos revisa por los tutores, lectores, urkund, y por último el fiscal, las autoridades dan la orden del que el proyecto ya fue aprobado para la siguiente fase que es la sustentación final hacia los jurados de la Universidad que representa.

5.4 Área que cubre la propuesta

La propuesta ideal se basa en la rentabilidad de la creación de la Farmacia Juanita, en la ciudadela Los Vergeles, en el Cantón de Guayaquil, dentro de la farmacia va tener descuentos y promociones para las personas que habitan en la ciudadela Los Vergeles, tendrá una buena atención al cliente en la entrega del producto.

Dentro de 5 años quiero expandir una sucursal en las diferentes provincias del Ecuador, una vez que la farmacia sea mayormente reconocida en la ciudadela Los Vergeles y tenga un mejor posicionamiento en el mercado nacional y si está bien posicionada la farmacia es vender la franquicia tal como es la Farmacia Juanita.

5.5 Fecha de presentación

El proyecto de tesis se armó en marzo del 2019 dentro del séptimo semestres hasta terminar el noveno semestre en septiembre u octubre del 2020, en cada semestre se presenta una sustentación es decir una predefensa del proyecto de grado dando paso a la aprobación de la misma, por parte del Tribunal de Revisión y Titulación de la Universidad San Gregorio de Portoviejo, da la aprobación de ellos y dicta oficialmente como graduado en gestión empresarial.

5.6 Fecha de terminación

El proyecto tiene un plan de duración de cinco meses, es decir que cada semestre se desarrolla el proyecto con sus respectivos tutores, que fue el tiempo del desarrollo del mismo desde marzo 2019 hasta septiembre u octubre del 2020, tener todas las exigencias de los materiales y económicos, sino también la forma de financiación. Una vez que el proyecto se encuentre en marcha, el tiempo de duración del mismo se mantendrá en el mercado indefinidamente y con proyecciones a creciente es decir con un futuro mejor en el proyecto.

5.7 Duración del proyecto

La duración del Proyecto son cinco meses, se desarrolló con las instrucciones respectivas de los tutores asignados de cada semestre, gracias a ellos el proyecto tiene una larga experiencia en base con las proyecciones estimada para un proyecto prefactible de la Farmacia Juanita, gracias con los tutores nos dieron las herramientas necesarias para armar el proyecto.

5.8 Participantes del proyecto

Los participantes del proyecto será el gerente principal de la Farmacia Juanita, y sus secundarios o ayudante de la Farmacia son los auxiliares farmacéuticos, por la mano de obra, el costo de los diferentes productos, los distribuidores farmacéuticos del Trébol, dentro del proyecto debe tener todo su personal capacitado, y calificado, tener su oficina en atención al cliente.

5.9 Objetivo general de la propuesta

Elaborar un estudio financiero que determine la rentabilidad de la creación de la farmacia Juanita.

5.10 Objetivos específicos

- Contemplar los costos reales de los productos que se venden en una farmacia.
- Adaptar la información a la data estadística del entorno que corresponde el proyecto de la Farmacia Juanita.
- Establecer todos los escenarios financieros que abarca la farmacia para la presente propuesta de negocio.

5.11 Beneficiarios directos

- Vendedor del producto directo (Proveedores o Distribuidores)
- Población de la ciudadela Los Vergeles (Clientes)
- Escuelas y colegios, tiendas.

5.12 Beneficiarios indirectos

Como remunerados indirectos se menciona a los proveedores o distribuidores farmacéuticos de los diversos bienes y suministros que se deberá que obtener para el adecuado funcionamiento de la Farmacia Juanita para el beneficio humano, que desarrollo la creación de la farmacia que se desarrolle el proyecto en el mercado, se conserve y crezca con efectos viables.

5.13 Impacto de la propuesta

El proyecto tiene una gran captación de los habitantes de la ciudadela Los Vergeles en el Cantón de Guayaquil provincia del Guayas, en donde se crearan la Farmacia Juanita, creando un buen hábito al consumir productos farmacéuticos, es decir los productos están clasificados por categorías, con precios muy accesibles y al alcance de bolsillo de las personas de la ciudadela Los Vergeles.

5.14 Descripción de la propuesta

Dentro del proyecto de grado se necesita la propuesta que esta orientada en la prefactibilidad para la rentabilidad financiera de la creación de la Farmacia Juanita en la Ciudadela Los Vergeles, es cubrir la necesidad de los clientes que habita en la Ciudadela, se considera los más importante son los materiales, los humanos, los técnicos, los financieros y la parte legal del funcionamiento de la Farmacia Juanita, es importante tener en cuenta la propuesta.

5.14.1 Ingresos

En los ingresos que consiste el proyecto de grado se trata la creación de la farmacia Juanita que brindan servicios, se ha tomado como una unidad mensual o anual para saber la cantidad de ingresos que los productos fue ingresado al sistema de facturación es decir en el inventario de todos los productos genéricos, que están clasificados por categorías, de la demanda insatisfecha es equivale a 600 personas atendidas que da dentro de un mes, para sacer esos resultados se calcula el precio del producto se basa entre los costos directos e indirectos de la Farmacia Juanita.

Se da la utilidad el 40% de la ganancia, es decir da un precio de venta de USD \$7.14 que da el sector farmacéutico de la Ciudadela Los vergeles.

Se puede observar que la Farmacia Juanita el primer año de ingreso en ventas es de USD \$4,281.50 son las ventas mensuales, las ventas anuales da a un promedio de USD \$ 51,378.01 es el valor del per cápita, es decir que son 30 cliente que son atendidos por atención al cliente, lo más importante que todos los productos farmacéuticos puede variar en diferentes aspectos como el valor USD\$0.10, eso debe cumplir el objetivo durante los 5 años que debe tener las ventas anuales de USD\$110,133.33, la Farmacia Juanita sostiene en cumplir la atención del cliente, la inversión se puede ir recuperando con el paso del tiempo es decir a partir del años 2 hasta años 5.

Tabla 38

Ingresos Ventas

INGRESOS POR VENTAS						
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
Unidades Vendidas	7,200	7,920	8,712	9,583	10,542	
Precio Unitario	\$ 7.14	\$ 7.85	\$ 8.63	\$ 9.50	\$ 10.45	
Ventas Mensuales	\$ 4,281.50	\$ 5,180.62	\$ 6,268.55	\$ 7,584.94	\$ 9,177.78	
Ventas Anuales	\$ 51,378.01	\$ 62,167.39	\$ 75,222.55	\$ 91,019.28	\$ 110,133.33	
Unidades Mensuales	600	660	726	799	878	
Unidades Diarias	30	33	36	40	44	

Venta	Unidades Mensuales	Precio	Total
Ingresos por ventas	600	\$ 7.14	\$ 4,281.50

5.14.2 Costos de materiales directos

Dentro del proyecto de prefactibilidad de la creación de la Farmacia Juanita mis costos directos tengo los 50 productos que están clasificados en 5 categorías, en las categorías tienen 10 productos cada uno, dentro de las categorías tenemos los siguientes:

- Medicina de marca y genéricos,
- Línea Infantil y bebés,
- Productos para el cuidado personal,
- Insumos de salud,
- "Productos complementarios medicados y recetados por médicos".

Dentro de este proyecto tenemos los costos de la mano de obra de un auxiliar farmacéutico se encarga de brindar un buen servicio a los futuros clientes en la Ciudadela los Vergeles, será atendido al 100% en la atención al cliente en los costos directos estén bien exhibido en las perchas par una mayor atención a los clientes y pueda comprar.

