



UNIVERSIDAD “SAN GREGORIO DE PORTOVIEJO”

CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL

Trabajo de Titulación

Previo a la obtención del título de:

INGENIERA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

TEMA:

**PROYECTO DE PREFACTIBILIDAD FINANCIERA PARA CREACIÓN
DE FARMACIA FRANQUICIADA CRUZ AZUL EN
EL SECTOR DE MAPASINGUE OESTE DEL
CANTÓN GUAYAQUIL.**

TUTOR:

Ing. Jimmy Manuel Milo Prieto, Mgs.

AUTORAS:

Judith Amparo Morán Lara

Silvia Esther Salcedo Lindao

GUAYAQUIL - GUAYAS – ECUADOR

2019

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR DE TITULACIÓN

Ing. **Jimmy Milo Prieto** Mgs., en calidad de Tutora del Trabajo de Titulación, certifico que los egresados **Judith Amparo Morán Lara** y **Silvia Esther Salcedo Lindao**, son autores de la Tesis de Grado titulada: **“Proyecto de prefactibilidad financiera para creación de farmacia franquiciada Cruz Azul en el sector de Mapasingue Oeste del cantón Guayaquil”**, misma que ha sido elaborada siguiendo a cabalidad todos los parámetros metodológicos exigidos por la Universidad San Gregorio de Portoviejo, orientada y revisada durante su proceso de ejecución bajo mi responsabilidad.

Mgs. Jimmy Manuel Milo Prieto
TUTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

CERTIFICADO DEL TRIBUNAL

El trabajo de investigación “**Proyecto de prefactibilidad financiera para creación de farmacia franquiciada Cruz Azul en el sector de Mapasingue Oeste del cantón Guayaquil**”, presentado por los egresados **Judith Amparo Morán Lara** y **Silvia Esther Salcedo Lindao**, 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. Jimmy Milo Prieto, Mgs.
Tutora trabajo investigación

Ing. Adriana Parraga, Mgs.
Miembro del tribunal

Ing. Fernando Calle W., Mgs.PMP.
Miembro del tribunal

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Judith Amparo Morán Lara y **Silvia Esther Salcedo Lindao**, autores de este trabajo de titulación denominado **“Proyecto de prefactibilidad financiera para creación de farmacia franquiciada Cruz Azul en el sector de Mapasingue Oeste del cantón Guayaquil”**, declaramos que el mismo es de nuestra 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.

Judith Amparo Morán Lara
Egresada de la carrera de **Gestión Empresarial**

Silvia Esther Salcedo Lindao
Egresada de la carrera de **Gestión Empresarial**

AGRADECIMIENTO

Un trabajo de investigación es siempre fruto de ideas, proyectos, esfuerzos, reconocimiento y sobre todo del apoyo vital que nos ofrece Dios y las personas que nos estiman, sin el cual no tendríamos la fuerza y energía que nos anima a crecer como personas y como profesionales. Por esto queremos gratificar de manera muy cordial a todos y cada uno de ellos.

Al Grupo Difare.

Por toda la apertura brindada en la facilitación de información solicitada para el desarrollo de la tesis, pero sobre todo a su Vicepresidente Ejecutivo **Eco. Fernando Cueva Mejia** por su invaluable ayuda para mi desarrollo profesional, por lo que estaré infinitamente agradecida.

A Nuestros Docentes.

Por toda su enseñanza, paciencia y dedicación al largo de nuestra vida estudiantil, por su gran apoyo y motivación para la culminación de nuestros estudios profesionales ya que ellos son un pilar imprescindible e importante en nuestra formación profesional.

A Nuestros Amigos.

Que nos hemos apoyado mutuamente en todo este proceso de vida estudiantil y hemos sabido salir adelante y sobre todos hemos construido una grandiosa amistad.

A Nuestro Tutor.

Por su profesionalismo, paciencia, asesorías y apoyo incondicionales en dudas presentadas en la elaboración de la Tesis, ya que sin su apoyo hubiese sido más complejo el desarrollo de la misma.

¡Gracias a todos!

Con Aprecio

Judith Amparo Moran Lara

Silvia Esther Salcedo Lindao

DEDICATORIA

A Dios.

Por habernos permitido llegar con mucho esfuerzo hasta este punto para lograr nuestros objetivos, por ser nuestra fortaleza en momentos de debilidad y brindarnos una vida llena de aprendizajes, experiencias, salud, fuerza y sobre todo felicidad, por toda su infinita bondad, amor y bendiciones recibidas a lo largo de este camino recorrido.

A mis Padres.

Por ser ejemplos de perseverancia y dedicación, por todos los valores que nos han inculcado y habernos dado una excelente educación, pero sobre todo por ser pilares fundamentales para nuestra carrera profesional.

A mi esposo e hijos

Por apoyarnos incondicionalmente moral y financieramente en todo momento, por ser parte importante en nuestras vidas y representar la unión familiar en todo este proceso de estudios.

Con amor

Judith Moran Lara

DEDICATORIA

A Dios.

Por darme la fuerza y voluntad para dedicarme día a día a cumplir mis objetivos.

A mi Suegra.

Por ser la persona que siempre me apoya, por ser un ejemplo de mujer.

A mi esposo e hijos

Por ser la inspiración de mi vida, por ser mi soporte, por creer en mí y apoyarme incondicionalmente.

Con amor

Silvia Salcedo Lindao

RESUMEN

El proyecto a implementar tiene como propósito aportar en la comodidad al momento de realizar comprar de medicina y artículos personales a una población que actualmente se encuentra desatendida el sector de Mapasingue Oeste del cantón Guayaquil, Provincia del Guayas. El objetivo general es la creación de una farmacia franquiciada Cruz Azul que brinde a los moradores del sector antes mencionado, el bienestar de brindarles un servicio de atención con lo que a medicina se refiere y artículos de usos personales, ya que actualmente les causa mucho malestar e incomodidad trasladarse varias cuadras de su vivienda para encontrar y adquirir sus medicinas.

La investigación a realizar contiene diseños y tipos de investigación que ayudarán a una mejor comprensión y análisis de los resultados obtenidos a los larga de este proyecto. La farmacia franquiciada Cruz Azul atenderá a un número de habitantes aproximados de 13.449 que actualmente se encuentra desatendido, este número de población hará tener ventas superiores a \$50,000 mensuales, lo que hace que sea un negocio rentable y con numerosas probabilidades de incrementar sus ventas y cartera de clientes, lo cual es de gran beneficio para sus inversionistas y también aportara a la comunidad brindando beneficios a sus clientes.

Palabras claves:

Franquicia – prefactibilidad – farmacia – innovación – servicio – implementar.

ABSTRACT

The project to be implemented has the purpose of providing comfort in the moment of buying medicine and personal items for a population that is currently unattended in the area of Mapasingue Oeste, which is part of the Guayaquil canton, Province of Guayas. The general objective is the creation of a Cruz Azul franchised pharmacy which could provide the residents of the aforementioned sector with a service of medical care and articles of personal use, improving their well being , since it is currently a cause of great discomfort to move several blocks from their homes to find and buy their medicines.

The research to be carried out contains designs and types of research that will help to better understand and analyze the results obtained over the course of this project. The Cruz Azul franchised pharmacy will serve approximate number 13,449 inhabitants, whom are currently unattended, this number of people will have sales exceeding \$ 50,000 per month, which makes it a profitable business and with many chances to increase sales and portfolio of clients, which is of great benefit to the investors and will also contribute to the community by providing benefits to its clients.

Keywords:

Franchise - prefeasibility - pharmacy - innovation - service - implement

TABLA DE CONTENIDOS

Contenidos:	Páginas:
CARÁTULA.....	i
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR DE TITULACIÓN.....	ii
CERTIFICADO DEL TRIBUNAL	iii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA.....	iv
AGRADECIMIENTO	v
DEDICATORIA	vi
DEDICATORIA	vii
RESUMEN.....	viii
ABSTRACT.....	ix
TABLA DE CONTENIDOS.....	x
LISTA DE TABLAS	xv
LISTA DE FIGURAS	xvii
Capítulo I.....	1
1.1. Antecedentes	1
Ubicación del problema en un contexto.....	4
Situación Conflicto	6
1.2. Formulación del problema	6
1.3. Delimitación del problema	7
1.4. Variables de la Investigación	7
1.5. Objetivos de la Investigación	7
Objetivo General	7
Objetivo Específicos	7
1.6. Preguntas de Investigación.....	8
1.7. Justificación e Importancia.....	8
Resumen Capítulo I.....	11
Capítulo II	13
2.1. Fundamentación Teórica	13
Prefactibilidad Financiera	13
Farmacia Franquiciada	17
2.1.1. Estudio de Mercado.....	21
2.1.2. Estudio Organizacional	21
2.1.3 Estudio Financiero	22

2.1.4 Estudio Técnico.....	24
2.2. Marco Referencial	25
2.3 Marco Legal	31
2.4 Variables conceptuales de la investigación.....	37
Variable independiente: Prefactibilidad financiera.....	37
Variable Dependiente: Creación farmacia franquiciada	38
2.5 Operacionalización de las variables	39
2.6 Marco Conceptual	41
Resumen Capítulo II	42
Capítulo III.....	43
3.1. Marco Metodologico	43
Diseño de la investigación.	43
3.1.1. Diseño Científico.....	43
3.1.2. Diseño Descriptivo	43
3.1.3. Diseño de Campo	44
3.1.4. Diseño Cuantitativo.....	44
3.1.5. Diseño Cualitativo.....	45
3.2. Tipos de Investigación	45
3.2.1. Investigación Exploratoria	45
3.2.2. Investigación Descriptiva	46
3.2.3. Investigación Correlacional.....	47
3.3. Fuentes de Información	47
3.3.1. Información Primaria	47
3.3.2. Información Secundaria	48
3.4. Población.....	48
3.5. Muestra de la Población	48
3.5.1. Tipo de muestra.....	49
3.6. Métodos, Técnicas e Instrumentos	49
3.6.1. Métodos de Investigación.....	49
3.6.2. Método de Observación	50
3.6.3. Método Científico	50
3.6.4. Técnicas de Investigación	50
3.6.5. Encuesta	51
3.6.6. Entrevista.....	51
3.7. Procedimientos de la Investigación.....	52

3.8. Instrumentos de la investigación	53
Resumen del Capitulo III	55
Capítulo IV	56
4.1. Análisis e Interpretación de Resultados	56
4.2. Estudio de Mercado	66
4.2.1. Objetivo:	66
4.3. El producto	67
4.3.1. El cliente	68
4.3.2. El perfil del consumidor	69
4.3.3. Identificación de variable	69
4.3.4. La demanda	71
4.3.5. La oferta	71
4.3.6. Análisis Oferta - Demanda	71
4.3.7. Los competidores en el mercado del producto	72
4.3.8. Los competidores en el mercado de insumos y servicios relacionados	72
4.4. El Precio	72
4.4.1. Distribución	73
4.4.2. Plantación de las ventas	73
4.4.3. Estrategias de mercadeo	74
4.4.4. Mercado de Insumos	74
4.4.5. Aspectos a tener en cuenta	74
4.4.6. Selección de proveedores insumos	75
4.4.7. Proyección de los precios los productos y los insumos	75
4.5. Estudio Técnico	75
4.5.1. Tamaño del Proyecto	76
4.5.2. Capacidad	76
4.5.3. Factores que determinan el tamaño de un proyecto	77
4.5.4. Optimización de tamaño	78
4.5.5. Economía del tamaño	78
4.5.6. Planes de aplicación y ensanche	78
4.5.7. Localización del proyecto	79
4.5.8. Factores que influyen en la localización	81
4.5.9. Etapas de la localización	81
4.5.10. Microanálisis de la localización	82
4.5.11. Procedimiento del análisis de localización	83

4.5.12. Métodos de la evaluación.....	83
4.5.13. Ingeniería del Proyecto.....	83
4.5.14. El proceso de Producción.....	83
4.5.15. Selección de Tecnología.....	84
4.5.16. <i>Selección de</i> Maquinaria y Equipo.....	85
4.5.17. Selección del Personal de Atención al cliente.....	85
4.5.18. Descripción del Proceso de Facturación	85
4.5.19. Diagrama del Proceso.....	85
4.5.20. Diagrama de la Planta	86
4.5.21. Obras Físicas de la Planta.....	87
4.5.22. Control de Calidad	88
4.5.23. Seguridad Industrial	88
4.6. Estudio Organizacional	88
4.6.1. Teoría de organización aplicada.....	88
4.6.2. Principios administrativos que serán utilizados	89
4.6.3. La organización administrativa a adoptar	91
4.6.4. Factores organizacionales a utilizar	92
4.6.5. Estructura legal.....	93
4.6.6. Esquema de la organización empresarial a emplear.....	93
4.6.7. Constitución y legalización de la organización.....	94
4.6.8. Estructura administrativa.....	95
4.6.9. Diseñar el organigrama	96
4.6.10. Descripción de funciones	96
4.6.11. Administración del personal.....	97
4.6.12. Requisitos para ocupar los cargos y funciones específicas	98
4.6.13. Reclutamiento y contratación.....	100
4.6.14. Reglamento interno de trabajo	100
4.6.15. Estructura salarial y prestacional.....	100
4.6.16. Seguridad social y servicios complementarios.....	101
Capítulo V	103
5. Propuesta	103
5.1. Título del Proyecto	103
5.2. Autores de la propuesta	103
5.3. Empresa Auspiciante.....	103
5.4. Área que cubre la propuesta	103

5.5.	Participantes del proyecto	103
5.6.	Objetivos Generales de la propuesta	104
5.7.	Objetivos Específico	104
5.8.	Beneficiario directo	104
5.9.	Beneficiario Indirecto.....	104
5.10.	Impacto de la propuesta.....	104
5.11.	Descripción de la propuesta	105
5.11.1.	Ingresos	106
5.11.2.	Costo de materiales directos.....	107
5.11.3.	Prestamos del proyecto (tabla de amortización).....	112
5.11.4.	Estados Financieros.....	113
5.11.5.	Flujo de caja	116
5.11.6.	Evaluación económica.....	117
5.11.7.	Evaluación financiera	117
5.11.8.	Relación beneficio-costos	120
5.11.9.	Tiempo de recuperación de la inversión	121
5.11.10.	Análisis de sensibilidad	122
5.11.11.	Importancia	124
5.11.12.	Metas del proyecto.....	125
5.11.13.	<i>Finalización de la propuesta</i>	125
	Resumen Capítulo V	125
	Referencias.....	126
	Apendice A: Encuesta	130
	Apendice B: Entrevista	135
	Apendice C Organigrama Organizacional	139

LISTA DE TABLAS

Tabla 1: <i>Variable Independiente: Prefactibilidad financiera</i>	39
Tabla 2: <i>Variable Dependiente: Creación farmacia franquiciada</i>	40
Tabla 3: <i>Población</i>	48
Tabla 4: <i>Tacticas</i>	52
Tabla 5: <i>Respuesta pregunta 1</i>	56
Tabla 6: <i>Respuesta pregunta 2</i>	57
Tabla 7: <i>Respuesta pregunta 3</i>	58
Tabla 8: <i>Respuesta pregunta 4</i>	59
Tabla 9: <i>Respuesta pregunta 5</i>	60
Tabla 10: <i>Respuesta pregunta 6</i>	61
Tabla 11: <i>Respuesta pregunta 7</i>	62
Tabla 12: <i>Respuesta pregunta 8</i>	63
Tabla 13: <i>Respuesta pregunta 9</i>	64
Tabla 14: <i>Respuesta pregunta 10</i>	65
Tabla 15: <i>Valores de productos</i>	68
Tabla 16: <i>Población Demanda Real</i>	71
Tabla 17: <i>Oferta de competencia</i>	71
Tabla 18: <i>Demanda Insatisfecha</i>	71
Tabla 19: <i>Categoría de Producto</i>	72
Tabla 20: <i>Valores en ventas por Categorías</i>	73
Tabla 21: <i>Categoría</i>	75
Tabla 22: <i>Macro Localización</i>	80
Tabla 23: <i>Micro localización</i>	80
Tabla 24: <i>Valores por elementos</i>	87
Tabla 25: <i>Valores de seguridad industrial</i>	88
Tabla 26: <i>Sueldo de empleados</i>	101

Tabla 27: <i>Inversión Inicial</i>	105
Tabla 28: <i>Ingresos de Ventas Mensuales</i>	106
Tabla 29: <i>Detalle de activos fijos y diferidos</i>	108
Tabla 30: <i>Nómina</i>	109
Tabla 31: <i>Cuadro de Sueldos y Salarios (Primer año)</i>	109
Tabla 32: <i>Cuadro de Sueldos y Salarios (Segundo año)</i>	110
Tabla 33: <i>Servicios básicos</i>	110
Tabla 34: <i>Muebles y enseres</i>	111
Tabla 35: <i>Equipo de computación</i>	111
Tabla 36: <i>Resumen de depreciaciones</i>	112
Tabla 37: <i>Resumen del préstamo</i>	113
Tabla 38: <i>Balance General</i>	114
Tabla 39: <i>Estado de Resultado mensual</i>	115
Tabla 40: <i>Estado de Resultado anual</i>	116
Tabla 41: <i>Flujo de Caja</i>	117
Tabla 42: <i>Calculo Costo promedio ponderado del capital</i>	118
Tabla 43: <i>Relación Costo Beneficio</i>	120
Tabla 44: <i>Periodo de recuperación de capital</i>	121
Tabla 45: <i>Escenario optimista (incremento del 10%)</i>	122
Tabla 46: <i>Resumen de escenario optimista</i>	122
Tabla 47: <i>Flujo de caja (disminución 5%)</i>	123
Tabla 48: <i>Resumen de escenario pesimista</i>	123
Tabla 49: <i>Resumen de escenarios</i>	124

LISTA DE FIGURAS

<i>Figura 1. Desarrollo Organizacional Franquicias.....</i>	22
<i>Figura 2. Principales Franquicias en Ecuador</i>	24
<i>Figura 3. Principales Franquicias en el Mundo</i>	24
<i>Figura 4. Indicador Pregunta 1</i>	56
<i>Figura 5. Indicador Pregunta 2</i>	57
<i>Figura 6. Indicador Pregunta 3</i>	58
<i>Figura 7. Indicador Pregunta 4</i>	59
<i>Figura 8. Indicador Pregunta 5</i>	60
<i>Figura 9. Indicador Pregunta 6</i>	61
<i>Figura 10. Indicador Pregunta 7</i>	62
<i>Figura 11: Indicador Pregunta 8.....</i>	63
<i>Figura 12. Indicador Pregunta 9</i>	64
<i>Figura 13: Indicador Pregunta 10</i>	65
<i>Figura 14. Relacion entre variables</i>	70
<i>Figura 15. Modelo de Farmacia (Formato F)</i>	73
<i>Figura 16. Modelo de Farmacia Formato F (Vista panorámica).....</i>	77
<i>Figura 17. Mapa geográfico del Ecuador</i>	79
<i>Figura 18. Ubicación Zona.....</i>	80
<i>Figura 19. Ubicación Mapasingue Oeste.....</i>	81
<i>Figura 20. Antes</i>	82
<i>Figura 21. Antes</i>	82
<i>Figura 22: Proceso de Producción.....</i>	84
<i>Figura 23. Diagrama de Flujo.....</i>	86
<i>Figura 24. Diagrama de Planta</i>	86
<i>Figura 25. Obra física de planta</i>	87
<i>Figura 26. Organigrama Desarrollo.....</i>	95

Figura 27. Organigrama del proyecto..... 96

Figura 28. Organigrama de Punto de Ventas..... 103

Capítulo I

1. El Problema

1.1. Antecedentes

El nacimiento de las farmacias surge por la aspiración del hombre en luchar contra las enfermedades y la necesidad de pasar del malestar causado por las mismas al bienestar propio de un estado de salud óptimo, no se sabe a ciencia cierta quien fue el primer curandero, brujo, chamán o similar que se dedicaban a los problemas que agobiaban al hombre.