5.14.2.1 Costos de materiales indirectos

Otra componente indispensable para poder determinar el precio de venta son los costos indirectos, dentro de este grupo se enlistan las fundas Dinas con el logo de Farmacia Juanita, también tenemos los rollos de papel térmico, papel bond tamaño A4, este rubro asciende a \$718.50 en costo anual, manteniendo frecuencia de adquisición de 3 a 4 meses en el año.

Tabla 39

Costos Indirectos

Costos indirectos de operación (CIF) - insumos					CIF año x hogar	
Descripción	Cantidad	Unidad de medida	Precio Unitario	Total	Costo Total	Costo Anual
Fundas diferentes tamaño	1000	Unidad	\$ 0.20	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 600.00
Rollos De Papel Termico	10	Unidad	\$ 1.25	\$ 12.50	\$ 12.50	\$ 37.50
Papel Bond tamaño A4	2	Paquete	\$ 3.00	\$ 6.00	\$ 6.00	\$ 18.00
Cartucho Marca Epson	3	Unidad	\$ 4.00	\$ 12.00	\$ 12.00	\$ 36.00
Esfero	3		\$ 3.00	\$ 9.00	\$ 9.00	\$ 27.00
Total				\$ 239.50	\$ 239.50	\$ 718.50

También se agrega a los costos operativos indirectos que corresponde los activos fijos de la depreciación, aquellos de maquinarias equipos que corresponde como cargo al área operativa, aplicando la normativa tributaria ecuatoriana, considerando la vida útil según el componente a depreciar, cuyo valor anual a depreciar es de USD\$700.18.

Tabla 40

Depreciación de activos fijos con cargo operativo

Depreciación	Porcentaje	Vida útil	Valor residual	Operativo	Administración
Maquinarias y Equipos	10%	10	\$ 229.00	\$ 100.00	\$ 129.00
Vehículos	20%	5	\$ -	\$ -	
Muebles y enseres	10%	10	\$ 354.00	\$ 284.00	\$ 70.00
Equipos de Computación	33%	3	\$ 811.18	\$ 316.18	\$ 495.00
Total			\$ 1,394.18	\$ 700.18	\$ 694.00

5.14.3 Préstamos del proyecto (tabla de amortización) o Financiamiento del proyecto

Dentro de este proyecto se hace el préstamo del Banco Produbanco del monto de USD\$11,524.07, con una tasa mínima de 0.94% que estará pagando dentro de 36 meses que da el plazo para poder pagar el préstamo, los requisitos que nos piden es copia de cédula, papeleta de votación, servicios básicos, aporte que esté trabajando, certificado bancario.

Podemos observar que el año 1 tiene un capital de USD\$ 3,418.30 con un interés de USD\$1,128.78, con un total de dividendo de USD\$ 4,547.07, con capital de amortización de USD\$8,105.77, hasta llega el año 5 queda el saldo cero.

Tabla 41

Tabla de Amortización

Resumen de la tabla de amortización					
Préstamo		\$ 11,524.07		Período	
Tasa		0.94%			
Año	Capital	Interés	Total dividendo	Amortización capital	
1	\$ 3,418.30	\$ 1,128.78	\$ 4,547.07	\$ 8,105.77	
2	\$ 3,825.21	\$ 721.86	\$ 4,547.07	\$ 4,280.56	
3	\$ 4,280.56	\$ 266.51	\$ 4,547.07	\$ 0.00	
4	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	
5	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	

El presente proyecto también incluye el capital de trabajo de forma anual de los costos de producción, ya determinados previamente por un valor de USD\$36,698.58, los gastos administrativos por USD\$14,403.40, y los gastos de ventas por un valor de \$1,000.00 anuales.

Se reflexiona sobre la adquisición de financiamiento para un período dentro de los dos meses de operaciones en primera instancia, decisión tomada para garantizar un desarrollo continuo de las actividades que desarrolla de Farmacia Juanita de los primeros meses requiere un capital de trabajo de US\$8,683.66.

Tabla 42

Capital de Trabajo

Detalle	Capital de trabajo	
	Anual	Mensual
Costos de producción	\$ 36,698.58	\$ 3,058.22
Gastos administrativos	\$ 14,403.40	\$ 1,200.28
Gastos de ventas	\$ 1,000.00	\$ 83.33
TOTAL	\$ 52,101.98	\$ 4,341.83
por 2 meses		8,683.66

5.14.4 Estados financieros

El proyecto de grado debe llevar los estados financieros de forma ordenada es decir el proyecto prefactible conlleva a la elaboración de todos los estados financieros que tiene la Farmacia Juanita eso permiten la recolección de toda la información necesaria que son propuesta de la empresa farmacéutica. Se presentará un estado de resultados proyectado dentro de los 5 años, se ve la referencia de los ingresos, los gastos, muestra la utilidad o pérdida de la Farmacia Juanita, ese proyecto de grado da un valor en las ventas del 10% anual que es muy rentable en la Farmacia Juanita. El estado de resultados del primer año muestra un déficit de pérdida de USD\$1,679.00, la inversión total es de USD\$16,863.38, deber ser ajustados el margen de las estrategias comerciales de la Farmacia Juanita tiene la capacidad de atención al cliente la propuesta es mensual, en las ventas se mantendrá el 10% las utilidades es de USD\$63,549.68 arranca a partir del 4 año.

Tabla 43

Estado de Resultado Proyectado

ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS	\$	\$	\$	\$	\$
	51,378.0	62,167.4	75,222.5	91,019.3	110,133.3
(-) Costo de venta	\$	\$	\$	\$	\$
	36,698.6	37,268.5	37,847.2	38,434.9	39,031.7
(+)Compra de Materia Prima	\$	\$	\$	\$	\$
	32,700.0	33,207.8	33,723.5	34,247.1	34,778.9
(-)Inventario Final de Materia Prima	\$	\$	\$	\$	\$
	4,001.3	4,063.5	4,126.6	4,190.6	4,255.7
(+)Mano de Obra	\$	\$	\$	\$	\$
	6,583.0	6,685.2	6,789.0	6,894.5	7,001.5
(+)Costos Indirectos de Fabricación	\$	\$	\$	\$	\$
	1,416.9	1,438.9	1,461.2	1,483.9	1,507.0
Utilidad bruta	\$	\$	\$	\$	\$
	14,679.4	24,898.9	37,375.4	52,584.4	71,101.6
(-) GASTOS					
Gastos Administrativos:					
Sueldos y Salarios	\$	\$	\$	\$	\$
	10,292.8	10,452.6	10,614.9	10,779.8	10,947.2
Alquiler del local	\$	\$	\$	\$	\$
	2,400.0	2,437.3	2,475.1	2,513.6	2,552.6
Suministros de Oficina	\$	\$	\$	\$	\$
	480.0	487.5	495.0	502.7	510.5
Servicios Básicos	\$	\$	\$	\$	\$
	465.6	472.8	480.2	487.6	495.2
Servicios prestados	\$	\$	\$	\$	\$
	600.0	609.3	618.8	628.4	638.1
Depreciación	\$	\$	\$	\$	\$
	1,073.7	1,073.7	1,073.7	524.7	524.7
Amortización	\$	\$	\$	\$	\$
	165.0	165.0	165.0	165.0	165.0
Total Gastos Administrativos	\$	\$	\$	\$	\$
	15,477.1	15,698.2	15,922.7	15,601.8	15,833.3
Gastos de Ventas:					
Publicidad	\$	\$	\$	\$	\$
	1,000.0	1,015.5	1,031.3	1,047.3	1,063.6
Sueldos y Salarios	\$	\$	\$	\$	\$
	-	-	-	-	-
Total Gastos de Ventas	\$	\$	\$	\$	\$
	1,000.0	1,015.5	1,031.3	1,047.3	1,063.6
TOTAL GASTOS	\$	\$	\$	\$	\$
	16,477.1	16,713.7	16,954.0	16,649.1	16,896.9
UTILIDAD OPERACIONAL	\$	\$	\$	\$	\$
	(1,797.6)	8,185.2	20,421.3	35,935.3	54,204.7
Gastos Financieros	\$	\$	\$	\$	\$
	1,128.8	721.9	266.5	-	-
Utilidad antes de participación a trabajadores	\$	\$	\$	\$	\$
	(2,926.4)	7,463.4	20,154.8	35,935.3	54,204.7
Participación Trabajadores	15%	\$	\$	\$	\$
	(439.0)	1,119.5	3,023.2	5,390.3	8,130.7
Utilidad antes de impuesto a la renta	\$	\$	\$	\$	\$
	(2,487.5)	6,343.9	17,131.6	30,545.0	46,074.0
Impuesto a la Renta	25%	\$	\$	\$	\$
	(621.9)	1,586.0	4,282.9	7,636.3	11,518.5
utilidad antes de reserva legal	\$	\$	\$	\$	\$
	(1,865.6)	4,757.9	12,848.7	22,908.8	34,555.5
Reserva legal	10%	\$	\$	\$	\$
	(186.6)	475.8	1,284.9	2,290.9	3,455.5
UTILIDAD NETA	\$	\$	\$	\$	\$
	(1,679.0)	4,282.1	11,563.8	20,617.9	31,099.9