(Nogales, 2018) Algunos autores atribuyen a la sanación del hombre a la época prehistórica donde empleaban varias formas de curaciones, procedimientos rústicos y rituales espiritistas por medio de plantas y diversos tipos de baile para alejar a espíritus malignos. El primer recetario aparece en el occidente de la india en la época del Renacimiento en el siglo VI a.C.

En la edad antigua con la llegada de la civilización se enfatiza los esfuerzos de las personas sanadoras como en el caso de la India que desarrolló medicación Ayurveda (medicina tradicional de la india) como la coloquintia o el cannabis en el siglo IX que hasta el momento se utiliza ya que combina cuerpo, mente y espíritu, esta medicina era elaborada y resguardada por miembros sacerdotales. Egipto tenía su propio Dios farmacéutico llamado Anubis y basados en su mitología era la diosa Isis quien plantaba medicinas naturales y enseñó a sus hijos, los dioses Horus y Anubis, quienes aprendieron de este trabajo que más adelante los convertiría en proveedores de medicamentos para el resto de las personas, el trabajo realizado por los dioses era vigilando por Thot dios de la sabiduría.

El aprendizaje de la medicina y farmacia era enseñado a los sacerdotes en áreas llamados “casas de vida” lugar en el cual también era utilizado para guardar la medicina ya elaborada. La historia de la farmacia demuestra que los medicamentos surgen de la estrecha relación con la sociedad y los diferentes factores que conforman el marco de producción y utilización de los mismos, como la tecnología, los recursos económicos, los factores morales, políticos, filosóficos y religiosos. Cada vez el índice de patologías a nivel mundial va en aumento, siendo esto más preocupante para los habitantes.

(Herrera, 2015) En cuanto a Ecuador la búsqueda de medicina ha sido un factor preocupante para la población debido a las diferentes necesidades alineadas a la salud, esta ha venido evolucionando desde la época prehistórica donde se mencionan a personajes como son los shaman, sacerdotes y curanderos estos se encargaban de realizar rituales terapéuticos identificando plantas medicinales que ayudaban a aliviar diferentes tipos de dolencias. Europa lugar de origen de los colonizadores, donde las primeras farmacias empezaron a relucir a partir del siglo XIII, con el ingreso de las farmacias los curanderos, shamanes y sacerdotes empezaron a desaparecer. En Ecuador la historia de las Farmacias se dio con la llegada y partida de los españoles.

En la época colonial las primeras boticas eran administradas concisamente por un boticario quien contaba con una autorización dada por el Rey, el boticario se encargada de preparar las fórmulas medicinales dadas por un médico titulado, las recetas estaban basadas bajo el Dossier medico parisino Jean de Renou quien transformo sus virtuosas recetas a “Institutionium Pharmaceuticarum” este era un conciente necesario y exigible para la preparación de las formulas dadas por los

médicos, esto obligó a los recetarios a instruirse en el idioma Latín lo que les ayudaba a tener un nivel superior de conocimiento frente a los curanderos que existían en aquella época.

La preparación de las fórmulas dadas por los médicos les llevaba a los boticarios alrededor de dos horas, esto hacía que los clientes debían esperar todo este tiempo fuera de la farmacia hasta recibir su medicina ya elaborada, para evitar la incomodidad de los clientes las boticas tenían fuera de sus locales largos sillones donde los clientes podían sentarse a esperar su medicina. En la época actual esto ya no se usa puesto que toda la medicina que se necesita está elaborada y lista para el consumo de los clientes, está comprobado que en aquel tiempo los boticarios cumplían con diferentes funciones en su botica, a más de preparar las fórmulas respectivas dadas por los médicos desempeñaban su rol en tener provista su botica de diferentes fórmulas propicias para la elaboración de recetas solicitadas por los clientes, esto involucraba que el boticario debía cumplir con la logística y conservación de la medicina certificando que las fórmulas utilizadas eran las correctas tanto en nombre como en gramaje y respetando los precios establecidos por el cabildo.

Entre los siglos XVI y XX aparecen las primeras boticas en Ecuador en las ciudades de Quito, Guayaquil y Cuenca, siendo Quito la primera ciudad en contar con una botica. En Quito Luis Tabón de origen francés en 1610 fue el primer boticario que consigue un permiso para instalar una tienda pública y botica en la ciudad, pasado cierto tiempo surge la botica de los Jesuitas y los Belmitas, que la iniciaron en su convento y posteriormente dentro de un hospital, esto da inicio que para la década de los años 20 en el siglo XVI Quito ya poseía varias farmacias, fue Tabón quien consiguió que las boticas salgan de carácter legal y formal en el país.

Para el siglo XVIII la ciudad de Quito ya contaba con tres boticas, pero en la última década de este mismo siglo surgen pequeños visionarios que dan inicio a un importante número de boticas y logran consolidarse en las primeras décadas del siglo XIX, haciendo a un lado las tres farmacias que existían anteriormente.

Ubicación del problema en un contexto

En Guayaquil en el siglo XVII Alonso Preciado fue el primer boticario en esta ciudad que solicitó permiso para abrir una botica y al finalizar este siglo la ciudad ya contaba con tres boticas, tiempo más tarde aparece un nuevo boticario llamado Pedro Gaudino quien instala dos boticas en la ciudad, Guayaquil atraviesa un momento difícil por parte del cabildo quien aduce que las boticas que cuenta esta ciudad están sobrevaluando la medicina en comparación a los valores que ofrecen las boticas de otras ciudades.

Ante esta problemática el cabildo ordena sean revisados todos los títulos de los boticarios y expulsar a quienes no cumplan con los requisitos establecidos, luego de estos acontecimientos suscitados el cabildo establece que todos los nuevos aspirantes a implementar una botica debían rendir estudios de consentimiento que avalen su calidad de boticarios. Para las primeras décadas del siglo XIX Guayaquil contaba con más de 10 boticas operando normal y legalmente para toda la ciudadanía, para esta época Guayaquil ya contaba con la cantidad suficiente de médicos y cirujanos para crear su propio consejo médico.

En 1860 Guayaquil obtiene un notable crecimiento en la industria farmacéutica pues existían varios emprendedores que contaban con varias boticas en la ciudad puesto que este mercado es muy rentable su desarrollo cada vez iba en aumento. En la ciudad de Cuenca se establece la primera botica moderna contando con un inventario de medicamento más actualizados los mismo que era prescritos

para varias dolencias de los pacientes, dado que era una ciudad que esta implementado un sistema moderno en el ámbito farmacéutico la exigencia para cumplir con los requisitos farmacéuticos e instalar una botica nueva eran prácticamente imposible de conseguir.

Debido a las múltiples exigencias dictadas por el cabildo Cuenca consigue esparcir su mercado farmacéutico a finales del siglo XIX con cinco boticas en la ciudad, siendo Cuenca la tercera ciudad del Ecuador con contar con boticas al servicio de la ciudadanía. Como se observa en Ecuador fue en estas tres ciudades las primeras en ofrecer un servicio de boticas las mismas que brindaban sus productos de manera artesanal ya que eran elaboradas según las indicaciones del médico profesional, debido a que la demanda de la medicina se incrementaba cada vez más se percibió la oportunidad de transformar la medicina artesanal a una más elaborada que pudiera ofrecer a los clientes mejores ofertas y beneficios para ellos.

Es a partir de estos sucesos el mercado de las boticas se vuelve más dinámico y competitivo ya que cada vez surgen nuevos empresarios que querían ingresar al negocio de boticas y crean pilotos de distribución y cadenas de boticas las mismas que ofrecen medicamentos mejor elaborados y con un vencimiento más prolongando que las medicinas que se ofrecían anteriormente por los boticarios. En la actualidad el mercado farmacéutico ha evolucionado enormemente siendo así que en esta época ya no se exige que personas que atienden en las farmacias sean químicos farmacéuticos especializados en esta rama pues son pocas las farmacias que ofrecen medicina con fórmulas elaboradas artesanalmente ya que en la actualidad se venden productos ya elaborados por farmacéuticas especializadas en este ámbito.

Situación Conflicto

Guayaquil es una ciudad que cada año la población va en aumento en el sector de Mapasingue Oeste se ha visualizado que las localidades de farmacias son escasas, las pocas farmacias están ubicadas solo en la calles principales, dejando desentendido a la ciudadanía que habita lejos del sector principal, esto da origen la necesidad a los ciudadanos de adquirir servicios de salud para su lograr una calidad de vida aceptable, por ende el consumos de productos farmacéuticos ha incrementado su demanda, pero en algunos sectores dicha demanda no se suple en su totalidad.

Por tal motivo en la parroquia Tarqui de la ciudad de Guayaquil existe la necesidad de crear una farmacia ya que las personas aledañas al sector central de Mapasingue no cuentan con una farmacia cercana a ellos por lo que tiene que trasladarse o caminar varias cuadras para llegar a una farmacia que supla sus necesidades, esto ocasiona malestar a la comunidad.

Ante esta problemática surge la idea e importancia de crear una farmacia en el sector Mapasingue Oeste del cantón Guayaquil, para facilitar a los ciudadanos de este sector tenga la comodidad de realizar sus compras de medicina e insumos de higiene personal, en una farmacia no tan alejadas de sus viviendas, este es un sector estratégico para cubrir esta demanda requerida, y ofrecer a los usuarios una atención profesional, personalizada con variedad de productos farmacéuticos y también productos de consumo básicos de higiene personal.

1.2. Formulación del problema

¿Cómo determinar la prefactibilidad financiera, que tendría la creación de farmacia franquiciada Cruz Azul, ubicada en el sector de Mapasingue Oeste del cantón Guayaquil, Provincia del Guayas en el año 2019?

1.3.Delimitación del problema

Campo	: Empresarial
Área	: Financiera
Aspectos	: Prefactibilidad Financiera, farmacia franquiciada.
Tema	: Proyecto de Prefactibilidad financiera para la creación de farmacia franquiciada Cruz Azul en el sector de Mapasingue Oeste del cantón Guayaquil.
Espacio	: Parroquia Tarqui, Sector Mapasingue Oeste, Cantón Guayaquil, Provincia Guayas
Tiempo	: 2018
Línea de Investigación	: Desarrollo e Innovación Empresarial

1.4.VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN

- Variable independiente: Prefactibilidad financiera
- Variable dependiente : Creación farmacia franquiciada

1.5.OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Objetivo General

- Determinar la prefactibilidad financiera, para la creación de farmacia franquiciada Cruz Azul, en el sector de Mapasingue Oeste del cantón Guayaquil.

Objetivo Específicos

- Diagnosticar la situación problemática actual de la necesidad de una farmacia en el sector de Mapasingue Oeste

- Fundamentar teóricamente la importancia del estudio de prefactibilidad y farmacia franquiciada.
- Analizar las técnicas e instrumentación requerida en el proyecto de farmacia franquiciada.
- Elaborar el proyecto de prefactibilidad financiera de la farmacia franquiciada Cruz Azul.

1.6.Preguntas de Investigación

- ¿Cómo diagnosticar la situación actual de la necesidad de una farmacia en el sector de Mapasingue Oeste?
- ¿Quiénes son los teóricos que discutieron de la importancia de la medicina en la sociedad?
- ¿Qué técnicas e instrumentos se requieren en el proyecto de farmacia franquiciada?
- ¿Cuándo se ejecutará el trabajo de prefactibilidad financiera de la farmacia franquiciada Cruz Azul?

1.7.Justificación e Importancia

La ciudadanía tiene derecho a una vida de calidad, entre otros aspectos como la alimentación, educación, está la salud, como un derecho se debe brindar a la ciudadanía lugares donde pueda ser atendidos como en centros de salud u hospitales del gobierno o privados según la necesidad y economía de los usuarios, también deben tener acceso ágil a la adquisición de fármacos. Los productos farmacéuticos deben estar disponibles para la ciudadanía, para poder preservar la salud estable de los cuidados, el desarrollo farmacéutico ha incrementado en los últimos años para favorecer a los ciudadanos y proporcionar los productos necesarios y mantener una la calidad de vida saludable.

Para la adquisición de dichos fármacos se debe tener un lugar asequible, donde se pueda encontrar variedad de productos, diversas marcas que estén al gusto o preferencia de los usuarios (de marca o genérico), un lugar abastecido donde tenga productos con las normas de calidad para cumplir a cabalidad con el bienestar que exige la ciudadanía.

Un lugar donde adquirir productos farmacéuticos donde se brinde servicio con personal calificado, que tenga el conocimiento, la confianza, la experiencia, la proximidad a la gente y el profesionalismo requerido. Una adecuada presencia, un buen servicio, son puntos clave para lograr el éxito en una empresa, de esto parte la necesidad de crear un lugar donde marque la diferencia, en el área comercial, el proceso de un desarrollo óptimo, siendo este además de la imagen la parte esencial de lo anterior expuesto.

Una vez descrito la importancia de contar con un lugar adecuado y personal calificado, se consideró realizar el proyecto de investigación en lugar donde la viabilidad de adquirir los productos farmacéuticos e insumo de higiene personal sea asequible, se visualizó un lugar estratégico donde se pueda explotar este mercado y obtener su valor comercial.

Al apreciar que los ciudadanos del sector Mapasingue Oeste se deben trasladar al Sector Mapasingue Oeste Central para poder adquirir los productos farmacéuticos, esto equivale a 10 minutos si se moviliza en bus o 20 a 30 minutos caminando, en vista de estos inconvenientes se consideró realizar el proyecto de investigación para crear una farmacia franquiciada en la Provincia de Guayas del Cantón Guayaquil, Parroquia Tarqui del Sector de Mapasingue Oeste, al no haber una farmacia que cubra la demanda que exige la ciudadanía.

La inexistencia de un lugar farmacéutico en esta zona se deja de abastecer a una gran cantidad de ciudadanos, logrando ser estos posibles clientes, llegue hacer

clientes fieles a esta farmacia. Por esta razón se justifica la importancia de crear una farmacia en el sector, pero no solamente será una opción para productos farmacéuticos; se está proponiendo una farmacia franquiciada Cruz Azul, para cubrir a cabalidad las necesidades de los clientes, al ofrecer un lugar donde pueda adquirir productos de diferente índole como: higiene íntima, cuidado personal, cuidado del cabello, entre otros. En esta podrá encontrar distinción de precios (ahorro) y marcas según la preferencia de los clientes, un lugar con productos farmacéuticos abastecidos (variedad) que cuente con diferentes beneficios para los clientes como: descuentos, promociones, plan de medicación continua para enfermedades progresivas/crónicas.

Viabilidad Económica: Este proyecto se basa en la necesidad que padece el sector de Mapasingue Oeste de la parroquia Tarqui de la ciudad de Guayaquil, debido a que carecen de una farmacia cercana a sus viviendas donde puedan adquirir sus medicinas, artículos de higiene entre otros, ya que las farmacias de este sector son básicamente en el centro del mismo y tendrían que recorrer varias cuadras para llegar a una de ellas, en la farmacia franquiciada Cruz Azul que se pretende implementar tendrán la posibilidad de cubrir sus necesidades ya que contarán con un lugar cercano y con un inventario idóneo donde podrán adquirir sus productos y cubrir esta necesidad y evitar contrariedades que padecen actualmente.

En la farmacia franquiciada Cruz Azul se planea tener un rápido crecimiento tanto a nivel económico y clientes pues no existe una farmacia cercana que haga competencia y el nivel de clientes que se percibe tener en bastante alto, lo cual será de mucha rentabilidad la apertura de esta farmacia en este sector.