Tabla 44

Estado de Situación Financiera Proyectado

ESTADO DE SITUACION FINANCIERA PROYECTADO						
ACTIVOS	BG Inicial	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CORRIENTE						
Caja - Bancos	\$ 8,683.66	\$ 4,237.62	\$ 10,010.29	\$ 24,252.78	\$ 53,406.66	\$ 95,109.51
Cuentas por Cobrar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Inventarios Materia Prima y Materiales	\$ -	\$ 4,001.32	\$ 4,063.45	\$ 4,126.55	\$ 4,190.63	\$ 4,255.71
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	\$ 8,683.66	\$ 8,238.94	\$ 14,073.74	\$ 28,379.33	\$ 57,597.30	\$ 99,365.22
FIJO						
Tierras, Construcciones y Adecuaciones	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Muebles y Enseres	\$ 1,410.00	\$ 1,410.00	\$ 1,410.00	\$ 1,410.00	\$ 1,410.00	\$ 1,410.00
Maquinaria	\$ 3,540.00	\$ 3,540.00	\$ 3,540.00	\$ 3,540.00	\$ 3,540.00	\$ 3,540.00
Vehículo	\$ 2,290.00	\$ 2,290.00	\$ 2,290.00	\$ 2,290.00	\$ 2,290.00	\$ 2,290.00
Equipos de Computo	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Equipos de oficina	\$ 2,458.12	\$ 2,458.12	\$ 2,458.12	\$ 2,458.12	\$ 2,458.12	\$ 2,458.12
(-) Depreciación Acumulada	\$ -	\$ (1,073.68)	\$ (2,147.36)	\$ (3,221.04)	\$ (3,745.74)	\$ (4,270.44)
TOTAL ACTIVO FIJO	\$ 9,698.12	\$ 8,624.44	\$ 7,550.76	\$ 6,477.08	\$ 5,952.38	\$ 5,427.68
DIFERIDO						
Otros Activos	\$ 825.00	\$ 825.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Amortización Acumulada	\$ -	\$ (825.00)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL ACTIVO DIFERIDO	\$ 825.00	\$ -				
TOTAL ACTIVOS	\$ 19,206.78	\$ 16,863.38	\$ 21,624.50	\$ 34,856.41	\$ 63,549.68	\$ 104,792.90
PASIVOS						
CORRIENTE						
Cuentas por pagar proveedores	\$ -	\$ -	\$ 4,063.45	\$ 4,126.55	\$ 4,190.63	\$ 4,255.71
Participación Trabajadores	\$ 4,001.32	\$ (438.96)	\$ 1,119.50	\$ 3,023.23	\$ 5,390.30	\$ 8,130.70
Impuesto a la Renta	\$ -	\$ (621.86)	\$ 1,585.97	\$ 4,282.90	\$ 7,636.25	\$ 11,518.50
TOTAL PASIVO CORRIENTE	\$ -	\$ 2,940.49	\$ 6,768.93	\$ 11,432.68	\$ 17,217.19	\$ 23,904.91
OTROS PASIVOS						
Deuda a Largo Plazo	\$ 11,524.07	\$ 8,105.77	\$ 4,280.56	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL OTROS PASIVOS	\$ 11,524.07	\$ 8,105.77	\$ 4,280.56	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL PASIVOS	\$ 11,524.07	\$ 11,046.27	\$ 11,049.49	\$ 11,432.68	\$ 17,217.19	\$ 23,904.91
PATRIMONIO						
Capital Social	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00
Aporte socios	\$ 7,582.71	\$ 7,582.71	\$ 7,582.71	\$ 7,582.71	\$ 7,582.71	\$ 7,582.71
Reserva Legal	\$ -	\$ (186.56)	\$ 289.23	\$ 1,574.10	\$ 3,864.98	\$ 7,320.53
Utilidad Neta del Ejercicio	\$ -	\$ (1,679.04)	\$ 4,282.11	\$ 11,563.84	\$ 20,617.89	\$ 31,099.95
Utilidades Acumuladas	\$ -	\$ -	\$ (1,679.04)	\$ 2,603.07	\$ 14,166.91	\$ 34,784.80
TOTAL PATRIMONIO	\$ 7,682.71	\$ 5,817.12	\$ 10,575.01	\$ 23,423.73	\$ 46,332.49	\$ 80,887.99
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 19,206.78	\$ 16,863.38	\$ 21,624.50	\$ 34,856.41	\$ 63,549.68	\$ 104,792.90

5.14. 5 Flujo de caja

El proyecto de grado debe llevar el flujo de caja un orden de los activos que tiene la empresa es decir la Farmacia Juanita que tiene los ingresos y egresos, el flujo de caja evalúa la capacidad de solventar las obligaciones que puede contener una Farmacia durante 5 años del proyecto de grado.

Eso se trata de un proyecto rentable que es un emprendimientos muy fuerte que hay muchas competencias para las otras farmacias que tiene su flujo de caja altamente elevado, el primer año no gana bien, pero en el segundo año gana bien con un flujo neto de USD\$62,167.39.

La farmacia Juanita es un servicio de comercio que vende sus medicamentos al por menor, es decir sus ventas se realiza al contado, la utilidad bruta están en los ingresos de ventas a partir del 5 año, ha logrado tener un flujo neto de USD\$41,702.85, se descontarán las obligaciones directas que tiene la Farmacia Juanita.

Tabla 45
Presupuesto de Efectivo

PRESUPUESTO DE EFECTIVO						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Actividades de operación						
Ingresos		\$	\$	\$	\$	\$
		51,378.01	62,167.39	75,222.55	91,019.28	110,133.33
(-) Costos de ventas		\$	\$	\$	\$	\$
		36,698.58	37,268.46	37,847.18	38,434.90	39,031.73
Utilidad bruta		\$	\$	\$	\$	\$
		14,679.43	24,898.94	37,375.36	52,584.39	71,101.60
		29%	40%	50%	58%	65%
(-) Gastos operacionales						
Gastos administrativos		\$	\$	\$	\$	\$
		15,097.40	15,318.50	15,543.04	15,771.06	16,002.62
Gastos de Venta		\$	\$	\$	\$	\$
		1,000.00	1,015.53	1,031.30	1,047.31	1,063.58
Pago participación trabajadores		\$	\$	\$	\$	\$
		(438.96)	1,119.50	3,023.23	5,390.30	8,130.70
Pago Impuesto a la Renta e imp.		\$	\$	\$	\$	\$
		(621.86)	1,585.97	4,282.90	7,636.25	11,518.50
Total gastos operacionales		\$	\$	\$	\$	\$
		15,036.57	19,039.50	23,880.47	29,844.92	36,715.40
Utilidad operacional		\$	\$	\$	\$	\$
		(357.14)	6,920.27	10,789.43	15,433.33	21,359.64
(-) Gastos financieros		\$	\$	\$	\$	\$
		(1,128.78)	(721.86)	(266.51)	-	-
Utilidad antes de participación a trabajadores		\$	\$	\$	\$	\$
		(1,485.91)	6,198.40	10,522.92	15,433.33	21,359.64
Pago participación trabajadores		\$	\$	\$	\$	\$
		438.96	(1,119.50)	(3,023.23)	(5,390.30)	(8,130.70)
Pago Impuesto a la Renta e imp.		\$	\$	\$	\$	\$
		621.86	(1,585.97)	(4,282.90)	(7,636.25)	(11,518.50)
(⇒) Utilidad de ejercicio		\$	\$	\$	\$	\$
		(2,546.74)	8,903.88	17,829.05	28,459.88	41,008.85
(+) Ajustes de Depreciación		\$	\$	\$	\$	\$
		694.00	694.00	694.00	694.00	694.00
(-) Ajustes por Amortización		\$	\$	\$	\$	\$
		825.00	-	-	-	-
(⇒) Efectivo actividades de operación / flujo inicial		\$	\$	\$	\$	\$
		(1,027.74)	9,597.88	18,523.05	29,153.88	41,702.85
Actividades de inversión						
Activos fijos	\$					
	10,523.12					
Activos intangibles	\$					
	-					
Capital de Trabajo	\$					
	8,683.66					
Flujo de actividades de inversión	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	19,206.78	-	-	-	-	-
Actividades de financiamiento						
Préstamo bancario	\$					
	11,524.07					
Amortización de Capital		\$	\$	\$	\$	\$
		(3,418.30)	(3,825.21)	(4,280.56)	0.00	0.00
Flujo de actividades de financiamiento	\$	\$	\$	\$	\$	\$
		(3,418.30)	(3,825.21)	(4,280.56)	-	-
(⇒) Flujo neto	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	(7,682.71)	(4,446.04)	5,772.66	14,242.49	29,153.88	41,702.85
Flujo del préstamo	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	(11,524.07)	101.03	10,319.74	18,789.56	29,153.88	41,702.85
Flujo del proyecto	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	(19,206.78)	(4,446.04)	5,772.66	14,242.49	29,153.88	41,702.85
Flujo acumulado	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	(19,206.78)	(23,652.82)	(17,880.16)	(3,637.67)	25,516.21	67,219.06

5.14.6 Evaluación Económica

El proyecto de grado contiene la evaluación económica que infiere la relación del costo beneficio de los datos propuestos, es necesario reconocer dentro del escenario propuesto y reconocido como moderado la aplicación del VAN valor actual neto, se aplica la tasa de descuento, que da como resultante de conseguir datos de la materia prima estimada del riesgo país de Ecuador, y de la beta está determinada para el sector farmacéutico, lo toma como referencia proporcionada de la Farmacia Juanita, que será recogido los datos de los principales productos farmacéuticos, ya que tiene un informe completo de la historia de este sector, es decir la Ciudadela Los Vergeles.

Tabla 46

Tasa de libre riesgo, tasa de mercado, beta del sector farmacéutico

$R_f + b(R_m - R_f)$	
tasa de libre riesgo (R_f)	9.03%
tasa de mercado (R_m)	14.36%
beta (b)	1.06

El CAPM permite determinar la tasa de rentabilidad de los activos de la inversión realizada de Farmacia Juanita de la Ciudadela Los Vergeles y el CPCC es el Costo promedio ponderado de capital que determina el costo financiero del capital del presente proyecto de grado, que da la Tasa de descuento que se aplicará para evaluar el VAN, se considera el 12.14% que tiene el proyecto de grado.

Tabla 47

Indicadores CAPM y CPCC del proyecto

Tasas de descuento	Monto	Indicador	Tasa
Evaluar la inversión - capital propio	\$ 7,682.71	CAPM modelo de fijación de precios de activos de capital	14.68%
Evaluar capacidad de pago	\$ 11,524.07	Tasa de interés préstamo	11.30%
Evaluar rentabilidad del proyecto	(+) Ajustes por amortización	CPCC costo promedio ponderado de capital	12.14%

5.14.7 Evaluación Financiera

El proyecto de grado de la Farmacia Juanita debe tener la evaluación financiera se debe o se procede a realizar el cálculo del VAN valor actual Neto y el TIR es la tasa interna de retorno, es la tasa de descuento de 12.14%, se puede visualizar la fórmula que contiene la evaluación financiera.

$$VAN = VA - A$$

Dónde:

VA = al Valor actual de los Flujos Netos de Caja

A = al desembolso inicial

Si se tratare de flujos variables entre períodos, la fórmula a emplear sería la siguiente:

$$VAN = -A + \frac{VAE1}{(1+i)} + \frac{VAE2}{(1+i)^2} + \dots + \frac{VAEn}{(1+i)^n}$$

5.14.8 Relación beneficio – costo

El proyecto de grado de la Farmacia Juanita es tener la relación beneficio o costo se toma en consideración los estados de resultado de la empresa farmacéuticas, se lo considera una tasa de descuento de 12.14% es decir el análisis del costo de inversión es de USD \$ 19,206.78 se debe aplicar la fórmula correspondientes del proyecto de grado las siguientes fórmulas es:

$$B/C = VAI / VAC$$

En dónde: B/C, representa la relación costo beneficio
VAI, es el Valor actual de los Ingresos
totales neto VAC: es el valor actual de los
costos de inversión

Tabla 48

Relación Costo Beneficio

Años	Inversión	Ingresos	Egresos	Flujo Caja
0	\$ (19,206.78)	\$ -	\$ -	\$ (19,206.78)
1		\$ 51,378.01	\$ 54,304.44	\$ (2,926.42)
2		\$ 62,167.39	\$ 54,704.03	\$ 7,463.37
3		\$ 75,222.55	\$ 55,067.71	\$ 20,154.84
4		\$ 91,019.28	\$ 55,083.97	\$ 35,935.31
5		\$ 110,133.33	\$ 55,928.63	\$ 54,204.70

Suma de Ingreso	\$389,920.57
Suma de Egresos	\$275,088.77
Costos-Inversión	\$ 294,295.55
Relación Beneficio /Costo	1.324929

5.14.9 Tiempo de recuperación de la inversión

El proyecto de grado tiene el tiempo de recuperación de la inversión de la Farmacia Juanita es a partir del tercer año, el valor absoluto es de USD \$5,772.66, el flujo de caja siguiente es de USD \$14,242.49 y el período de Payback es de 3 años con 4 meses.