Viabilidad Política: La farmacia a aperturar tendrá viabilidad política pues pretende cumplir con todas las políticas y reglamentos que estipula el cabildo, tales como son; permisos respectivos de funcionamiento, seguridad, limpieza, además de contar con un personal capacitado para la atención de los clientes, un espacio

adecuado tanto para el cliente externo como interno, un ambiente adecuado para el mantenimiento apto para el buen mantenimiento de la medicina y demás productos lo cual será de benéfico para los clientes y se estará cumpliendo con las políticas de calidad que estipula la ley de salud.

Viabilidad Tecnológica: Este proyecto tendrá viabilidad tecnológica pues se contara con un sistema tecnológico optimo y rápido el mismo que facilitara la rápida atención y despacho al cliente debido a la eficacia de este sistema operativo el mismo que a más de ser ágil en su facturación también facilitará la visibilidad de stock en cadenas franquiciadas donde se podrá direccionar al cliente en caso de no contar con algún productos en nuestro stock.

Viabilidad Social: La apertura de esta farmacia franquiciada será de beneficio para la sociedad que habita en este parte del sector, al cubrir la demanda de esta zona y garantizando el bienestar de los ciudadanos, contando con el aval de una marca reconocida en el mercado farmacéutico que cuenta con más de 700 puntos de venta a nivel país convirtiéndola en la principal y más grande cadena en farmacias franquiciadas, ya que estará cubriendo la necesidad que padece actualmente el sector de Mapasingue Oeste de la parroquia Tarqui de la ciudad de Guayaquil la misma que actualmente no cuenta con un lugar cercano donde puedan adquirir principalmente sus medicinas.

Resumen Capítulo I

La farmacia franquiciada a implementar contará direrentes tipos de viabilidades que serán de gran beneficio para los habitantes del sector, pues tendrán a su alcance un lugar farmacéutico que les brinda comodidad, cercanía, variedad, economía, seguridad, confianza, agilidad, amabilidad y sobre todo multiples

beneficios para los clientes en sus compras realizadas en esta farmacia franquiciada del sector de Mapasingue Oeste de la ciudad de Guayaquil.

El objetivo que se ofrece en este punto de venta, además de cubrir la incomodidad que padecen actualmente los habitantes de este sector, ofrecerá variados beneficios a todos sus clientes para lograr su fidelización e incrementar las ventas, entre los beneficios que se brindará a la ciudadanía serán; descuentos, promociones, regalos por sus compras, plan de medicación continua para enfermedades crónicas, además de contar con un día al mes donde se ofrecerá descuento en todo el portafolio de productos.

Esto hará que la farmacia gane participación de mercado en este sector de la ciudad, lo mismo hará que cada vez más se incremente el número de clientes y por ende las ventas vallan ganando un crecimiento significativo para los inversionistas de este proyecto y ayudará a los habitantes del sector antes mencionado.

Capítulo II

2.1.Fundamentación Teórica

Prefactibilidad Financiera

(Chain & Chain, 2000) Se basa en un estudio de investigación, basándose principalmente en información de fuentes secundarias para definir con cierta certeza las variables principales referidas al mercado, a las posibilidades técnicas de producción y a la capacidad financiera de los inversionistas.

Se caracteriza por descartar soluciones con mayores elementos de juicio, donde se profundizan los aspectos señalados preliminarmente como críticos por el estudio de perfil. Es una investigación basada en información no demostrativa, es decir información secundaria.

La Prefactibilidad consiste en crear un estudio viable, técnico, financiero, benéfico etc, con la finalidad de recaudar información para elaborar un flujo de caja para el propósito que se desea realizar. (Mexico, 2017)

Podemos mencionar que un estudio de prefactibilidad lo realizamos para determinar la inversión del proyecto que se vaya a realizar con la finalidad de obtener la información necesario de diagnosticar si el proyecto será rentable o no. La prefactibilidad no es otra cosa que el estudio preparatorio de una idea para establecer la viabilidad del mismo y transformarla en algo real, en algo tangible, siempre y cuando se determine que este será un proyecto que deje rentabilidad al dueño o al creador del proyecto (Porto J. P., 2015).

Se indica que una prefactibilidad ofrece la oportunidad de tener una visión más clara de un proyecto a implementar con el objetivo de precisar la rentabilidad del plan y ofrecer beneficios al sector donde se implementará dicho proyecto.

Un estudio de prefactibilidad se considera diversas variables y se delibera sobre los puntos importantes de la idea, si se concluye la posibilidad de poner en marcha dicho proyecto se debe contar con la factibilidad para ponerlo en práctica. (Merino, 2015).

La prefactibilidad permite reunir información con el objetivo de elaborar el proyecto planeado y la inversión que se va a considerar para la ejecución de este, se debe emplear metodologías de preparación y evaluación de proyectos para su ejecución. (Thompson, 2013)

Estudio que permite emplear metodologías para evaluar el proyecto que se va a implementar y considerar si será rentable para considerarlo hacerlo factible. Prefactibilidad es una fase en donde se realiza una apreciación más profunda y completa de las disyuntivas detalladas en la etapa de alrededor de posibles soluciones. Como consecuencia en esta etapa se intenta: eliminar las opciones no viables, seleccionar aquellas opciones factibles para el proyecto y esperar que el directorio tome una decisión de las alternativas dadas. (Cepal, 2015)

Prefactibilidad proceso detallado de estudio o también llamado ante-proyecto fase que consiente en conocer la viabilidad productiva, técnica, lógico, funcionaria y de capital financiero para comprobar de manera más segura el rendimiento del proyecto que se desea implementar, también se considera si este proyecto servirá de beneficio a la sociedad para el mejoramiento de la calidad de vida de dichos habitantes. Llegando con este estudio a recomendación de su continuación a niveles más profundos, su abandono o postergación hasta que se cumplan ciertas condiciones mínimas que deberán determinarse o explicarse.

(Chain & Chain, 2000) También existe estudio de factibilidad en que consiste en un estudio terminado, que se elabora en base a la información previa, donde las variables cualitativas son escasas habiendo ser analizadas con estudios anteriores. Las variables que representen dineros son demostrativas en la cual se justifica la viabilidad económica del proyecto.

La etapa de factibilidad es el último paso para determinar el estudio preinversional, en esta parte el investigador debe ver además que su viabilidad debe conocer como disminuir el impacto económico que se puede presentar como: localización del proyecto, la tecnología entre otros.

(Rodriguez, 2012) La factibilidad se estudia los ítems o recursos necesarios para que se lleve a cabo los objetivos y metas trazados durante el estudio Prefactibilidad, pero con estudio de factibilidad se determina las herramientas para que se lleve cabo el proyecto.

Existen varios tipos de factibilidades:

- Técnica : Se refiere a la tecnología necesaria para llegar a cabo el proyecto
- Económico: Va dirigido a los beneficios económicos
- Operacional: Se indica la parte operativa

El proyecto que se realizará se estudió de Prefactibilidad donde se realizara un estudio de mercado, estudio legal y financiero, con el fin de sustentar su viabilidad económica y la inversión que se debe realizar para llevar a cabo el proyecto.

Se entiende por estudio de prefactibilidad las investigaciones técnicas, financieras y las opciones de inversión que den solución al problema o proyecto diseñado, los objetivos de la prefactibilidad se deberán llevar a cabo con la respectiva preparación y elaboración del proyecto que mostrarse conforme a la reducción de aristas de fluctuación mediante los itinerarios o indicadores de rentabilidad esto ayudara al dueño del proyecto a una buena toma de decisión en la inversión o no del proyecto planteado. (Wordpress, 2012)

Por los antes mencionado un estudio de prefactibilidad será de mucho beneficio para el o los dueños de un proyecto a implementar, ya que con este estudio previamente realizado se determinará la productividad del proyecto y ayudará a sus mentores a la toma de una acertada decisión. Un estudio de prefactibilidad debe tener diversidad de alternativas con su respectivo análisis el cual debe ser fundamental para tomar una decisión sobre el proyecto planeado, en otras palabras, de debe realizar una comparación del escenario actual con el proyecto y sin él, esto ayudará a determinar su implementación o tomar otra alternativa. (Wordpress, 2012).

Cuando se realiza un estudio de prefactibilidad debe existir diferentes alternativas para tener una visión más amplia de lo que se pretende realizar con el proyecto, si este va a servir de beneficio y dejara rentabilidad o no para sus empresarios o dueños del proyecto, realizar un diagnóstico del actual contexto donde se aspira implementar dicho proyecto e identificar el problema a solucionar, será de gran beneficio ya que ayudara a tomar una correcta decisión o tener otras alternativas donde se pueda implementar el proyecto planeado y que servirá de beneficios tanto para su dueño y para la ciudadanía.

Farmacia Franquiciada

Se puede definir como franquicia un modelo de negocio empresarial de éxito, en el que el empresario dueño de la franquicia es quién concede la autorización para el uso de la marca y el sistema que se utilizará en la misma, esto significa que la farmacia franquiciada manejar un modelo de negocio alineado a las directrices asignadas por el empresario franquiciante manteniéndose de manera uniforme al resto de franquicias tanto en precios, imagen y atención al cliente. (Tarbutton, 1986).

Pharmakeía como conoce el concepto de farmacia en el vocablo griego, que determina al manejo de medicamentos, rama dedicada a la elaboración y composición de productos que se utilizan para conservar o recuperar la salud.

Igualmente se denomina farmacia a la profesión que radica en dicha acción y al sitio donde labora el experto especialista en esta rama. También poder mencionar que farmacia es un lugar dedicado a la preparación, almacenamiento y ventas de medicina así como también diversos productos de higiene personal entre otros. (Porto J. P., Definición, 2017)

Actualmente a diferencia de tiempos remotos la producción o elaboración de la medicina la realizan laboratorios de la industria farmacéutica, los mismos que trabajan e investigan sobre las moléculas a distribuir en el mercado farmacéutico, para que el distribuidor y consumidor final pueda satisfacer sus necesidades y dolencias que sufre.

(Porto J. P., 2017) El vocablo griego pharmakeía, se denomina a la utilización de medicinas, llegó al francés antiguo como farmacie, derivándose en el término farmacia. El concepto refiere a la ciencia dedicada a la combinación de productos y preparación que son utilizado para mantener o recuperar la salud. Los productos

farmacéuticos son regulados por varias normas. Hay medicamentos de venta libre, y otros que solo se suministran con receta de un profesional médico. Además, las farmacias comercializan apósitos, gasas y otros artículos vinculado al cuidado de la salud y el tratamiento de lesiones y enfermedades.

Franquicia

Franquicia es un estándar de comercialización de productos o categóricos servicios donde el representante de la marca es el franquiciante y el interesado en la en representar esta marca es el franquiciado, las dos partes establecen un acuerdo en el cual se detalla diversas derechos y obligaciones que las dos partes deben cumplir. (Lynn, 2004).

Becerra señala que franquicia es un convenio contractual entre dos partes tanto naturales como jurídicas en donde el franquiciador cede baja contextos explícitos a la parte franquiciada los derechos y uso de su marca y la comercialización de los productos que el franquiciante le otorgara para su distribución a cambio de un pago inaugural de sociedad y continuos pagos en relación al volumen de venta que realice el franquiciado. (Becerra, 2004).

También se puede mencionar que una franquicia en un tipo de licencia en la cual el franquiciador vende el mismo que incluye: marca registrada, equipos, materiales, sistema, lineamientos administrativos en otros elementos.

En una franquicia se puede mencionar y determinar varios elementos que son muy importantes al momento de realizar un acuerdo con el franquiciador y determinar que el negocio a implementar en una franquicia: manejo de la marca o nombre inscrito, pago de honorarios y regalías, abastecimiento de productos, propiedad diferente, entre otros.

Tipos de Franquicia

Existen diferentes tipos de Franquicia podemos mencionar las siguientes:

- Franquicias de Producción
- Franquicias de Distribución
- Franquicias de Servicios
- Franquicias Industriales
- Franquicias Asociativas
- Franquicias Financiera
- Franquicias Activa
- Franquicias Master
- Franquicia de conversión,
- entre otras.

Conformación de la Franquicia.

Las franquicias están conformadas por los siguientes pasos:

- Establecer los productos o servicios de la franquicia
- Cumplir con los requisitos que establece la ley
- Establecer reglamentos operativos
- Crear manual de operaciones
- Realizar presupuesto de ventas para la franquicia
- Establecer programa de capacitación
- Establecer el centro de servicios a clientes.

Todos y cada uno de los pasos mencionados son muy significativos y amerita cumplirlos de manera disciplinada ya que de esto dependerá el triunfo o ruina de la franquicia. El propósito de crear los pasos es para obtener una definición de lo que se planea realizar tanto con la franquicia, personal de atención y clientes.

Beneficios en una franquicia.

- Comunicación de promociones y descuentos en la franquicia
- Reclutamientos de personal
- Ser reconocidos en el Mercado
- Pertener a una cadena de franquicia reconocida
- Ganar mayor afluencia de clientes por la marca que se representa.

Entre los puntos antes mencionados el franquiciado debe aprovechar los diferentes beneficios que le ofrece el franquiciador, esto le ayudara a incrementar su ticket promedio por clientes ya que está representando a una marca ya reconocida en el mercado esto aumenta su posibilidad de éxito en su negocio, de aperturar mas sucursales en la industria a la que está representado, aumentar su credibilidad como marca y ampliar su cartera de clientes ofreciendo los múltiples beneficios para ellos.

Sucursal

Se denomina a los establecimientos secundarios dotado de presencia permanente y de cierta autonomía de gestión a través en que se desarrollará, total o de forma parcial, las actividades de la sociedad matriz (Nicuesa, 2016)

La farmacia a implementar será una sucursal de la cadena de farmacias más grandes a nivel nacional, en la que a más se estar representando a esta marca se debe

cuidar la imagen de la misma brindando una atención de primera a los clientes.

2.1.1. Estudio de Mercado

(Rico, Estudios de Mercado, 2017) Conjunto de acciones que se diseñan para evaluar y tener conocimiento del comportamiento del mercado sobre las actividades comerciales, tanto con los diferentes proveedores y la competencia; aprovechando las oportunidades tanto de sell in y sell out que se ofrece para poder incursionar y desarrollarse en este clúster.

(Ramos, 2013) Estudio que sirve para analizar la situación actual de un bien o servicio y sus posibles probabilidades de incursionar en el mercado. En este estudio se investiga la acogida y petición del comercio a desarrollar, así como los medios de comercialización. La finalidad de un estudio de mercado es determinar con claridad el target de mercado y el crecimiento al que queremos llegar.

2.1.2. Estudio Organizacional

(Méndez, 2014) Determina las fortalezas y debilidades de una organización. Su capacidad operativa para definir los períodos de transformación, evolución y mantenimiento; Esto determina que la organización debe considerar para cada proyecto la estructura que va a manejar conforme a los parámetros establecidos por la organización y su futuro desempeño en el mercado.

En las farmacias en general se debe considerar un equipo de trabajo para desarrollar las diferentes actividades que implique la atención de una farmacia. Por ejemplo, el cumplimiento en ventas y metas establecidas por la organización, según la definición de la marca que represente.

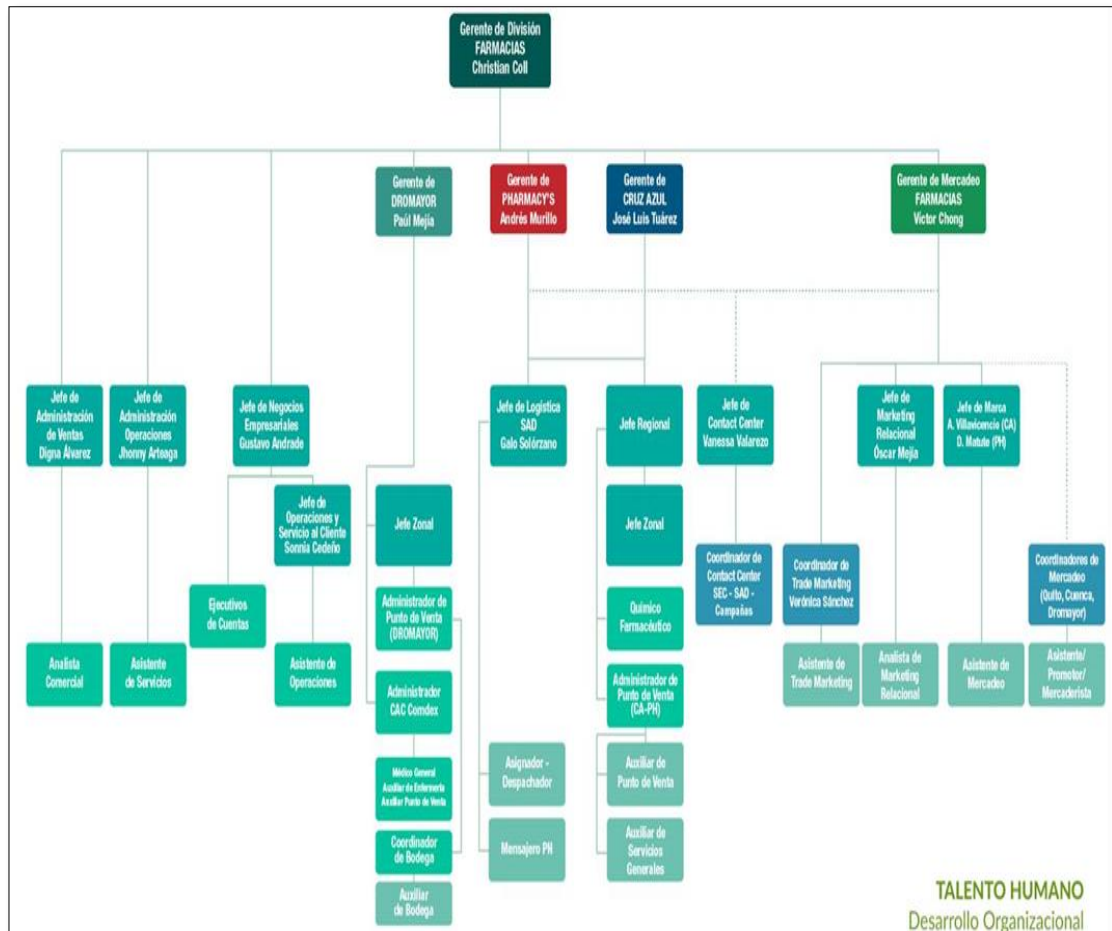


Figura 1. Desarrollo Organizacional Franquicias

Tomado de Talento Humano Grupo DIFARE 2019

La atención que se brinde al cliente tanto interno como externo, ya que de esto dependerá su fidelización con la farmacia franquiciada que se implemente, ofrecer los diferentes beneficios que obtendrán al comprar en esta farmacia como son; descuentos, promociones, plan de medicinas continuas, regalos por sus compras etc, esto beneficiara a ambas partes tanto franquiciado como cliente será un ganar – ganar mutuo, asegurando un crecimiento tanto en ventas como en clientes.

2.1.3 Estudio Financiero

(Federico, 2009) Tiene como finalidad diagnosticar, dictaminar y reglamentar los datos financieros en un proyecto, en otras palabras, un estudio económico que

indica todos los gastos y costos de inversión que se derivan de estudios anteriores realizados, para la elaboración y análisis con el objetivo de fundamentar el proyecto y comprobar su rentabilidad.

Cruz Azul es la marca que representa la red de farmacias de total cobertura, con una participación de 700 farmacias a nivel nacional, con el stock más completo de medicamentos y productos de consumo que aseguran el cuidado integral de la salud e higiene de las familias. Según la Secretaria de Economía (SE) existe más de 1000 marcas de franquicias a nivel nacional, cada franquicia tiene diferentes costos de inversión en muchas ocasiones la cuota varía de acuerdo a que si el franquiciado desea local o cuenta con su propio local para poder implementar su franquicia.

Los costos de franquicias varían según el tamaño del negocio, los costos son comparados por el franquiciado con los de la competencia y finalmente el será quien seleccione la estrategia o mejor opción para implementa su franquicia. Estos contos van desde los \$10,000.00 en adelante hasta aproximadamente \$100,000.00 cabe mencionar que este monto es cancelado en la cuota inicial de apertura de la franquicia, en varias ocasiones esto incluye el monto del primer inventario y varios elementos de funcionamiento, habitualmente esto simboliza entre el 10 y 20% de la inversión total del Franquiciante. Generalmente en una franquicia de puede visualizar su punto de equilibrio a partir de los 3 meses de trabajo, a partir de este tiempo empezaran a incrementar su nivel de clientes y por lo tanto de ventas y empezara a generar ganancias.



Figura 2. Principales Franquicias en Ecuador
Nota: Recuperado <https://aefran.org/miembros/>



Figura 3. Principales Franquicias en el Mundo
Nota: Recuperado <https://www.google.com.ec/principalesfranquiciasenelmundo&source>

2.1.4 Estudio Técnico

(MARINA, 2013) El estudio técnico es la etapa en la que se contemplan aspectos técnicos operativos que son obligatorios para el uso eficiente de recursos en la producción de un bien o servicio. Su importancia radica en la valorización económica de las variables técnicas, que permita un análisis exacto o aproximado de los elementos necesarios para el proyecto.

Ya que todo estudio técnico se realiza con el fin de demostrar la viabilidad del Negocio, Se requiere analizar con profundidad y objetividad los aspectos del mercado, tratando de extraer reglamentos y juicios técnicos que nos ayuden a poder corroborar las alternativas que mejor se adapten, ligadas a las expectativas del negocio.

2.2. Marco Referencial

(Robalino Muñiz, Rosa Claudiana, Sacoto Fuentes, Carlos Francisco, 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. Universidad de Milagro. Facultad Ciencias Administrativas y Comerciales. Tesis de Ingeniería Comercial.

La presente propuesta se refiere a la creación de una farmacia franquiciada Cruz Azul debido a la ciudadanía que habita en el sector de la Av. Amazonas del cantón Milagro carece de un establecimiento farmacéutico donde pueda adquirir sus medicamentos y productos básicos de higiene entre otras necesidades.

Para la implementación de la farmacia franquiciada se aplicaron técnicas investigativas para la respectiva justificación de su implementación, así como también se detectó la problemática existente entre sus habitantes, objetivos, formulación de la problemática y su respectiva justificación.

La semejanza de esta idea de negocio con el presente trabajo de investigación radica en la necesidad de la creación de una farmacia franquiciada Cruz Azul la cual posee características análogas basada en la necesidad y carencia que padece un determinado sector de la ciudad correspondiente, la creación de esta farmacia cubrirá la insuficiencia de este sector ya que la farmacia a implementar tendrá como misión

cubrir las necesidades de cada uno de los posibles clientes del sector así como también a clientes de conveniencia, brindar una atención de primera con el objetivo de incrementar los clientes y en la actualidad el sector se encuentra desabastecido de un lugar cercano donde puedan acudir con facilidad para adquirir sus medicamentos y otras necesidades presentadas, actualmente las farmacias más cercanas quedan a varios minutos de sus viviendas y esto ocasiona un malestar constante.

(Cárdenas Zambrano, Marcos Sebastian, 2015) Estudio de factibilidad para la apertura de un punto de venta de la cadena cruz azul franquicia mayorfarma. Universidad de Especialidades Espíritu Santo. Área del Conocimiento de Economía y Ciencias Empresariales. Grado Economía, Contabilidad y Auditoría.

El siguiente proyecto tiene como objetivo principal implementar, desarrollar y ejecutar la creación de una farmacia Cruz Azul para determinar su rentabilidad y por ende el bienestar en el sector de salud a los habitantes de la zona noreste de la ciudad de Milagro.

Actualmente las diferentes cadenas de farmacias que existen en la ciudad de Milagro tienen mayor concentración en la parte céntrica de la ciudad dejando privada de farmacias cercanas al sector, con la apertura de este nuevo punto de venta el sector antes mencionado para cubrir sus necesidades de salud.

La farmacia a implementar cuenta con el respaldo de la empresa distribuidora farmacéutica más grande a nivel nacional como lo es el Grupo DIFARE, la misma que brindara a este nuevo local el abastecimiento del inventario y diversos equipos para el correcto funcionamiento del negocio.

La semejanza de este proyecto desarrollado y el que se va a desarrollar es cubrir a un sector desatendido en el ámbito farmacéutico que crea incomodidad a la ciudadanía aledaña al mismo, se tiene como finalidad cubrir este sector con un punto

de venta farmacéutico abastecido por la empresa más grande en el sector farmacéutico como es Grupo DIFARE, el cual será encargado del abastecimiento de inventario de esta farmacia la misma que a más de satisfacer la necesidad de los posibles clientes frecuentes y de interés, asegura una rentabilidad y un crecimiento potencial en ventas y en clientes ya que se está cubriendo una zona desatendida del sector.

(Sarauz, Luis, Vallejo Teljis, Daniela Carolina, 2018) Estudio de factibilidad para la creación de una farmacia franquiciada en el sector de la planada del D.Q.M, periodo 2017-2018. Instituto Tecnológico Cordillera, trabajos de titulación. Administración de Boticas y Farmacias. Incubadora Empresarial. Tecnología en Administración de Boticas y Farmacias. El mencionado proyecto tiene como propósito desarrollará un estudio para diagnosticar la factibilidad para la creación de una farmacia franquiciada Comunitaria en el sector de la Planada al noreste de Quito, la cual estará situada en las calles Peruana y Rio Bigal, la misma que está dirigida a un sector con afluencia de clientes que cuenta con una farmacia poco abastecida la cual no cumple con las necesidades que demanda los clientes de este sector, la farmacia a implementar tiene como intención satisfacer las necesidades de los clientes contando con un amplio portafolio de productos los mismos que estarán al alcance de todo tipo de cliente y un abastecimiento frecuente.

En la farmacia a implementar se ofrecerán descuentos y promociones para todos los clientes con el objetivo de llegar a incrementar la cartera de clientes y aumentar las ventas, también se ofrecerá un día el mes descuentos considerables en todos los productos que ofrece la farmacia.

Este proyecto al que está desarrollándose se tiene como finalidad satisfacer las necesidades de los clientes y contar con un lugar abastecido con amplio

portafolio de productos para cumplir la necesidad del cliente, además se darán descuentos y promociones lo mismo que brindarán múltiples beneficios a los clientes que visiten la farmacia, también se brindarán descuentos especiales a todos los clientes de la farmacia los mismos que van desde descuentos hasta regalos por sus compras.

(Biscarra, 2016) Estudio para Determinar la factibilidad de creación de una sucursal de la farmacia comunitaria Alexandra en el Barrio Orellana de la Ciudad de nueva Loja, provincia de Sucumbíos, Universidad Nacional de Loja Modalidad Estudios a Distancia Carrera de Administración de Empresa.

El proyecto mencionado la autora refiere en determinar la factibilidad al crear una farmacia comunitaria, mediante métodos y técnicas de investigación: inductivo, deductivo y sintomático, la demanda de los clientes era insatisfecha, el estudio técnico dio como resultado para crear un nuevo negocio, según la demanda, se determinó: la ubicación donde se iba a realizar el proyecto y el tiempo promedio de atención.

El estudio organizacional dio como resultado que para la implementación de la farmacia se requería cinco personas.

Se calculó la utilidad que iba a tener el proyecto desde el primer año hasta el quinto año determinando la viabilidad económica.

Las semejanzas en este proyecto es que se realizará un estudio de mercado en la Zona de Mapasingue Oeste, se determinará la ubicación óptima donde será posible realizar el proyecto propuesto.

También se contará con un análisis del estudio organizacional para cuantificar con cuantas personas se necesita para que sea operativa la farmacia, así

como la estructura jerárquica, la misma que servirá para determinar las funciones y obligaciones de cada persona según su orden jerárquico.

Un estudio financiero para determinar si existe viabilidad económica al proyecto que se plantea llevar a cabo en el Sector Mapasingue Oeste, se debe también proyectar en que tiempo se tiene contemplado el retorno del capital invertido, así mismo las ganancias del proyecto.

(Cahuate Veintimilla, 2014) Estudio de Factibilidad para la Creación de una Farmacia En La Parroquia Del Condado Barrio Colinas Del Norte. Instituto Tecnológico “Cordillera” 2014.

El proyecto se trata de crear una farmacia con el objetivo de beneficiar a los habitantes del sector de la parroquia del Condado Barrio Colinas del Norte, con la venta de medicamentos de calidad y atención de primera, distinción de precios y marcas.

Realizó encuesta para ver el comportamiento y preferencia de los consumidores del sector para ver la actividad comercial de la zona. Las encuestas les sirvieron para realizar el estudio de mercado y un estudio financiero para corroborar la viabilidad social, económica y financiera.

La semejanza con el proyecto que también realizará estudio de mercado por medio de encuesta para ver el comportamiento de los posibles clientes, también tiene similitud porque existe un mercado no explotado que podría ser cubierto con la implementación de la farmacia franquiciada.

Logrando tener una viabilidad social con los habitantes del sector de Mapasingue Oeste, quienes serán los principales beneficiados de este proyecto ya que ayudará a cubrir la necesidad que padecen actualmente.

(Miguel Andrade Herrera, 2012) Estudio de factibilidad para la creación de

una farmacia con franquicia de la cadena farmacéutica Cruz Azul en el sector de la Avenida Amazonas del Cantón de Milagro, Universidad Estatal de Milagro.

El proyecto se determinó las necesidades del Cantón de Milagro Av. Amazona se usaron técnicas de investigación que sirvió para determinar la importación de crear la farmacia franquiciada, plasmando sus objetivos, sus delimitaciones, realizando encuesta a los ciudadanos de la zona afectada para justificar la creación de la farmacia, así como su rentabilidad.

Existe semejanza con el proyecto porque también se determinará el objetivo general y los objetivos específicos, también sus delimitaciones, la importación y justificación para la creación del proyecto, se realizará estudio técnico, estudio legal y estudio financiero para determinar la viabilidad social, económica del proyecto propuesto.

Para realiza este proyecto se han considerado diferentes documentos afines al proyecto a desarrollar con el objetivo de que sirvan de guía para el avance del mismo.

Según lo expresado por los diferentes autores indican que el lugar donde implementemos nuestro negocio y las técnicas a utilizar para su desarrollo y ver el crecimiento del mismo va a determinar qué tan rentable se el negocio.

Lo que se requiere en este proyecto en implementar una farmacia franquiciada en un lugar estratégico para cubrir las necesidades de la ciudadanía que está alejada de farmacias de la zona central del sector brindando un lugar más cercano a sus hogares, donde se ofrecerá atención de los clientes brindando confianza de contar con un lugar donde alguien se preocupe por su salud brindando asesoría con responsabilidad y cortesía, donde pueda ahorrar en la compra de sus medicinas y sobre todo que encuentre diversidad de productos para satisfacer sus

necesidades.

2.3 Marco Legal

Se basa en primer lugar en la Constitución de la República del Ecuador
Decreto Legislativo s/n Registro Oficial 449 de 20 de octubre de 2008

La Constitución consta de 444 Artículos, 30 Disposiciones Transitorias y 1
Régimen de Transición

Sección octava Trabajo y seguridad social

Art. 33.- El trabajo es deber social y un derecho económico, fuente de realización personal y base de la economía. El Estado garantizará a las personas trabajadoras el pleno respeto a su dignidad, una vida decorosa, remuneraciones y retribuciones justas y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado.

Título VI - Régimen De Desarrollo - Capítulo primero

Principios generales

Art. 276.- El régimen de desarrollo tendrá los siguientes objetivos:

1. Mejorar la calidad y esperanza de vida, aumentar las capacidades y potencialidades de la población en el marco de los principios y derechos que establece la Constitución.

2. Construir un sistema económico, justo, democrático, productivo, solidario y sostenible basado en la distribución igualitaria de los beneficios del desarrollo, de los medios de producción y en la generación de trabajo digno y estable.

3. Fomentar la participación y el control social, con reconocimiento de las diversas identidades y promoción de su representación equitativa, en todas las fases de la gestión del poder público.

Capítulo sexto - Trabajo y producción- Sección primera

Formas de organización de la producción y su gestión

Art. 319.- Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, autónomas y mixtas.

El Estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza; alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional.

Se basa en la Constitución de la República del Ecuador del Plan Nacional

Toda la vida 2017-2021:

- **Objetivo 9.** Garantizar la soberanía y la paz, y proporcionar estratégicamente al país en la región y el mundo.
- 9.3 Crear y fortalecer los vínculos políticos, sociales, económicos, turísticos, ambientales, académicos y culturales, y las líneas de cooperación para la investigación, innovación y transferencia tecnológica con socios estratégicos de Ecuador.
- 9.6 Proteger y promover los derechos de las personas en situación de movilidad humana en el territorio nacional y en el exterior.

Reglamento de Control y Funcionamiento de los Establecimientos Farmacéuticos

Art. 130 de la Ley Orgánica de Salud, dispone que los establecimientos

sujetos a control sanitario para su funcionamiento deberán contar con el permiso otorgado por la autoridad sanitaria nacional;

Expedir El Reglamento de Control y Funcionamiento de los Establecimientos Farmacéuticos.

De Aplicación **Art. 1.-** El funcionamiento y control de botiquines, farmacias, distribuidoras farmacéuticas, casas de representación y laboratorios farmacéuticos, públicos y privados que se encuentran en todo el territorio nacional a los que se refiere el Art. 165 de la Ley Orgánica de Salud, están sujetos a las disposiciones establecidas en el presente reglamento.

De las Farmacias **Art. 2.-** Las farmacias son establecimientos farmacéuticos autorizados para la dispensación y expendio de medicamentos de uso y consumo humano, especialidades farmacéuticas, productos naturales procesados de uso medicinal, productos biológicos, insumos y dispositivos médicos, cosméticos, productos dentales, así como para la preparación y venta de fórmulas oficinales y magistrales. Deben cumplir con buenas prácticas de farmacia. Requieren para su funcionamiento la dirección técnica y responsabilidad de un profesional químico farmacéutico o bioquímico farmacéutico.

Art. 3.- Las direcciones provinciales de salud en el primer trimestre de cada año procederán al estudio de la sectorización para determinar los sitios en el área urbana, urbano marginal y rural en donde podrán ubicarse farmacias y botiquines, de conformidad con el reglamento pertinente.

Art. 4.- En las direcciones provinciales de salud se exhibirá para conocimiento de los interesados, el estudio de sectorización aprobado por el Proceso

de Control y Mejoramiento en Vigilancia Sanitaria, documento en el cual constarán los sectores en donde se podrá autorizar el funcionamiento y traslado de farmacias y botiquines.

Art. 5.- La Dirección Provincial de Salud concederá permiso para la instalación de farmacias privadas cuando se justifique su necesidad, por el incremento de la densidad poblacional en un sector determinado y el número de establecimientos similares que haber al momento de la solicitud del permiso.

Art. 6.- Para la instalación, cambio de local, o creación de sucursales de una farmacia se requiere el permiso previo de la Dirección Provincial de Salud a través de vigilancia sanitaria provincial.

Art. 7.- (Sustituido por el Art. 1 del Acdo. 0188, R.O. 569, 14-IV-2009).- El traslado de farmacias de un sector a otro está sujeto al estudio de sectorización aprobado por el Proceso de Control y Mejoramiento en Vigilancia Sanitaria. Los traslados dentro de un mismo sector serán autorizados por la Dirección Provincial de Salud y no requerirán de la aprobación en el estudio de sectorización, siempre y cuando no exista otra farmacia a una distancia mínima de trescientos metros del local al que se solicita el traslado.