Tabla 49

El Payback del proyecto de grado de la Farmacia Juanita

Período antes de ganancia		3
Valor absoluto	\$	5,772.66
Flujo de caja siguiente	\$	14,242.49
Período de Payback		3.41

5.14.10 Análisis de sensibilidad

El proyecto de grado de la Farmacia Juanita debe llevar un análisis de sensibilidad que tiene el esperado, el optimista y el pesimista que se puede evidenciar si el proyecto es viable para los inversores. Para este escenario se debe tomar en cuenta que el presente proyecto de grado de la Farmacia Juanita toman los tres papeles más importante que son dos niveles porcentuales del 5% y el 10%, el espacio porcentual es de -5% se considera ser 6.78, el VAN valor actual neto de USD \$31,573.26 y el TIR que es el 55% es una tasa de retorno mínimo, si es el contrario del -5% es de USD \$7.14, el TIR llega al 75%. Para el optimista el precio es del 5% de USD \$7.49, el VAN es de USD \$ 58,394.83 y el TIR llega el 96% que tiene la Farmacia Juanita.

Tabla 50

Análisis de sensibilidad

	Pesimista	Esperado	Optimista
	-5%		5%
Precio	6.78	7.14	7.49
Costo variable		\$ 5.00	
Costo fijos		\$ 698.40	
VAN	\$ 31,573.26	\$ 44,984.05	\$ 58,394.83
TIR	55%	75%	96%

5.15 Importancia

El proyecto de grado es muy importante tener en cuenta que para la creación de la Farmacia Juanita, se ayudará a los jóvenes emprendedores que quieran desarrollar un emprendimiento acerca del proyecto, le servirá de mucho para su vida personal y profesional, tener todos los implementos necesarios es decir el permiso municipal y el funcionamiento de la farmacia, tener los registros sanitarios, para que el proyecto funcione. Para la ejecución del proyecto de grado se beneficiaran los habitantes del lugar ya que generará plazas de trabajo a pequeño, mediano y largo plazo.

5.16 Metas del proyecto

La meta del proyecto de grado es cumplir con los objetivos planteados de la rentabilidad financiera para la creación de la Farmacia Juanita en la ciudadela Los Vergeles, para que este proyecto sea duradero, es decir viable, confiable eso ayuda en la carrera profesional de una persona que desea emprender este tipo de proyecto para el área administrativa y de salud.

Una de las principales metas de este proyecto de grado de la Farmacia Juanita es conseguir posicionarse en el mercado, es decir adquirir una clientela fija en la comunidad seleccionada, consolidando a la marca de la Farmacia Juanita en la ciudadela Los Vergeles, en el cantón Guayaquil.

5.17 Finalidad de la propuesta

La finalidad del proyecto de grado consiste la otra persona que vaya a realizar el proyecto le sirva de guía o si desea algún cambio en la parte de la estructura de la creación de la Farmacia Juanita, ese proyecto consiste el gerente o un administrador que quiere emprender este proyecto que da mayor sacrificios y esfuerzos para esa propuesta.

Conclusiones

Dentro de lo investigado del proyecto se analiza el capítulo cinco que abarca la parte financiera que se palnteo en los objetivos específicos, de sacar lo importante de la rentabilidad financiera de la Farmacia Juanita en la Ciudadela Los Vergeles, en el cantón de Guayaquil, se ha analizado el TIR y el VAN, también se revisa los estados de resultados de la farmacia, de cómo va creciendo durante los cinco años, el primer año siempre va a ver un valor muy bajo pero ya comenzando a partir del segundo o tercer años va un valor alto y eso da mayor rentabilidad al proyecto que se realizó durante el proceso de tesis es decir se tomó mucha consideraciones los tres últimos semestre con mayor dedicación, investigación profunda del proyecto, se puede visualizar el análisis de sensibilidad es decir se puede ver el análisis optimista, pesimista y el esperado, siempre en un proyecto se ve una buena rentabilidad para las personas que quieren emprender un negocios de farmacia, se debe estudiar bien el mercado donde va a brindar el servicios y ventas del productos farmacéuticos.

Dentro de ese proyecto debe estar legalizado, es decir con los permisos del municipio, permiso sanitario, permiso del funcionamiento de la farmacia es la ARCSA (Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria), este proyecto se estudió bastante la necesidad de crear una farmacia porque los habitantes de vergeles demandaba mucho que no había farmacias cercanas a sus hogares, le tocaba salir de su domicilio para ir a comprar una medicinas tan lejos, por eso se vio la necesidad de cumplir a los clientes que creen la Farmacia en la Ciudadela Los Vergeles.

Referencias

- Acebo, M. (05 de 2018). *Industria Farmacéutica: Estudios industriales, orientación estratégica para la toma de decisiones*. ESPAE-ESPOL. Obtenido de ESPAE: <http://www.espae.espol.edu.ec/wp-content/uploads/documentos/IndustriaFarmaceutica.pdf>
- Alcívar, C., & Borrero, D. (05 de 08 de 2019). *El mercado farmacéutico en el Ecuador es caótico y concentrado* . Obtenido de PLAN V: <https://www.planv.com.ec/historias/sociedad/el-mercado-farmaceutico-el-ecuador-caotico-y-concentrado>
- Andrade, M., & Sacoto, C. (07 de 2012). *Estudio de factibilidad para la creación de una farmacia con franquicia de la cadena farmacéutica cruz azul en el sector de la Av. Amazonas del Cantón Milagro*. (Tesis de grado). Universidad estatal de Milagro, Milagro. Obtenido de <http://repositorio.unemi.edu.ec/handle/123456789/1018>
- Anzola, S. (2002). *Administración de pequeñas empresas*. México: Mc Graw Hill.
- ARCSA. (2015). *INSTRUCTIVO EXTERNO Autorización y Permiso de Funcionamiento de Farmacias y Botiquines privados*. Quito: ARCSA.
- Baca, G. (2010). *Evaluación de proyectos*. Retrieved 06 13, 2018, from <https://ulisesmv1.files.wordpress.com/2019/01/evaluacion-de-proyectos-gabriel-baca-urbina-corregido-141024184347-conversion-gate01.pdf>
- Biscarra, U., & Margarita, K. (2016). *Estudio de factibilidad para la creación de una sucursal de la farmacia comunitaria Alexandra en el barrio Orellana de la ciudad de Nueva Loja, provincia de Sucumbíos (Bachelor's thesis)*. Loja: Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Loja .
- Blanco, A. (2008). *Formulación y evaluación de proyectos (7 ed.)*. Caracas, Venezuela: Editorial texto C.A. Retrieved from https://kupdf.net/download/formulacion-y-evaluacion-de-proyectos-adolfo-blanco_5c13cc90e2b6f57d2b31b8b3_pdf
- Bojórquez, M., & Pérez, A. (30 de 06 de 2013). Planeación estratégica. *El buzón de Pacioli un pilar en la gestión empresarial(81)*. (M. López, Ed.) México, México: ITSON-Instituto Tecnológico de Sonora. Obtenido de <https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/81/Pacioli-81.pdf>
- Bonás, C. (20 de 12 de 2017). *Qué es activo*. Obtenido de UN COMO: <https://negocios.uncomo.com/articulo/que-es-el-activo-y-el-pasivo-en-contabilidad-22393.html>