Capítulo III Del Funcionamiento de las Farmacias

Art. 22.- Toda farmacia, pública, privada o de hospital, para su funcionamiento deberá contar con la responsabilidad técnica de un profesional químico farmacéutico o bioquímico farmacéutico. Un profesional bioquímico farmacéutico o químico farmacéutico podrá ser responsable técnico de hasta dos establecimientos farmacéuticos públicos o privados, sean estos laboratorios farmacéuticos, casas de representación de medicamentos, distribuidoras

farmacéuticas o farmacias; a excepción de los profesionales que laboren en las provincias del Oriente, Santo Domingo de los Tsáchilas y en aquellas provincias en que se compruebe que no existen suficientes profesionales farmacéuticos, en donde se podrá responsabilizar de hasta tres establecimientos farmacéuticos a cada profesional, siempre que la dedicación o carga horaria exigida lo permita. Los profesionales químicos farmacéuticos o bioquímicos farmacéuticos que sean propietarios de establecimientos farmacéuticos, sólo podrán responsabilizarse además del propio establecimiento farmacéutico de uno adicional.

Art. 23.- Son deberes y obligaciones del químico farmacéutico o bioquímico farmacéutico responsable de la farmacia:

- a) ¿Realizar la supervisión técnica permanente para que la adquisición y dispensación de los medicamentos se haga conforme lo determina la ley y normativa vigente?
- b) ¿Verificar fechas de elaboración y de vencimiento de los medicamentos?
- c) ¿Verificar que todos los medicamentos, cosméticos, productos higiénicos y demás productos autorizados para la venta en farmacia, cumplan con los requisitos establecidos para el etiquetado según corresponda?
- d) Controlar que en la farmacia se cumpla con las buenas prácticas de dispensación y farmacia para su normal funcionamiento y se mantenga stock permanente de medicamentos;
- e) Responsabilizarse personalmente de la preparación de recetas o fórmulas magistrales y oficinales;
- f) Responsabilizarse del control permanente de recetas despachadas y al final de cada año, solicitar a la respectiva Dirección Provincial de Salud el permiso para proceder a su destrucción;

- g) Responsabilizarse del control permanente de las recetas específicas para la dispensación de medicamentos que contienen sustancias estupefacientes y psicotrópicas; de este control presentará informes mensuales al Instituto Nacional de Higiene, dentro de los diez primeros días de cada mes; y,
- h) No dispensar y pedir al médico la rectificación de la receta, en el caso de que esta contenga dosis mayores a las prescritas en las farmacopeas oficiales, o que exista incompatibilidad de asociación en la mezcla de dos o más sustancias, salvo el caso en que la dosis esté escrita en letras y subrayada.

Art. 24.- Las personas que atiendan el expendio de medicamentos en las farmacias deberán haber completado el bachillerato como mínimo y haber realizado un curso especial de capacitación en el manejo de medicamentos, dictado por las direcciones provinciales de salud, luego de lo cual éstas les otorgarán el correspondiente carné que les faculta para el desempeño de esta actividad.

Art. 25.- (Reformado por el Art. 8 del Acdo. 0188, R.O. 569, 14-IV-2009).- La Dirección Provincial de Salud respectiva, elaborará el calendario de turnos para las farmacias, el que es de obligatorio cumplimiento.

Las farmacias de turno atenderán durante las veinticuatro horas del día, siete días consecutivos. Las farmacias que no estén de turno atenderán al público mínimo doce horas diarias ininterrumpidas, de lunes a viernes y para atender en sábados, domingos y feriados deberán comunicar a la Dirección Provincial de Salud correspondiente, señalando el horario de atención.

Requisitos para obtener el permiso de funcionamiento de establecimientos farmacéuticos para uso humano:

- Certificado de Salud del personal que labora en la empresa
- Permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos: o LUAE en el caso de establecimientos ubicados en el Distrito Metropolitano de Quito.
- Título del Bioquímico o Químico Farmacéutico responsable del Establecimiento, registrado en el MSP
- Código del uso de cupo para la instalación de farmacias o botiquines asignado por el Sistema Nacional para la Planificación de Farmacias y Botiquines (SIPLAFAR). (Cupo emitido por las Direcciones Provinciales de Salud). (2) o último permiso de funcionamiento
- Contrato de trabajo con el químico farmacéutico o bioquímico farmacéutico debidamente registrado en el Ministerio de Relaciones Laborales
- Croquis exacto del establecimiento
- Plano a escala 1:50 del establecimiento o farmacéutico.

2.4 Variables conceptuales de la investigación

Variable independiente: Prefactibilidad financiera

(Chain & Chain, 2000) Es el estudio de investigación para precisar posible capacidad financiera para definir su impacto en el mercado y alternativas de inversionista.

La Prefactibilidad consiste en crear un estudio viable, técnico, financiero, benéfico etc, con la finalidad de recaudar información para elaborar un flujo de caja para el propósito que se desea realizar. (Mexico, 2017)

Variable Dependiente: Creación farmacia franquiciada

Es replicar un concepto empresarial de éxito en el ámbito farmacéutico, mediante la franquicia pone a dispersión su experiencia, que permite al franquiciado crecer y beneficiarse de las ventajas incorporarse a un modelo de negocio de éxito. (Chain & Chain, 2000).

(Lynn, 2004) Franquicia es un estándar de comercialización de productos o categóricos servicios donde el representante de la marca es el franquiciante y el interesado en la en representar esta marca es el franquiciado, las dos partes establecen un acuerdo en el cual se detalla diversas derechos y obligaciones que las dos partes deben cumplir.

2.5 Operacionalización de las variables

Tabla 1: *Variable Independiente: Prefactibilidad financiera*

Conceptualización	Categoría	Indicadores	Ítems	Técnicas
(Chain & Chain, 2000)	Estudio de mercado	% participación del mercado	¿Conoce usted si las farmacias del sector de Mapasigue Oeste cubren la demanda?	
Es el estudio de investigación para precisar posible capacidad financiera para definir su impacto en el mercado y alternativas de inversionista.	Estudio Organizacional	# personal requerido	¿Cuál es el número de personal que se necesita para el funcionamiento de la farmacia?	Análisis umental
	Estudio Financiero	TIR VAN	¿Cuáles son los requerimientos de capital de trabajo se necesita para crear una farmacia franquiciada? ¿Considera Usted que es viable económicamente y financieramente el realizar la farmacia franquiciada? ¿Cuál es costo de adquirir la franquicia	Entrevista Encuesta

Tabla 2: *Variable Dependiente: Creación farmacia franquiciada*

Conceptualización	Categoría	Indicadores	Ítems	Técnicas
Es replicar un concepto empresarial de éxito en el ámbito farmacéutico, mediante la franquicia pone a disposición su experiencia, que permite al franquiciado crecer y beneficiarse de las ventajas incorporarse a un modelo de negocio de éxito. (Lynn, 2004)	Estudio Legal	Cumplimiento de Normativas legales	¿Cuáles son los permisos que se debe obtener para la implementación de la farmacia? ¿Cuáles son los posibles competidores? ¿Cuál es el monto de inversión que necesita para la creación de una farmacia franquiciada?	Entrevistas
	Estudio Técnico	Valorización del proyecto	¿El inversionista tiene terreno propio? ¿Qué tipo de servicios adicionales se ofrecerá en la farmacia?	Encuesta

2.6 Marco Conceptual

Medicamento

(Jara & Yepez, 2009) El origen los medicamentos se los atribuye al reino vegetal (hojas, frutos, semillas, hongos, entre otros), según fue progresando la historia del ser humano, se van agregando productos extraídos de animales y minerales, hasta alcanzar en la actualidad la sintetizar de sustancia en el laboratorio, por medio de investigaciones y al desarrollo científico y tecnológico.

Medicamentos de nombre químico:

Se refiere a una descripción idéntica de la composición y estructura molecular del medicamento. (Nicandro, 2004)

Nombre genérico o sin propiedad registrada:

Las elaboradas por fabricante por primera vez el medicamento y se convierte en nombre oficial al aparecer en la lista de fármacos autorizados. (Dowshen, 2018)

Nombre comercial o marca registrada:

Es el nombre con el que el fabricante denomina en el mercado el medicamento. Puede a ver varios laboratorios que fabrique un mismo medicamento con distintas denominaciones. (Vivian, 2016)

Sell In

Se refiere a las ventas que se facturan a fabricantes y a clientes directos. En este caso todas las cadenas de autoservicio, departamentales y distribuidores.

(Fuentes, 2017)

Sell Out

Venta realizada a los clientes o proveedores que adquieren los productos en una tienda o distribuidor determinado. (Fuentes, 2017)

El Valor Actual Neto (VAN)

Es un término de inversión la cual se trata de actualizar los cobros y pagos de una inversión o proyecto para saber cuánto se ganará o perderá con la inversión.

(Morales, 2017).

La Tasa Interna de Retorno (TIR)

Se refiere a la rentabilidad o tasa de interés que ofrece una inversión. Es el porcentaje de ganancia o pérdida que la inversión tendrá. (Sevilla, 2017).

Indicador

Es la representación gráfica de los valores cuantificables de una información, los mismo que puede servir para tomas de decisiones o acciones de una empresa

(Porto J. P., definicion.de, 2011)

Target

Significa “objetivo”, pero depende en que ámbito se refiere tiene algunos significados, en marketing se trata al público objetivo que va dirigidos las acciones.

(Borges, 2018)

Inversión

Es introducción de un capital hacia alguna actividad comercial o civil, para alcanzar un beneficio económico, para obtener ganancia esto se puede determinar en tiempo, como corto, mediano o largo plazo. Una inversión es satisfactoria si cumple con los tres elementos importantes como: rentabilidad, tiempo y riesgo. (Porton, 2009).

Resumen Capítulo II

Para este capítulo se utilizaron conceptos de diferentes actores y libros, para definir concretamente las definiciones colocadas en los términos pocos comunes utilizados en el proyecto, esto despejará las inquietudes o interrogantes que tenga el lector de este documento y aportará al conocimiento educativo del mismo.

Capítulo III

3.1. Marco Metodológico

Diseño de la investigación.

El diseño de una investigación consiste en el plan general del investigador para conseguir respuestas a sus incógnitas o justificar la hipótesis de la investigación, el diseño de la investigación se basa en el desglose de la variedad tácticas implantadas por el investigador para generar información correcta e ejecutable. (Hernández N. A., 2018)

La investigación a realizar tendrá los siguientes diseños: científico, descriptivo, de campo, cualitativo y cuantitativo.

3.1.1. Diseño Científico

Un diseño científico se basa en un proceso metódico y ordenado de información el cual mediante la aplicación del conjunto de sistemáticas y razonamientos se persigue el análisis, artículo o investigación en torno a un tema en cuestión que se desea desarrollar, el objetivo primordial es investigar o buscar soluciones a problemas señalados existentes. (Graus, 2016)

El proyecto a implementar tiene diseño científico ya que en la actualidad en el sector de Mapasingue Oeste de la parroquia Tarqui de la ciudad de Guayaquil existe la necesidad de crear una farmacia franquiciada que cubra la insuficiencia que tienen sus habitantes actualmente con respecto a la adquisición de sus medicinas.

3.1.2. Diseño Descriptivo

El diseño descriptivo como su nombre lo indica describe las particularidades de un fenómeno, sujeto o población a estudiar, con el objetivo de observar y describir que está sucediendo en este entorno investigativo. (Martinez, 2018)

Este proyecto usará diseño descriptivo puesto que en él se menciona o se describe la problemática que actualmente padecen los moradores de un determinado sector de la ciudad de Guayaquil, la carencia de un lugar donde adquirir algo tan vital y de gran importancia para la salud como son las medicinas, esta circunstancia que conllevan a realizar un estudio más profundo para encontrar una solución a esta problemática.

3.1.3. Diseño de Campo

La investigación de campo reside en la recaudación de información o datos desde el entorno donde suceden los hechos sin maniobrar o intervenir con las variables, estudia los fenómenos sociales en su situación natural, el investigador no manipulará la información ya que si lo llegase a realizar esto afectaría y formaría un contexto no tan claro de la situación real que sucede. (Arismendi, 2013)

La presente investigación es de tipo de campo ya que se recolectarán datos desde el lugar de los hechos, donde se realizará un análisis respectivo de la situación actual del sector en estudio, en el mismo que registrarán los acontecimientos que suceden actualmente en este lugar de la ciudad.

3.1.4. Diseño Cuantitativo

Debe de haber claridad entre los elementos que conforman el problema, mediante definiciones, limitaciones pautadas y saber con exactitud donde se inicia el problema, también conocer qué tipo de incidencia existe entre sus elementos.

(Ponce, 2009) Es una investigación normativa, mediante la estadística y el análisis de los datos pretende establecer leyes generales. Procede de los métodos de investigación de las ciencias físico natural de perspectiva positiva.

En este proyecto se determinó como medida cuantificable datos estadísticos para una mejor comprensión de la información recolectada en la investigación.

3.1.5. Diseño Cualitativo

(Olabuénaga, 2012) Los métodos cualitativos se caracterizan por conocer la realidad desde una perspectiva de incidir, de captar el significado particular que a cada hecho atribuye su propio protagonista, y de contemplar estos elementos como segmentos de un conjunto ordenado.

Es la encargada de obtener información de carácter subjetivo, quiere que no se perciben por los sentidos, como el afecto, la afición, los valores, aspectos culturales. Por lo que sus resultados siempre se traducen en apreciaciones conceptuales (ideas o conceptos) pero de la más alta precisión o fidelidad posible con la realidad investigada.

La investigación se basará con un modelo Cualí-Cuanti ya que permite conocer los hechos, procesos, estructura en tu totalidad, para determinar su factibilidad en el mercado.

3.2. Tipos de Investigación

(S.Rivero, 2008) Según el nivel de conocimiento científico: observación, descripción, explicación, donde quiere llegar el investigador, se formula el tipo de estudio, es decir el tipo de información que espera obtener, así como el nivel de análisis que deberá realizar. En esta clasificación también se tendrán en cuenta los objetivos y las hipótesis proyectadas.

3.2.1. Investigación Exploratoria

(S.Rivero, 2008) Tiene por objetivo la formulación de un problema para posibilitar una investigación más precisa o el desarrollo de una hipótesis. Permite al investigador formular hipótesis de primero y segundo grado. El investigador debe

tener claridad acerca del nivel de conocimiento científico desarrollado previamente por otros trabajos e investigadores que hayan realizado este tipo de investigación.

La investigación exploratoria en este proyecto de utilizará para abordar y tener un acercamiento con el problema en estudio y conocer detalladamente acontecimientos que hasta el momento se desconocían.

Este tipo de investigación tiene relación con el diseño de campo empleado en este proyecto, ya que permitirá recaudar información más precisa desde el lugar donde suceden los hechos y posteriormente realizar un respectivo análisis de la situación o problema encontrado.

3.2.2. Investigación Descriptiva

(S.Rivero, 2008) En esta investigación se analiza el cómo es y cómo se presenta un fenómeno y sus componentes. Detallando el fenómeno estudiado básicamente por medio de la medición de uno o varios de sus elementos. El conocimiento es más profundo que el exploratorio, tiene como propósito el delimitar los hechos que conforman el problema de investigación:

1. Determinar las características demográficas de las unidades investigadas (población, distribución por edades, etc.).
2. Establecer formas de conducta, actitudes de las personas que se encuentran en el universo de investigación (preferencias, comportamiento entre otros)
3. Identificar comportamientos concretos.
4. Descubrir y evidenciar la posible asociación de las variables de investigación.

Este tipo de investigación se lo utilizara para describir de manera relevante y concreta la realidad y situación actual sobre el problema que atraviesa el sector de Mapasingue Oeste de la parroquia Tarqui de la ciudad de Guayaquil.

El tipo de investigación descriptiva se relaciona con el diseño descriptivo de manera similar ya que tanto el tipo de investigación y el diseño describen las particularidades de un fenómeno, sujeto o población a estudiar, con la finalidad de lograr conocer a profundidad las circunstancias del problema desplegado.

3.2.3. Investigación Correlacional

(Torres, 2006) Se examina asociaciones, pero no relaciones causales, donde un cambio en un factor influye directamente en un cambio en otro.

(S.Rivero, 2008) El investigador pretende presentar cómo se relacionan o vinculan diversos fenómenos entre sí, o si no existe relación entre ellos. El objetivo de este estudio es el comportamiento de variable conociendo el comportamiento de otra variable relacionada.

El antes mencionado tipo de investigación se utilizará en este proyecto para determinar la viabilidad y rentabilidad de la farmacia franquiciada a implementar con el objetivo de analizar y considerar la factibilidad del mismo.

El tipo de investigación correlacional se relaciona con el diseño científico y Cual-Cuanti ya que se basa en un proceso metódico y ordenado de información recaudada para el proyecto en estudio.

3.3. Fuentes de Información

Son instrumentos para conocer, acceder y buscar una información requerida por el investigador éstas pueden ser primarias o secundarias.

3.3.1. Información Primaria

Es la que se obtiene a primera mano, es de acceso fácil y obtiene información original. Para la realización del proyecto se utilizó como fuente primaria los libros citados dentro del proyecto, monografías que sirven de guía, artículos de página web.

3.3.2. Información Secundaria

Es la información que se obtiene de una extracción que refiere a documentos primarios. Para este proyecto se consideró los resúmenes de tesis de proyectos con semejanzas al tema propuesto.

3.4. Población

Es un conjunto total de personas u objeto con características similares, dentro de un espacio y tiempo establecidos.

Se consideró para el proyecto la población de estudio a los habitantes del Sector Mapasingue.

Tabla 3: *Población*

Sector	Número de habitantes
Mapasingue Oeste	13449

Nota: Dato recuperado del INEC según censo proyección al 2018

3.5. Muestra de la Población

(S.Rivero, 2008) Una muestra es una cantidad significativa de la población con las mismas características, que sirve para ser tomado para análisis.

Para la realización de este proyecto se considera la siguiente muestra la cual se la implemento utilizando la fórmula:

$$m = 13449$$

$$e = 8\% \quad n = \frac{m}{e(m-1) + 1}$$

La muestra para el proyecto es de **154** habitantes del Sector Mapasingue, a los cuales se les realizará las técnicas e instrumentos de investigación.

3.5.1. Tipo de muestra

(S.Rivero, 2008) **Muestreo aleatorio simple:** Es la que se obtiene por selección al azar, pero teniendo en cuenta cada uno de los elementos de estudio tienen la misma posibilidad de ser escogida.

Muestreo estratificado: Son los elementos proporcionales a la población. Para este tipo de muestreo, se divide a la población en algunos grupos con el objetivo de tener representación de los distintos factores que conforman en universo que se estudia.

Muestreo por cuotas: Es aquel se divide por categoría, asignándole una cuota para cada categoría según el juicio del científico, este tipo de muestra se presta a discordancia por la selección de categoría son escogida al criterio del científico o investigador.

En el presente proyecto de trabajará con el tipo de muestreo estratificado ya que proporcionara datos de la población en estudio con la finalidad de conocer el factor o los factores que están afectando a este sector.

3.6. Métodos, Técnicas e Instrumentos

3.6.1. Métodos de Investigación

Los métodos son instrumentos para la recaudación de información o datos, para formular y expresar preguntas y llegar a la realización de un análisis metódico e hipotético y su conclusión aplicándolo al campo de estudio a realizar, existen diversos tipos de métodos que se pueden utilizar en una investigación como son; método cuantitativo, cualitativo, inductivo, deductivo, de observación, analítico, sintético, científico, comparativo etc. (Canaan, 2018).

Para la investigación a desarrollar se utilizarán los siguientes métodos teóricos: métodos observación y métodos científico.

3.6.2. Método de Observación

Este método se fundamenta en saber elegir aquello que deseamos investigar, es decir se debe seleccionar un objetivo claro de observación para realizar nuestro respectivo análisis observatorio. (Copyright, 2009)

Mediante este método se pretende determinar de forma observatorio la realidad de del sector de Mapasingue Oeste el cual en la actualidad padece un gran malestar al momento de adquirir las medicinas que necesitan los habitantes del sector, los datos obtenidos mediante este método se utilizaran para realizar un análisis respectivo de la situación presentada y aplicar técnicas de estudios para la problemática.

3.6.3. Método Científico

Se puede mencionar como método científico a una contemplación de las acciones que los investigadores ejecutan, centralizando su cuidado y atención en el proceso de interés del conocimiento y objeto de estudio. (Gortari, 1980)

Por medio de este método se explicará y describirá el procedimiento, al ya haber adquirido información apropiada y fiable mediante técnicas y procedimientos que correspondiere a conductas, sucesos y condiciones claramente identificadas e implantas en el entorno de estudio.

3.6.4. Técnicas de Investigación

Permiten al investigador recolectar información necesaria que comprende los procedimientos y actividades que le permitan tener suficientes datos para poder dar una respuesta a sus preguntas de investigación, se puede mencionar diversos tipos de

investigación como son; técnicas de observación, revisión documental, entrevista, encuesta, sociometría, sesión en profundidad entre otros. (Hernández M. , 2013).

En esta investigación se utilizarán las siguientes técnicas de investigación como son: la entrevista y la encuesta.

3.6.5. Encuesta

En un método para adquirir información y alcanzar la recopilación de datos manejados para obtener información de individuos sobre diversos temas o del tema que se esté investigando. (QuestionPro, 2018).

La encuesta a realizar se efectuará de manera personal con un cuestionario a un número considerable de habitantes del sector de Mapasingue Oeste con el objetivo de indagar sobre la carencia de una farmacia cercana a sus viviendas y el beneficio que obtendrán al tener un lugar cercano donde adquirir sus medicinas.

3.6.6. Entrevista

El término "entrevista" proviene del francés "entrevoir", que significa "verse uno al otro". Es una práctica exclusivamente periodística que se la ha determinado como la visita que se ejecuta a una persona para indagar sobre determinados aspectos, con el propósito de dar a conocer al público la información obtenida, también es manejada con el propósito de ampliar un intercambio de opiniones enfocado a una recíproca ilustración. (López, 2000)

Esta técnica de entrevista se va a aplicar a cierta cantidad de personas de forma planificada para lograr recoger sistemáticamente información precisa sobre la inconformidad que atraviesa en la actualidad el sector de Mapasingue Oeste ante la necesidad de una farmacia cercana a sus viviendas, la entrevista se realizara con un formulario de preguntas donde se pretende obtener información relevante para el desarrollo de este proyecto.

Tabla 4: *Tácticas*

Técnicas	Instrumentos
Encuesta	Cuestionario
Entrevista	Formulario

3.7. Procedimientos de la Investigación

Para llevar a cabo este proyecto se utilizará varias métodos, técnicas e instrumentos citados anteriormente, se comenzó con el método de observación en el cual se procedió a realizar una visita en el Sector de Mapasingue Oeste para evidenciar la inexistencia de una farmacia en este sector, corroborando visiblemente la necesidad e importancia del proyecto, se procedió a utilizar los instrumentos de investigación se realizó un formulario de entrevista y de encuesta para los ciudadanos de este sector, las preguntas fueron formuladas de forma cerrada para poder tabular las respuestas de las entrevista y encuestas, para poder tener una referencia de cuantitativa, además por medio de la entrevista se pudo comprobar los gustos y preferencias de los habitantes teniendo una datos cualitativos, los mismos que sirven para tomar una decisión en cuenta a lo que los ciudadanos requieren.

Se realizó una investigación científica y explicativa pues la propuesta del proyecto esta fundamentalmente con en estudio del mercado.

También se realizó una muestra de la población utilizando el tipo de muestra estratificada la misma que sirvió para poder tener un prototipo de las poblaciones con las mismas características de la población en estudio.

Además, con la implementación de los métodos, técnicas e instrumento utilizado en esta investigación, se puedo verificar la importación de la creación de una farmacia franquiciada en el Sector de Mapasigue Oeste, este proyecto está sustentado y corroborado por la investigación que se llevó a cabo, determinado por

medio de un estudio mercado, estudio financiero y estudio organizacional la viabilidad social, política, tecnología y económica que tiene el proyecto.

Se puede indicar los procedimientos de la investigación como elementos de confianza al delimitar la información para un proyecto de averiguación, sea este documental u oral, este procedimiento requiere múltiples fuentes de información como; libros, bibliotecas, páginas web entre otros además de realizar un respectivo análisis de lo que se necesita para la investigación trazada. (Biblioteca.Itson, 2016)

En la investigación que se desarrolla se utilizaran las técnicas de la entrevista y la encuesta.

3.7.1 La Encuesta

Se elaborará la encuesta la misma que será puesta en consideración del tutor para la respectiva aprobación, una vez aprobada la encuesta redactada esta será aplicada a la gran mayoría de personas que habitan el en sector de Mapasingue Oeste de la parroquia Tarqui de la ciudad de Guayaquil, una vez adquirida la información se tabulará mediante Excel para obtener los resultados pretendidos, con los resultados obtenidos de elaborará los respectivos gráficos sobre la información obtenida.

3.7.2 La Entrevista

La entrevista se aplicará a un número determinado de personas del sector de Mapasingue Oeste de la parroquia Tarqui de la ciudad de Guayaquil, con la finalidad de obtener información relevante la misma que servirá para realizar un análisis de varias preguntas que se aplicará con el objetivo de solucionar la problemática antes descrita al inicio del proyecto.

3.8. Instrumentos de la investigación

Son elementos con los cuales se puede apoyar el investigador para

aproximarse a los conflictos y anomalías con el propósito de extraer de ellos la información que este necesitare para su investigación entre estos elementos se puede mencionar: formularios de papel, aparatos mecánicos, electrónicos, cuestionario, termómetro, escalas, ecosonogramas, entre otros que son muy útiles al momento de recaudar información requerida. (Contreras, 2013).

Para el proyecto planteado se utilizará los siguientes instrumentos; para la encuesta se utilizará un cuestionario de preguntas cerradas y para la entrevista se usará un formulario de preguntas abiertas.

Cuestionario de Preguntas – Encuesta.

En el contexto social un cuestionario de preguntas es una pericia de recogida de investigación muy utilizada para saber las opiniones, distinciones o puntos de vista de un conjunto substancial de personas. Se trata de la formulación de preguntas (cerradas, abiertas o mixtas) regidas a la totalidad de personas que conforman una población en estudio, o a un grupo característico de dicha población. Un cuestionario, que puede ser tomado en un tiempo limitadamente temporal y a través de diversas vías: presencial, por teléfono y online, etc, es útil para descubrir preferencias y sistematizar resultados. (Américas, 2015)

En la investigación planteada se utilizará un cuestionario de preguntas cerradas para con múltiples opciones de respuestas, de manera que el encuestado tenga una clara comprensión de las preguntas y se le haga fácil al momento dar su respuesta (Anexo 1).

Formulario de Preguntas – Entrevista.

Los formularios son instrumentos de investigación para realizar entrevistas mediante varios tipos de preguntas como son; abiertas, cerradas, de opción múltiple,

etc. Los formularios de preguntas se pueden realizar por diversas vías, llegando al lugar de los hechos, mediante páginas web, etc, con la finalidad de tener un resultado en base a la información obtenida la misma que servirá para crear una conjetura del problema. (Américas, 2015)

En esta investigación se realizan entrevistas a los directores de centros médicos aledaños con preguntas abiertas con el afán de tener una visión más clara y amplia del posible proyecto a implementarse. (Anexo 2).

Resumen del Capítulo III

Para este proyecto se utilizaron diferentes tipos de investigación el mismo que ayudará a tener una imagen más clara y cercana de los acontecimientos suscitados en el sector de Mapasingue Oeste, a conocer más de cerca la problemática que atraviesa el sector y palpar de manera directa el problema y dar solución de forma más acertada.

En base a datos del INEC se determinó la muestra de población exacta a atender y afectada del sector, que en base a la investigación del proyecto se les dará una solución a esta situación que padecen actualmente.

Con la finalidad de conocer la aceptación del proyecto en el sector se utilizó instrumentos de investigación como la entrevista y encuestas a las personas y médicos del sector, donde se determinó la gran aceptación del proyecto.

Capítulo IV

4.1. Análisis e Interpretación de Resultados

1. ¿Cree usted que en actualidad es importante que existan lugares farmacéuticos cercanos a los domicilios?

Tabla 5: Respuesta pregunta 1

Descripción	Respuesta	%
Muy importante	110	71%
Importante	30	19%
Moderadamente importante	10	6%
De poca importancia	6	4%
Sin importancia	0	0%
Totales	156	100%

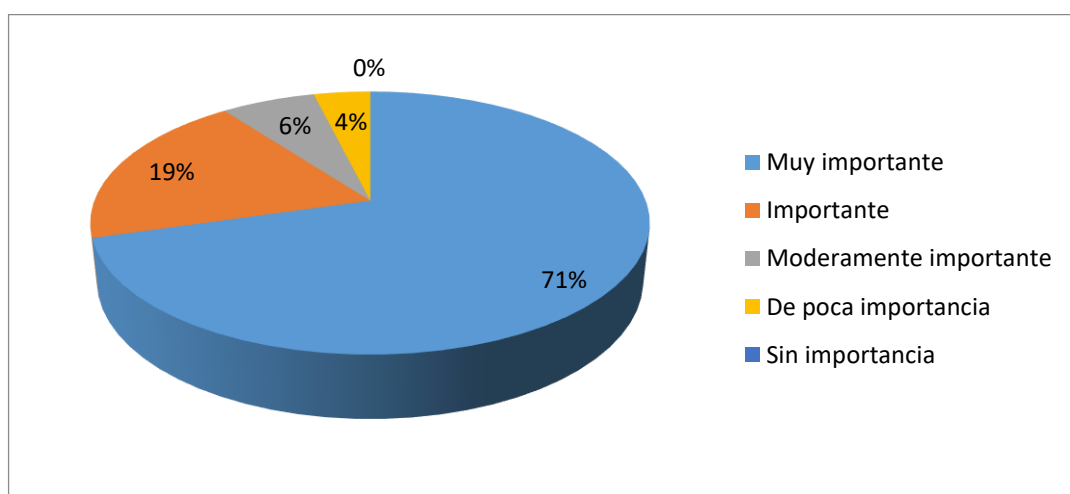


Figura 4. Indicador Pregunta 1

Análisis

Según los datos obtenidos en la encuesta realizada el 71% de las personas cree que es muy importante que exista un lugar farmacéutico cercano a sus viviendas, ya que es importante por cualquier situación emergente que se le pueda presentar a cualquier persona.

2. ¿Estaría usted de acuerdo que exista un lugar farmacéutico cercano a su domicilio?

Tabla 6: Respuesta pregunta 2

Descripción	Respuesta	%
Totalmente de acuerdo	93	60%
De acuerdo	50	32%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	8	5%
En desacuerdo	5	3%
Totalmente de desacuerdo	0	0%
Totales	156	100%

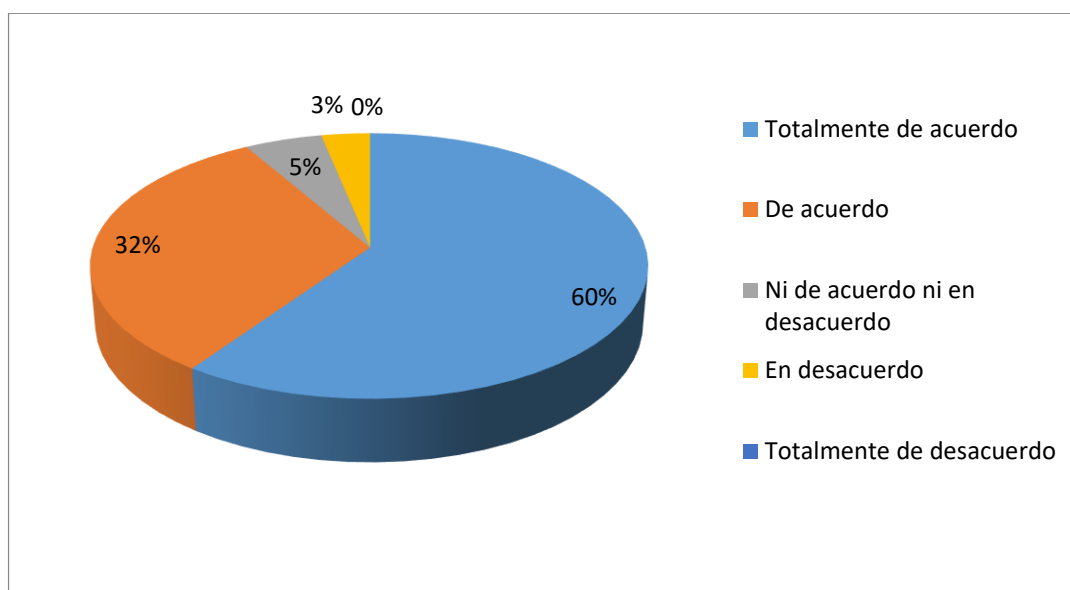


Figura 5. Indicador Pregunta 2

Análisis

El 60% de las personas encuestadas manifestaron estar totalmente de acuerdo en la existencia de un lugar farmacéutico cercano, ya que este brindaría, comodidad y reducción de gastos al momento de realizar sus compras.

3. ¿Realmente es para usted incómodo transitar varios minutos para encontrar un lugar farmacéutico donde adquirir sus medicinas?

Tabla 7: Respuesta pregunta 3

Descripción	Respuesta	%
Siempre	50	32%
Casi siempre	80	51%
indiferente	10	6%
Casi nunca	6	4%
Nunca	10	6%
Totales	156	100%

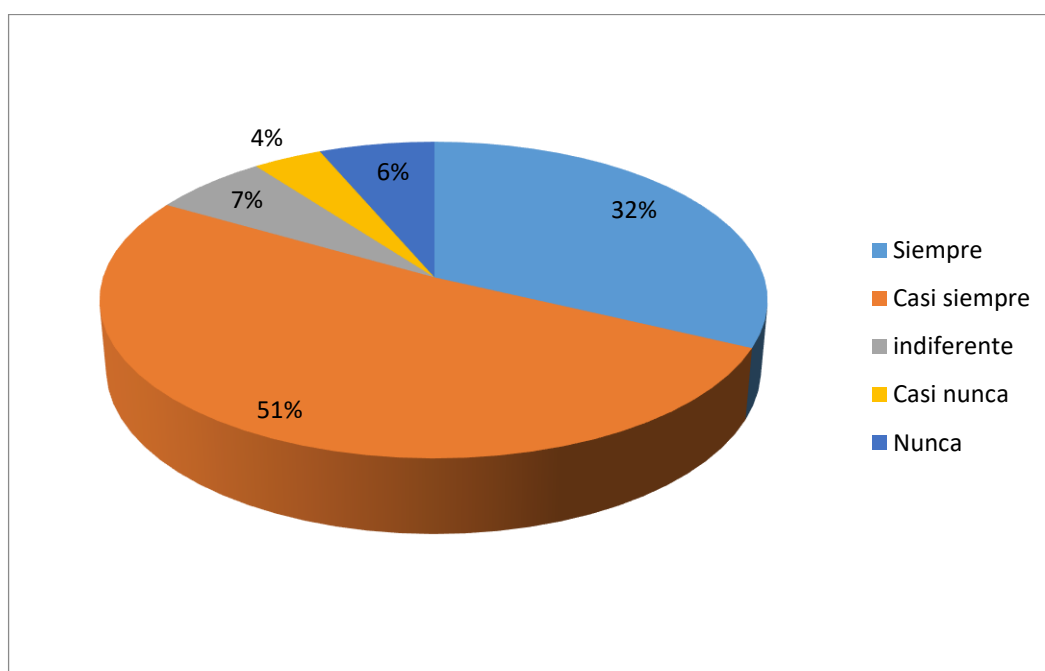


Figura 6. Indicador Pregunta 3

Análisis

El 51% de las personas encuestadas mencionaron que siempre les causa incomodidad y malestar encontrar un lugar farmacéutico cercano a sus viviendas, ya que al no existir les ocasiona gastos de transporte y molestia al trasladarse varias cuadras para encontrar su medicina.