- Chiarlone , Q., & Mallaina, C. (1865). *Historia de la Farmacia* (2 ed.). Madrid, España: imprenta de Jose Ducazcal. Retrieved from <https://books.google.com.ec/books?id=KXGN4KtIXNgC&pg=PA1&dq=Chiarlone+%26+Mallaina+la+farmacia&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjv9eass5vpAhXog-AKHfvAA9oQ6AEILzAB#v=onepage&q=Chiarlone%20%26%20Mallaina%20la%20farmacia&f=false>
- Coss, R. (2018). *Análisis y evaluación de proyectos de inversión*. México.
- EAE.Business School. (02 de 12 de 2017). *El activo fijo. Tipos y características*. Obtenido de EAE.Business School: <https://retos-directivos.eae.es/el-activo-fijo-tipos-y-caracteristicas/>
- Ejemplo de Costos. (2013). *Costos*. Obtenido de www.Ejemplo de Costos.com: https://www.ejemplode.com/59-finanzas/1459-ejemplo_de_costos.html
- Elsevier. (09 de 2006). *El ciclo de vida del producto*. Obtenido de <https://www.elsevier.es/es-revista-offarm-4-articulo-el-ciclo-vida-del-producto-13094134>
- Fernández, A. (2004). *Investigación y técnicas de mercados* (2 ed.). Madrid, España: ESIC Editorial. Retrieved from https://books.google.com.ec/books/about/Investigaci%C3%B3n_y_tecnicas_de_mercado.html?id=6D8yCgAAQBAJ&printsec=frontcover&source=kp_read_button&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- francisco, L. (2020). *Población estadística*. Obtenido de Economipedia.
- Franco, Y. (27 de 06 de 2011). *Poblacion,muestra y tamaño*. Recuperado el 13 de 07 de 2019, de Tesis de investigación: <http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2011/06/poblacion-y-muestra-tamayo-y-tamayo.html>
- García, V. (2018). *Análisis Financiero: Un enfoque integral*. México.
- Gerencie.com. (2017, 10 10). *Rentabilidad*. Retrieved from Gerencie. com: <https://www.gerencie.com/rentabilidad.html>
- Gitman , L. (2005). *Fundamentos de Inversiones TIR*. Madrid, Pearson Addison Wesley: Pearson, Universidad Carlos III de Madrid. Recuperado el 03 de 04 de 2019, de <https://books.google.com.ec/books?id=ITMNR9MUjuAC&pg=PP125&dq=Fundamentos+de+Inversiones+Tasa+Interna+Rendimiento++Gitman+,+Lawrence&h>

l=es&sa=X&ved=0ahUKEwj8jtv_5pHpAhXPJt8KHRfXCRUQ6AEIJjAA#v=onepage&q=Fundamentos%20de%20Inversiones%20Tasa%20Interna%20Ren

González , N., Lopez, E., Aceves, J., Celaya, R., & Beltran, N. (n.d.). *Que integra el estudio financiero en un plan de negocios*. Retrieved from Itson.mx:
https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no56/estudio_financiero.pdf

Google Maps. (14 de noviembre de 2019). *Parroquia Posorja*. Obtenido de Google Maps: <https://www.google.com.ec/maps/place/Posorja/@-2.7099298,-80.2579594,15z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x903267a55e0dc2f7:0xb42b8075769a354e18m2!3d-2.710949!4d-80.2516473?hl=es&authuser=0>

Guía para la creación de empresas. (2018). *Plan de marketing*. Obtenido de <http://www.guia.ceei.es/interior.asp?MP=8&MS=7>

Hernández, R., Fernández , C., & Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación* (5 ed.). México, México: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V. Obtenido de <http://www.pucesi.edu.ec/webs/wp-content/uploads/2018/03/Hern%C3%A1ndez-Sampieri-R.-Fern%C3%A1ndez-Collado-C.-y-Baptista-Lucio-P.-2003.-Metodolog%C3%ADa-de-la-investigaci%C3%B3n.-M%C3%A9xico-McGraw-Hill-PDF.-Descarga-en-l%C3%ADnea.pdf>

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, L. (2010). *Metodología de la investigación* (5 ed.). México: Mc Graw Hill. Retrieved from http://jbposgrado.org/material_seminarios/HSAMPIERI/Metodologia%20Sampieri%205a%20edicion.pdf

Jaime, E. (2017). *El emprendimiento en Ecuador. Visión y perspectiva* (Samborondón - Ecuador ed.). Guayaquil: Universidad Ecotec. Retrieved from <https://www.ecotec.edu.ec/content/uploads/2017/09/investigacion/libros/emprendimiento-ecuador.pdf>

Jose, M. (2005). *GestioPolis*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/que-es-el-estudio-de-factibilidad-en-un-proyecto/>

Juberías Sánchez, A. (2017). *Medicamnetos, productos sanitarios y protección del consumidor*. Madrid, España: Reus S.A. Retrieved from <https://books.google.com.ec/books?id=srxUDwAAQBAJ&pg=PA98&lpg=PA98&dq=juberias+2014&source=bl&ots=cuMvnUbQ8d&sig=ACfU3U2hPk6N17aeo5IesDUqSEHLwaQzag&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwimtrvP->

aDpAhUvmeAKHT5mBiYQ6AEwDXoECAoQAQ#v=onepage&q=juberias%202014&f=false

Kamiya, A. (2019). *La rentabilidad de una empresa*. Retrieved from Crece Negocios: <https://www.crecenegocios.com/rentabilidad-de-una-empresa/>

Kluwers, W. (2007). *Guía del Impuesto Sobre la renta de las personas físicas*. España: Tercera Edición Fiscal CISS.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Fundamento de Marketing* (8 ed.). Madrid-España, Juárez, México: Pearson prentice hall. Retrieved from https://www.academia.edu/42228045/Kotler_P._and_Armstrong_G._2008_.Fu ndamentos_de_marketing_8va_edici%C3%B3n._Pearson_Educaci%C3%B3n_M%C3%A9xico

Lawrence, J. (2003). *Administración Financiera-Inversión*. México: Decima Edición Pearson.

Leving, R., & Rubin, D. (2004). *Muestreo y distribuciones de muestreo*. (T. Guillermo, Ed.) Retrieved from <https://profefily.com/wp-content/uploads/2017/12/Estad%C3%ADstica-para-administraci%C3%B3n-y-economia-Richard-I.-Levin.pdf>

López , M., López , N., Pellat, A., & Puerta , C. (2008, 04). *Estudio administrativo: Un apoyo de la estructura Organizacional del proyecto de inversión*. Retrieved from ITSON Universidad: <https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/documents/no56/estudioadmtivo.pdf>

Luis Armany. (2010, 11). *La cadena de valor de los operadores Logísticos en España: un análisis empírico*. Retrieved 06 12, 2019, from Luis Armai.com: <https://www.luisarimany.com/la-cadena-de-valor/>

Martínez, R., & Rodríguez, E. (2011). *Manual de metodología de investigación científica*. Retrieved from sld.cu: http://www.sld.cu/galerias/pdf/sitios/cielam/manual_de_metodologia_deinvestigaciones._1.pdf

Martínez, S. (2011). *Cómo elaborar y asesorar una Investigación de Tesis*. México: Pearson Educación.

Marx, K. (2004). *Capital*. España: Siglo Vientiuno.