4. ¿Está usted de acuerdo que se implemente una farmacia en este sector?

Tabla 8: Respuesta pregunta 4

Descripción	Respuesta	%
Totalmente de acuerdo	115	74%
De acuerdo	20	13%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	15	10%
En desacuerdo	6	4%
Totalmente de desacuerdo	0	0%
Totales	156	100%

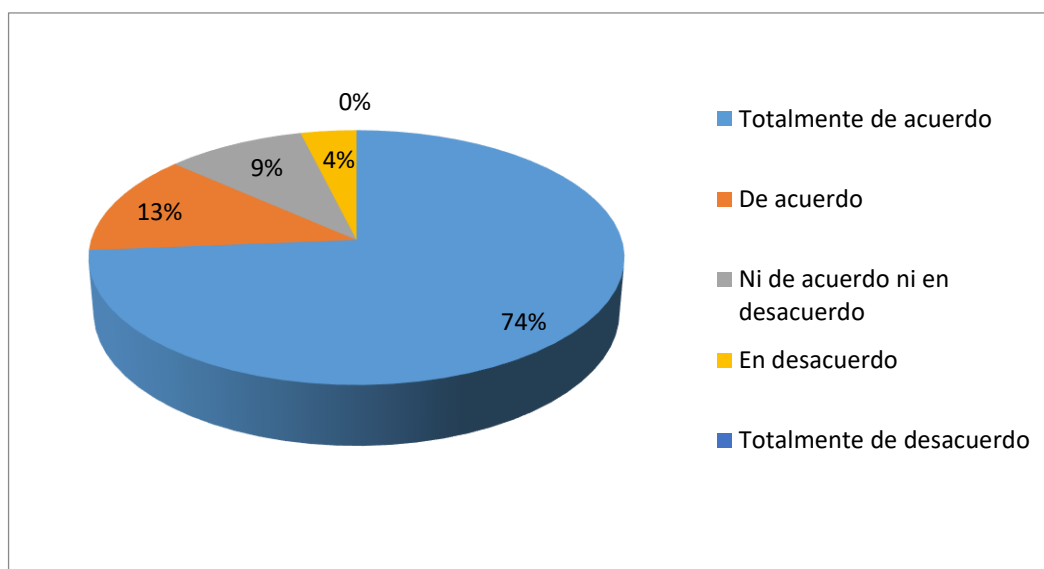


Figura 7. Indicador Pregunta 4

Análisis

El 74% de las personas encuestadas manifestaron estar totalmente de acuerdo en la implementación de una farmacia en el sector, puesto a que la misma les otorgara ahorro y comodidad.

5. ¿Es importante para usted encontrar una farmacia cercana donde pueda encontrar toda su medicina?

Tabla 9: Respuesta pregunta 5

Descripción	Respuesta	%
Muy importante	130	83%
Importante	20	13%
Moderadamente importante	4	3%
De poca importancia	1	1%
Sin importancia	1	1%
Totales	156	100%

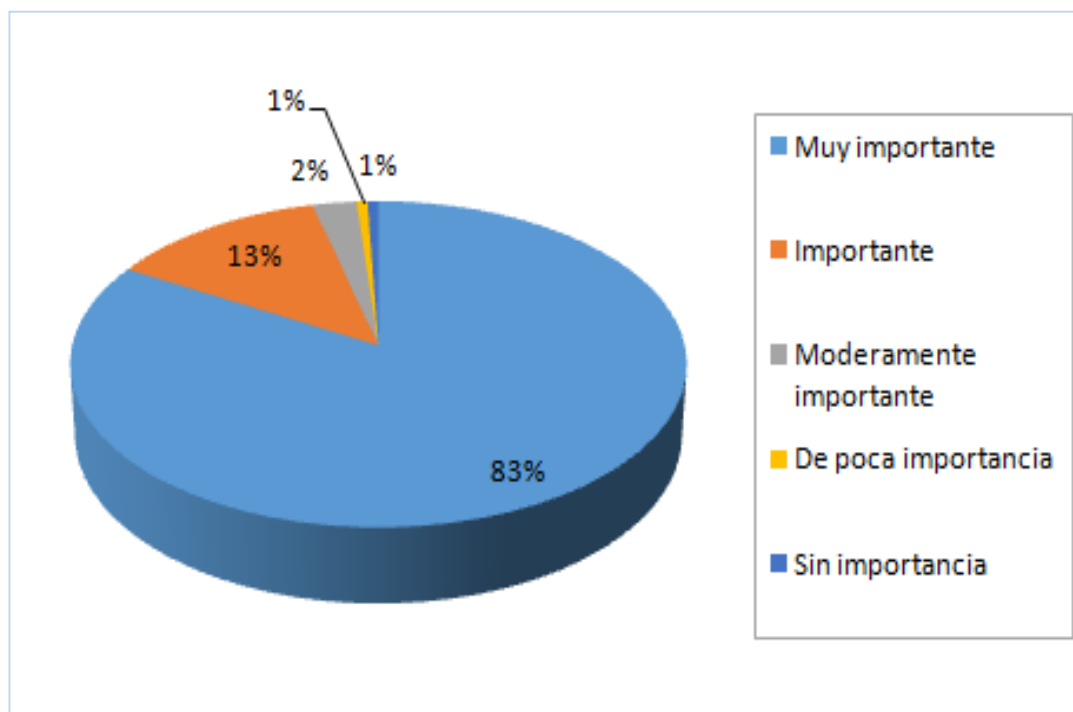


Figura 8. Indicador Pregunta 5

Análisis

El 83% de las personas encuestadas consideran que es muy importante contar con un lugar farmacéutico cercano, siempre y cuando este lugar les brinde un amplio stock de productos y no deban acudir a otro lugar a buscar su medicina.

6. ¿Visitaría usted regularmente la farmacia cercana a su domicilio?

Tabla 10: Respuesta pregunta 6

Descripción	Respuesta	%
Muy Frecuente	96	62%
Frecuentemente	30	19%
Ocasionalmente	20	13%
Raramente	10	6%
Nunca	0	0%
Totales	156	100%

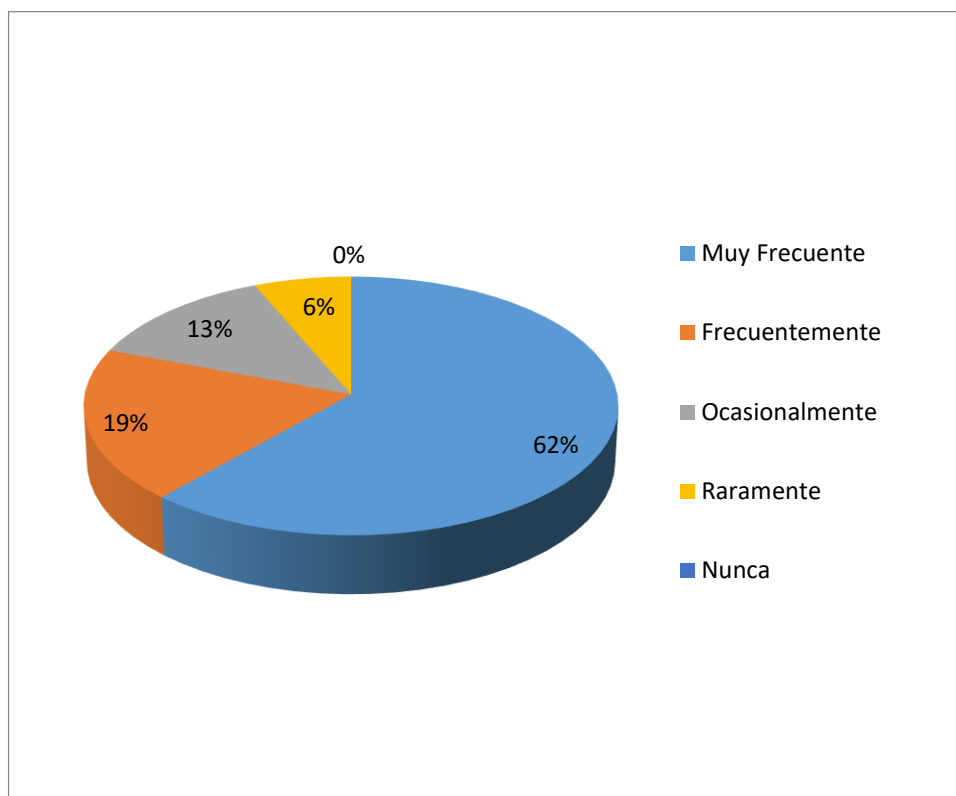


Figura 9. Indicador Pregunta 6

Análisis.

El 62% de la persona que se encuestó indicaron que si visitarían muy frecuente la farmacia del sector ya que les brinda cercanía y ahorro para sus familias.

7. ¿Sería de su agrado que en esta farmacia le demuestren confianza al momento de adquirir sus medicamentos?

Tabla 11: *Respuesta pregunta 7*

Descripción	Respuesta	%
Totalmente de acuerdo	100	64%
De acuerdo	55	35%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	1%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente de desacuerdo	0	0%
Totales	156	100%

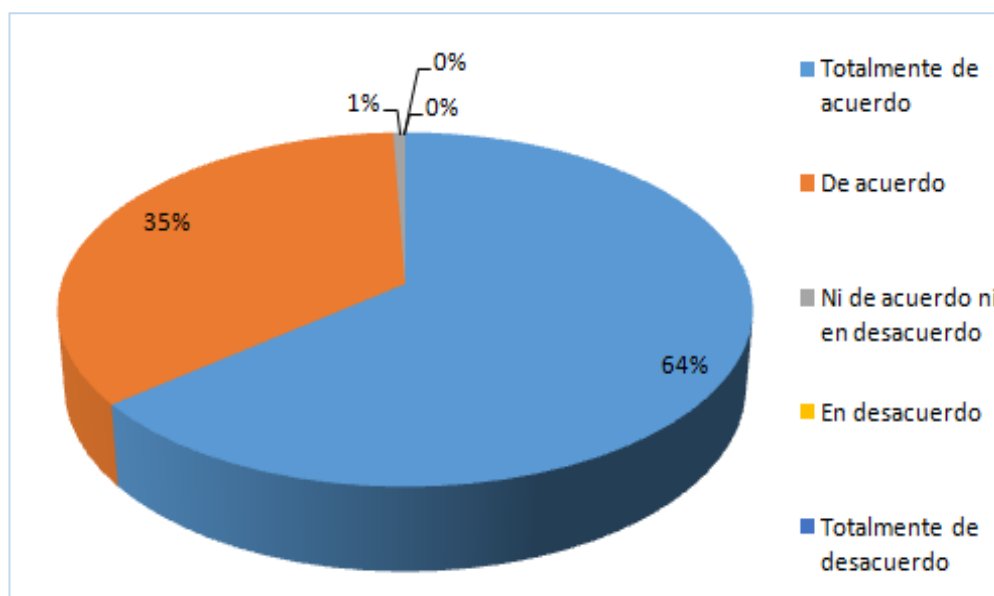


Figura 10. Indicador Pregunta 7

Análisis

El 64% de los encuestados mencionaron estar totalmente de acuerdo y que es muy importante y de total agrado que la farmacia les brinde confianza, esto demuestra la capacidad de conocimiento del personal que atiende este lugar.

8. ¿Es importante para usted que las farmacias ofrezcan algo más que medicinas?

Tabla 12: Respuesta pregunta 8

Descripción	Respuesta	%
Muy importante	56	36%
Importante	77	49%
Moderadamente importante	10	6%
De poca importancia	8	5%
Sin importancia	5	3%
Totales	156	100%

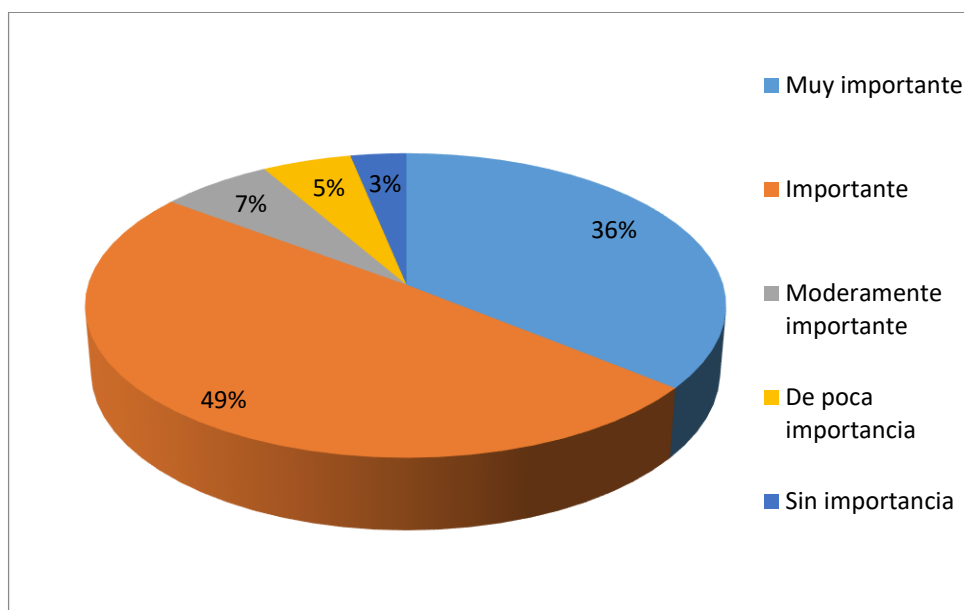


Figura 11: Indicador Pregunta 8

Análisis

El 49% de las personas encuestadas consideran importante que las farmacias brinden algo más que medicinas, esto ayuda a tener un surtido más completo con la finalidad de satisfacer las necesidades de todos los clientes.

9. ¿Con que frecuencia recibe usted beneficios (descuentos, promociones, etc) en la farmacia que usted realiza sus compras?

Tabla 13: *Respuesta pregunta 9*

Descripción	Respuesta	%
Muy Frecuente	4	3%
Frecuentemente	10	6%
Ocasionalmente	5	3%
Raramente	56	36%
Nunca	81	52%
Totales	156	100%

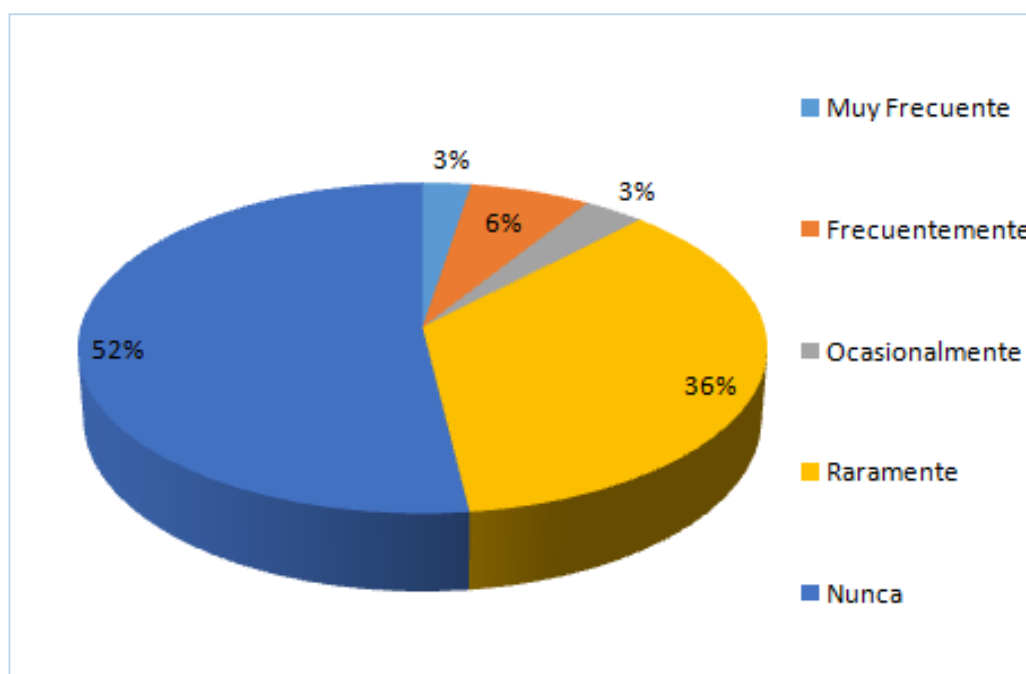


Figura 12. Indicador Pregunta 9

Análisis

El 52% de las personas encuestadas indicaron que por lo general nunca reciben descuentos o promociones en sus compras e indican que sería de gran beneficio para los clientes.

10. ¿Existe probabilidad en que usted compre en la farmacia se desea implementar?