Merino, M., & Porto, J. (2015, 04 3). *Prefactibilidad*. Retrieved 05 16, 2019, from Definicion.de: <https://definicion.de/prefactibilidad/>

- Meza , J. d. (2013). *Evaluación financiera de proyectos* (3 ed.). Bogota, Colombia: ECOE ediciones. Retrieved from https://books.google.com.ec/books/about/Evaluaci%C3%B3n_financiera_de_proyectos.html?id=CK9JDwAAQBAJ&printsec=frontcover&source=kp_read_button&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- mheducation.com. (n.d.). *Fuentes de financiación de la empresa*. Retrieved 07 18, 2019, from <https://www.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/8448170814.pdf>
- MSP. (2009, 01 23). *Reglamento control y funcionamiento establecimientos farmaceuticos*. Retrieved 05 13, 2019, from Instituciones.msp: http://instituciones.msp.gob.ec/dps/pichincha/images/stories/reglamento_control_y_funcionamiento_establecimientos_farmacuticos.pdf
- Muñoz , C. (2011). *Cómo elaborar y asesorar una Investigación de Tesis*. México: Vol 2da Edición Pearson Educación.
- Narvaez, O. (2009). *Formulación y evaluación de proyectos*. Bogotá, Colombia: Escuela superior de administración pública.
- Nogales , L. M. (02 de 2012). *Historia de la farmacia* . Recuperado el 12 de 04 de 2019, de Farmacia Luis Marco: <https://farmaciamarcos.es/historia-farmaceutica/historia-de-la-farmacia/>
- Nuño, P. (2012). *Administración de pequeñas empresas*. Estado de México: Red Tercer Milenio S.C. Retrieved from http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/Hospitalidad/Administracion_de_pequenas_empresas.pdf
- Orjuela, S., & Sandoval, P. (2002, 12). *Guía de estudio de mercado para la evaluación de proyectos*. (tesis de grado). Universidad de Chile, Santiago. Retrieved from https://www.eenbasque.net/guia_transferencia_resultados/files/Univ.Chile_Tesis_Guia_del_Estudio_de_Mercado_para_la_Evaluacion_de_Proyectos.pdf
- Osorio, J., Ortigón, M., Restrepo, I., Moreno, P., & Martínez, A. (2007). *Planeción estratégica*. Retrieved from joseordinolaboyer.wordpress.com: https://joseordinolaboyer.files.wordpress.com/2011/11/job_mintzberg_planeacion-estrategica.pdf
- Osorio, O. (1986). *La capacidad y el costo*.
- Peña, A. (12 de 2015). *Plan de negocio par la creación de una farmacia y novedades San Miguel en el ejido de Púcte,municipio de Othón P. blanco*. Chetumal: (tesis pregrado). Tecnológico Nacional de México Instituto Tecnológico de la Zona

Maya. Obtenido de
http://www.itzonamaya.edu.mx/web_biblio/archivos/res_prof/ige/ige-2015-21.pdf

- Peralta, G. (2002). *De la filosofía de la calidad al sistema de mejora continua*. México, México: Panorama Editorial. Retrieved 05 18, 2019, from https://books.google.com.ec/books?id=mkP74KCL9p8C&pg=PA74&dq=La+filosofia+de+la+Calidad+de+Benchmarking+Peralta,+Gilberto&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjA24_Hto7pAhWCdN8KHZPyA0IQ6AEIJzAA#v=onepage&q=La%20filosofia%20de%20la%20Calidad%20de%20Benchmarking%20Per
- Pérez, J., & Gardey, A. (2015). *Definición de Amortización*. Retrieved 06 18, 2019, from Definición . DE: <https://definicion.de/amortizacion/>
- Pérez, P., & Sobredo, . (2017). *Industria farmaceutica y patentes*. México.
- Pickers, S. (2015). ¿Cómo determinar el tamaño de una muestra? *Psyma*. Retrieved 08 15, 2019, from <https://www.psyma.com/company/news/message/como-determinar-el-tamano-de-una-muestra>
- Pineda, B., Alvarado, e., & Canales, F. (1994). *Metodologia de la investigacion*. Retrieved from 187.191.86.244/rceis/registro/Metodologia%20de%20la%20Investigacion%20M anual%20para%20el%20Desarrollo%20de%20Personal%20de%20Salud.pdf
- Posada, C., & Gutiérrez, C. (2007, 01 21). *Marco teórico sobre administración, diseño, modelo administrativo de los tres círculos de continuidad*. Retrieved from UFG Repositorio Institucional: <http://ri.ufg.edu.sv/jspui/bitstream/11592/6788/3/658.022-I18d-Capitulo%20II.pdf>
- Quezada, A. (2011, 03). *La industria farmacéutica en el Ecuador: Mirando hacia adelante*. Retrieved from http://www.espae.espol.edu.ec/wp-content/uploads/2011/12/EyE_Industria_Farmacautica_2011.pdf
- Quintin , C., & Mallaina, C. (1865). *Historia de la farmacia* (2 ed.). Madrid, España. Retrieved from <https://books.google.com.ec/books?id=KXGN4KtIXNgC&pg=PA1&dq=Chiarlone+%26+Mallaina+la+farmacia&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjv9eass5vpAhXog-AKHfvAA9oQ6AEILzAB#v=onepage&q=Chiarlone%20%26%20Mallaina%20la%20farmacia&f=false>

- RAE. (2014). *Real Academia de la Lengua Española*. España: Vol. 23º Edición.
- Ramírez, O. (10 de 2011). *Plan de negocios para la creación de una distribuidora farmacéutica, disfarve, como parte de la compañía "farmacias venus" Puyo-Pastaza-Ecuador*. (tesis de grado). Pontificia Universidad Católica del Ecuador Facultad de ciencias administrativas y contables, Quito. Obtenido de <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/4624/TESIS%20DANIELA%20RAMIREZ.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- Roca, A. (2003). *Historia de los medicamentos* (2 ed.). Bogotá, Colombia: Kimpres Ltda. Retrieved 08 25, 2020, from https://books.google.com.ec/books?id=2JVxnESKHpEC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Rocano, J. (01 de 2013). *Plan de negocios para la apertura de farmacias dentro de la provincia del Azuay. Caso específico farmacia luz en la parroquia el cabo*. Universidad Israel. Quito: (Tesis de pregrado).Universidad Israel. Obtenido de <http://repositorio.uisrael.edu.ec/bitstream/47000/250/1/UISRAEL-EC-ADME-378.242-51.pdf>
- Rosales , R. (1999). *Formulación y evaluación de proyectos* (01 ed.). San José, Costa Rica: Convenio Andres Bello. Retrieved 05 18, 2018, from http://biblioteca.icap.ac.cr/BLIVI/LIBROS/COLECCION_ICAP/1999/Formulacion%20de%20proyectos.pdf
- Sánchez , G. (2006). *Auditoría de estados financieros* (2 ed.). (M. López , Ed.) México, México: Pearson Educación. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=mkP74KCL9p8C&pg=PA74&dq=La+filosofia+de+la+Calidad+de+Benchmarking&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiWrd-8to7pAhUwmeAKHcRRAskQ6AEIJzAA#v=onepage&q=La%20filosofia%20de%20la%20Calidad%20de%20Benchmarking&f=false>
- Sapag, N., & Sapag, R. (12989). *Preparación y evaluación de proyectos* (2 ed.). México, México: Mc-graw Hill. Retrieved 05 20, 2018, from <http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2013/03/Preparacion-Y-Evaluacion-De-Proyectos-Sapag-Sapag.pdf>
- Sieira, M. (2017). *Marcas del Distribuidor*. Madrid: Primera Edición ESIC.
- Stones, R. (2018). *Sinergia*. Madrid-España: Random Hosuse Grupo Editorial.
- Talaya, E., García, J., Gonzalez, J., Lara, M., & Vásquez, M. (2008). *Principios de Marketing* (2 ed.). Madrid: HESIC. Retrieved from

<https://books.google.com.ec/books?id=vPRF6vrjoSYC&printsec=frontcover&dq=principios+del+marketing&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwib8Kmd5I7pAhWSI-AKHYYrcDXoQ6AEIJzAA#v=onepage&q=principios%20del%20marketing&f=false>

- Tamayo, M. (2013). *Metodología de la Investigación*. España: Volumen 2 Segunda Edición.
- Thompson, J. (2009, 04 17). *Estudio sobre prefactibilidad*. Retrieved 05 18, 2019, from Todo sobre proyectos: <http://todosobreproyectos.blogspot.com/2009/04/estudio-de-prefactibilidad.html>
- Urbina Baca, G. (2010). *Evaluación de proyecto* (6 ed.). México, México: McGraw-Hill companies, Inc. Retrieved from https://www.academia.edu/13450952/Evaluacion_de_Proyectos_6ta_ed_Gabriel_Baca_Urbina
- Vargas, M., & Cerna, P. (2007, 04). *La internacionalización de las pequeñas y medianas empresas*. Retrieved 05 19, 2019, from www.eumed.net: http://www.pymesonline.com/uploads/tx_icticontent/R02324_internacional.pdf
- Veintimilla, L. (10 de 2014). *Estudio de factibilidad para la creación de una farmacia en la parroquia del condado barrio colinas del norte*. Quito: (Tesis de pregrado). Instituto Tecnológico "Cordillera". Obtenido de <http://www.dspace.cordillera.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/123456789/532/26-FARM-14-14-1720904679.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Wikipedia. (13 de 09 de 2014). *Valor actual neto*. Obtenido de Wikipedia: https://es.wikipedia.org/wiki/Valor_actual_neto
- www.Ejemplo de Costos.com. (2013). *Costos*. Obtenido de [www.Ejemplo de Costos.com](https://www.ejemplode.com/59-finanzas/1459-ejemplo_de_costos.html): https://www.ejemplode.com/59-finanzas/1459-ejemplo_de_costos.html
- Zambrano, A. (2007). *Planificación estratégica, presupuesto y control de la gestión pública*.

Apéndice

Apéndice A. Formulario de Encuesta



CARRERA DE INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

La Encuesta va dirigida a la población de la Ciudadela Los Vergeles, del Cantón Guayaquil.

En el presente cuestionario va presentado a ustedes a los pobladores de la Ciudadela Los Vergeles, como parte encuestada, esta encuesta es de manera carácter anónimo, si es de su preferencia, pero facilitarnos datos, de esto permitirá alimentar la base de datos de los clientes para futura promociones y muchos más, puede responder libremente, sin ningún compromiso, si tiene alguna duda puede consultarme acerca de la encuesta.

Si se le pide que responda de la manera más cordial y honesta posible a las siguientes preguntas, con el fin de saber si es posible ejecutar el proyecto de prefactibilidad para la creación de la farmacia Juanita, en la Ciudadela Los Vergeles, del cantón Guayaquil.

¡Gracias por su ayuda!

Atentamente

Monar Ibarra Kevin Josué

Cédula: 0950598490

Estudiante de la carrera de Gestión Empresarial



Cuestionario

Objetivos

Interpretar todas las respuestas de la población del Cantón Guayaquil, en la Ciudadela Los Vergeles, sobre la necesidad para la creación de una farmacia.

Instrucciones:

Antes de responder, lea detenidamente las preguntas, cualquier duda acerca de la encuesta puede consultar al encuestador:

- Tiene de 5 minutos para responder las preguntas.
- Marque con un ✓ la opción que usted crea más conveniente a la encuesta.
- Puede usar esfero azul o negro.
- No se aceptan tachones, ni borrones, si eso ocurre queda eliminada la encuesta.

¡Puede Iniciar el Cuestionario!

1. Género

Femenino

Masculino

Otros (Especifique): _____

2. ¿Qué edad tiene usted?

Menor de 18 años de edad

De 18 años a 25 años de edad

De 26 años a 35 años de edad

De 36 años en adelante

3. ¿Usted realiza compras en una farmacia?

Sí

No

Nunca

4. ¿Con qué características usted valora más en un servicio de una farmacia?

Responsable

Productos de buena calidad

Surtidos de productos farmacéuticos

Todas las anteriores

5. ¿Usted va constantemente a la farmacia por alguna necesidad dentro de su sector?

Siempre

A veces

Nunca

6. Menciona en qué farmacia usted más visita en las compras de medicamentos y entre otros.

Fybeca

Farmacia 911

Farmacia Keyla

Otros (Especifique): _____

7. ¿De qué forma Usted le gustaría realizar compras en una farmacia?

Estar presente en el local

Solo pedir medicamento en línea y enviar al Uber

Otros (Especifique): _____

8. ¿Qué opina sobre el servicio que brinda la Farmacia?

Excelente

Buena

Regular

9. ¿Elija los medios de comunicación en los cuales usted desearía conocer sobre la Farmacia y promociones?

Tv

Prensa

Radio

Vallas publicitarias

Otros

10. ¿Qué tipos de promociones le gustaría recibir por parte de la Farmacia?

Producto Gratis

Descuentos en recetas

Pague uno o lleva dos

¡Gracias por su ayuda!

Atentamente

Monar Ibarra Kevin Josué

Cédula: 0950598490

Estudiante de la carrera de Gestión Empresarial

Apéndice B. Formulario para Entrevista



UNIVERSIDAD SAN GREGORIO DE PROTOVIEJO CARRERA DE INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

Entrevista dirigido al administrador de la Farmacia 911, en la Ciudadela Los Vergeles.

En el presente formulario de la entrevista esta presentado a usted, como parte entrevistada, es para el desarrollo de un proyecto de prefactibilidad para la creación de la farmacia.

Se pide que responda de acuerdo a su experiencia que trabaja en la farmacia, se ruega considerar toda la información que sea relevante para el desarrollo del proyecto.

Esta información es proporcionada para la presente entrevista, será de uso exclusivo para la realización de este proyecto.

¡Se agradece su atención y su tiempo brindado!

**Monar Ibarra Kevin Josué
C.C. 0950598490**

Estudiante de la carrera de Ingeniería en Gestión Empresarial



UNIVERSIDAD
SAN GREGORIO
DE PORTOVIEJO

Formulario de Entrevista

Datos Anónimos

Fecha de envío de la empresa:

Institución o Empresa:

Persona Entrevistada:

Cargo:

Correo Electrónico:

Teléfono:

Fecha de entrega de la empresa:

Hora de Inicio:

Hora de Finalización:

Objetivo:

Conocer la necesidad de ausencia de estos establecimientos farmacéuticos en el sector de Vergeles.



Formulario

1) ¿Cuáles son los productos más frecuente que consume los clientes en la Farmacia?

2) ¿Usualmente que período usted abátese su inventario?

3) ¿Con qué frecuencia realiza compras en una farmacia? Explique

4) ¿Cuál es su percepción sobre los precios de la Farmacia en relación a las otras farmacias?

5) ¿Con qué atributos usted se identifica la Farmacia? y ¿Por qué?

6) ¿Cree usted que es necesario un servicio a domicilio de medicamentos? y ¿Por qué?

7) ¿. ¿Generalmente cuántos productos adquiere en cada visita en la farmacia?

8) ¿Con qué promedio gasta mensualmente en medicamentos?

9) ¿Qué cantidad de medicamentos usted compran? Y ¿Por qué?

10) ¿Cuáles son los medios de comunicación, que usted promociona la farmacia?

¡Gracias por su ayuda!

Atentamente

Monar Ibarra Kevin Josué
Cédula: 0950598490
Estudiante de la carrera de Gestión Empresarial