Tabla 14: *Respuesta pregunta 10*

Descripción	Respuesta	%
Muy alta	81	52%
Alta	56	36%
Mediana	5	3%
Baja	10	6%
Muy baja	4	3%
Totales	156	100%

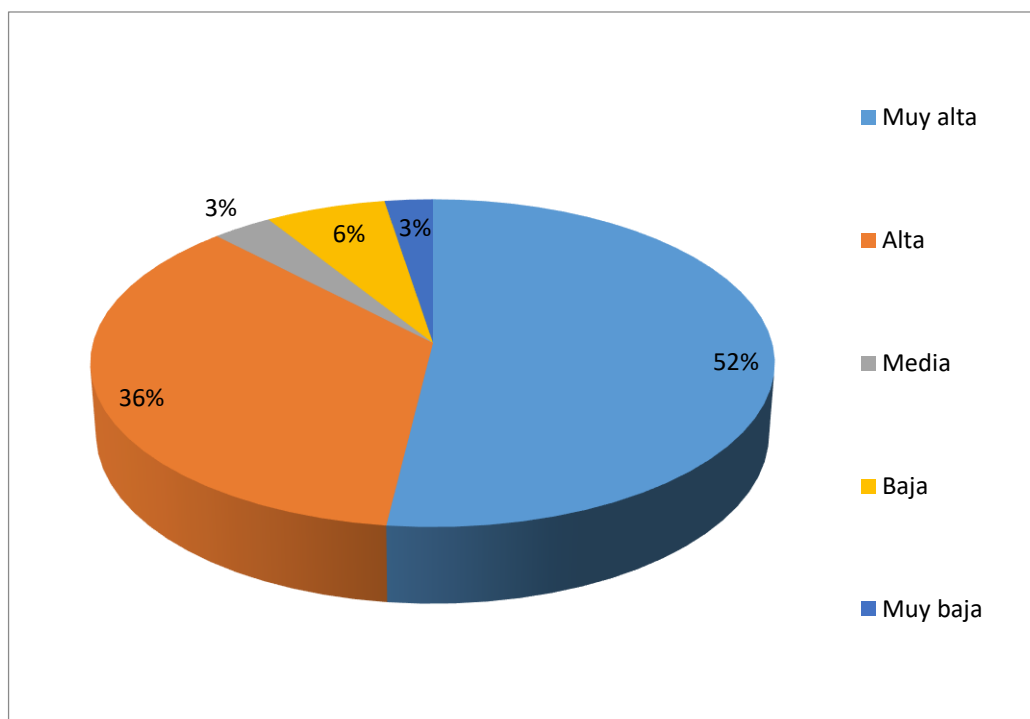


Figura 13: Indicador Pregunta 10

Análisis

El 52% de las personas encuestadas tiene probabilidad muy alta en que volverían a comprar en la farmacia, por la comodidad y cercanía que esta les brindaría.

Análisis General

Teniendo en consideración las preguntas antes desarrolladas y tabulas, se considera que el punto de venta farmacéutica implementar tendrá una total acogida en el sector, puesto que brindará a sus moradores comodidad, cercanía, confianza y sobretodo ahorro, ya que las farmacias actualmente existentes que alejadas de sus viviendas.

Se aspira que la farmacia franquiciada tendrá gran aceptación ya que brindara muchos beneficios a sus clientes como son: descuentos, promociones, regalos por sus compras entre otros beneficios.

4.2. Estudio de Mercado

4.2.1. Objetivo:

El proyecto a desarrollar tiene como finalidad satisfacer las necesidades de un mercado desatendido del sector de Mapasingue Oeste de la parroquia Tarqui de la ciudad de Guayaquil, demostrando con este estudio que la farmacia franquiciada a implementar contará con un amplio portafolio de productos el mismo que cubrirá la necesidad de los habitantes de este sector.

Ventajas:

- Mejorar la productividad económica y social
- Cubrir las necesidades del sector
- Facilitar la adquisición de medicamentos a los habitantes
- Permitirá desarrollar oportunidades comerciales en este sector

Desventajas

- Poco interés de inversión para el desarrollo de actividad comercial en el

sector

- Escaso cubrimiento de necesidades
- Altos costos en la adquisición de medicamentos

Amenaza de intensa rivalidad:

La amenaza de la farmacia franquiciada Cruz Azul son las otras cadenas farmacéuticas existentes en el mercado, que se dedican a la misma actividad comercial entre ellas, se puede mencionar farmacias como: Sana Sana, Keyla, Económicas, 911, etc.

4.3. El producto

Al implementar la farmacia franquiciada pretende brindar a sus posibles comodidad, cercanía, ahorro y satisfacción al momento de realizar sus compras. Siendo el cliente un pilar fundamental para cualquier tipo de negocio se ofrecerán y brindar una imagen de farmacia que les otorgue confianza con un servicio de calidad con personal calificado y apto para la atención del cliente.

La farmacia franquiciada contara con un amplio portafolio de productos para todo tipo de patología que se presente en cualquier cliente, logrando así cumplir con lo solicitado por el comprador y satisfacer su necesidad.

El portafolio de los productos estará categorizados, segmentados ordenados de forma que el dependiente del punto de venta tenga accesos rápido a los mismo, esto facilitará al dependiente un ágil despacho y entrega de productos al cliente.

El punto de venta contará con diferentes categorías de productos logrando así tener medicamento para toda clase de dolencia, esto ocasionará a la farmacia lograr un rápido posicionamiento y crecimiento en el sector donde estará posicionada y

representada por una marca reconocida a nivel nacional.

Aparte de ofrecer a los clientes variedad de productos también brindara beneficios de descuentos y promociones a todos los clientes logrando así incrementar la adherencia de los mismos con la variedad de beneficios y categorías de productos con costos asequibles, entre los principales están los siguientes.

Lista de Productos y precios.

Tabla 15: *Valores de productos*

Categoría	Productos	PVP
FORMULAS INFANTILES		\$55.50
	Enfagrow, Mead Johnson - Enfagrow	\$36.50
	Bebelac, Ecuaquimica - Nutricia	\$19.00
CUIDADO INFANTIL		\$27.78
	Pañales Huggies, Alianza Kimberly Clark - Cuid Infantil	\$15.20
	Pañales Panolini, Zaimella - Cuid Infantil	\$12.58
VITAMINAS Y MINERALES		\$26.50
	Berocca, Bayer Consumer Care	\$14.00
	Biometrix, Bayer Consumer Care	\$12.50
ALIVIO DEL DOLOR		\$14.83
	Berifen, Acino Pharma	\$ 8.35
	Geliga, Dyvenpro Consumo Cuidado Capilar Y Dermo	\$ 6.48
ANTIBIOTICOS		\$14.46
	augmentin bid tab-recx875/125mgx1gr	\$ 1.50
	augmentin bid susx200/28.5mgx70ml	\$12.96
ANTINFLAMATORIOS		\$ 2.35
	paracetamol jbex150mgx120ml mk	\$ 1.20
	paracetamol gotx30ml mk	\$ 1.15

Tomado de: Estadística Grupo Difare

4.3.1. El cliente

Los clientes de la farmacia franquiciada Cruz Azul serán los habitantes del Mapasingue Oeste de la parroquia Tarquí de la ciudad de Guayaquil, los mismos que

serán atendiendo en el punto de venta mencionado donde encontrarán un stock óptimo de productos farmacéuticos y de higiene personal básicos.

4.3.2. El perfil del consumidor

Los principales clientes de la farmacia franquiciada serán los habitantes Mapasingue Oeste de la parroquia Tarquí de la ciudad de Guayaquil, entre las principales características del consumidor se puede detallar:

- Adquirir productos farmacéuticos con variedad de stock, marca y precio
- Reducir el índice de malestar patológico de los habitantes
- Cubrir la necesidad de adquirir productos de higiene personal básico

4.3.3. Identificación de variable

Variable Geográfica:

La farmacia se implementará en el sector Mapasingue Oeste de la parroquia Tarquí de la ciudad de Guayaquil, en donde se ha evidenciado la inexistencia de una farmacia cercana al sector.

País: Ecuador

Provincia: Guayas

Catón: Guayaquil

Parroquia: Tarquí

Sector: Mapasingue Oeste

Variables Demográficas:

El proyecto está dirigido para cubrir las necesidades de todos los habitantes del sector, sin distinción de edades ni género, sin restricción de poder adquisitivo ya que los productos que se ofrecerán estarán al alcance de todos.

Hábitos de compra:

Con los posibles clientes a atender se proyectan una frecuencia de compra de 3 veces por semana.

Sitios de Compra:

El lugar donde los habitantes harán las compras será en la farmacia franquiciada que se implementará en el sector de Mapasingue Oeste.

Relación entre Variables

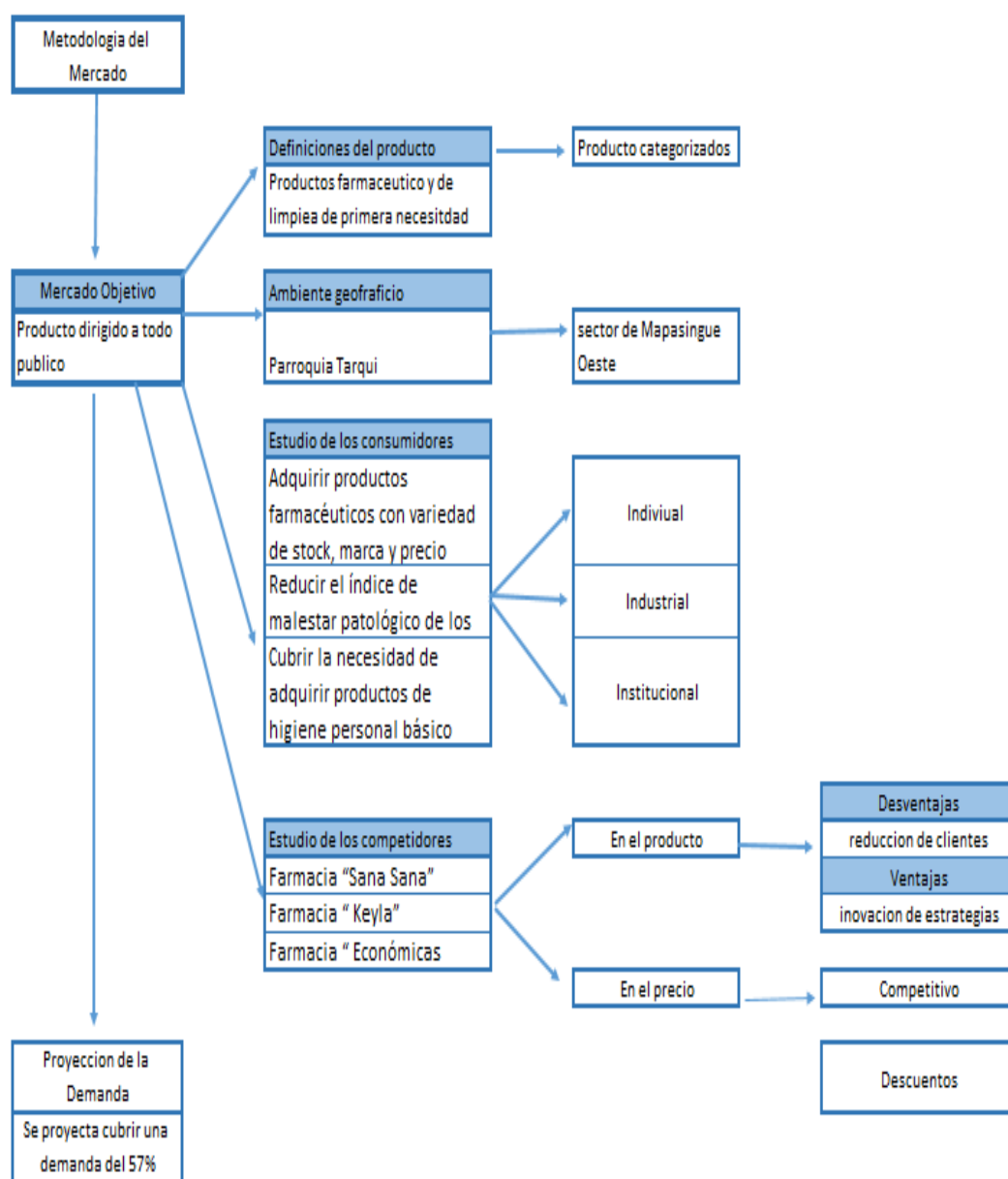


Figura 14. Relación entre variables

4.3.4. La demanda

Tabla 16: *Población Demanda Real*

POBLACIÓN DE REFERENCIA INEC PROYECCION	
Población Parroquia Tarqui	13449
Niños y adultos mayores (15%)	2017
Población Demanda Potencial	11432
Población desempleada (18%)	2058
Población Demanda Real	9374

Autoras: Morán J; Salcedo S. 2019

4.3.5. La oferta

Tabla 17: *Oferta de competencia*

OFERTA DE COMPETENCIA	
Sana Sana (20%)	1875
Keyla (15%)	1406
Económicas (8%)	750
Población atendida por la competencia	4031

4.3.6. Análisis Oferta - Demanda

Se puede determinar que existe una alta demanda sin atender, porque la competencia que existe cubre solo el 43%, cabe indicar que las farmacias mencionadas están ubicadas en las calles principales de sector de Mapasingue Oeste.

Tabla 18: *Demanda Insatisfecha*

ANÁLISIS OFERTA- DEMANDA	
Población de Demanda Real	9374
Población Atendida por la competencia	4031
Población de Demanda Insatisfecha:	5343

4.3.7. Los competidores en el mercado del producto

- ✓ Farmacia “Sana Sana”
- ✓ Farmacia “Keyla”
- ✓ Farmacia “Económicas”

4.3.8. Los competidores en el mercado de insumos y servicios relacionados

- ✓ Mi comisariato (producto de higiene personal y vitaminas)
- ✓ TIA (producto de higiene personal y vitaminas)
- ✓ Tiendas de barrio.

4.4.El Precio

El precio de los productos que la farmacia franquiciada Cruz Azul se pretende brindar son diversos, ya que contamos con un amplio portafolio de productos por tal motivo se detalla en la tabla adjunta las categorías de los mismos.

Tabla 19: *Categoría de Producto*

Descripción
Medicamentos éticos
Alimentos y bebidas
Alivio del dolor
Cuidado de la piel
Cuidado del adulto
Cuidado del cabello
Cuidado facial
Cuidado infantil
Cuidado oral
Cuidado personal
Dermatología
Dermocosmetica
Higiene intima
Nutrición
Productos naturales
Salud digestiva
Salud familiar
Salud respiratoria
Vitaminas y minerales

Nota: Estadística Grupo Difare 2019

4.4.1. Distribución

El canal de distribución y abastecimiento para esta farmacia franquiciada será la Distribuidora Farmacéutica Ecuatoriana DIFARE, ya que es una cadena de farmacia franquiciada por este grupo farmacéutico. Siendo esta distribuidora dueña de esta franquicia se contará con el servicio de distribución y abastecimiento que ofrece la misma, para contar constantemente con un stock suficiente de productos y llegando así cubrir las necesidades del consumidor final.

4.4.2. Plantación de las ventas

Según estadísticas de ventas de la distribuidora franquiciante para el modelo de franquicia a implementar se proyecta vender mensualmente en este punto de venta los valores detallados por categorías según la tabla adjunta.

Tabla 20: *Valores en ventas por Categorías*

Categoría de Producto	Valores
Total general	56,781
Nutrición	7,606
Cuidado infantil	5,683
Cuidado del cabello	4,298
Medicamentos éticos	3,965
Cuidado personal	3,942
Productos naturales	3,046
Vitaminas y minerales	2,020

Tomado de Estadística Grupo Difare 2019



Figura 15. Modelo de Farmacia (Formato F)

Tomado de Grupo DIFARE

4.4.3. Estrategias de mercadeo

Definir un surtido óptimo de productos que se debe tener en el punto de venta. Analizar estratégicamente las promociones y ofertas que se ofrecerá al cliente teniendo como objetivo incrementar la venta de los productos, a través de varias mecánicas donde podamos transmitir las cualidades de los mismos.

➤ Estrategias de las Promociones:

- Descuentos
- Regalos por Compra
- On pack
- Bonificaciones
- Sorteos

4.4.4. Mercado de Insumos

Debido a que la farmacia a implementar es una de franquicia, cuenta con diversos beneficios por parte del franquiciante, pues es el franquiciante quien distribuirá y abastecerá a esta farmacia con los productos e insumos de acuerdo a la necesidad de la misma, con el objetivo de contar con el surtido y cantidad de productos y evitar desabastecimiento con la finalidad que el cliente encuentre en la farmacia todo lo que necesite, determinando su abastecimiento mediante órdenes de compras.

4.4.5. Aspectos a tener en cuenta

- Las órdenes de compra se realizarán según la necesidad del punto de venta.
- Las reposiciones de inventario se realizarán diariamente.
- Este inventario debe ser registrado en el sistema de la farmacia para aumentar el inventario existen tanto físico como financieramente.

4.4.6. Selección de proveedores insumos

Debido a que la farmacia a implementar en una franquiciada, el franquiciante DIFARE es el único encargado de proveer el stock tanto de medicamentos como de insumos para el punto de venta, el mismo que cuenta con una cartera de proveedores calificados para el abastecimiento de la mercadería.

4.4.7. Proyección de los precios los productos y los insumos

La tabla adjunta muestra detalladamente los precios de los productos de una de las categorías que se manejaría dentro de la farmacia, para este proyecto que escogió la categoría vitaminas y minerales.

Tabla 21: *Categoría*

Categoría Vitaminas y Minerales	
Productos	PVP
VITAMINA-C NARANJx1	\$ 0.10
REDOXON LIM TAB-MASx500MGx5(2)	\$ 0.19
VITAMINA-C AMPx1GR	\$ 0.25
DUAL-C MIX SOBREx12GR	\$ 0.30
VITACEREBRINA AMPx1	\$ 0.40

Tomado de Estadística Grupo Difare 2019

4.5. Estudio Técnico

El estudio técnico busca responder las interrogantes básicas a la farmacia franquiciada “Cruz Azul” ¿Cuánto, donde, como y con qué comercializara la farmacia?, así como diseñar estrategias de comercialización óptimas que mejor utilice los recursos disponibles para obtener los productos deseados.

Para lograrlo se desarrolló un estudio de mercado para determinar la demanda insatisfecha, el tamaño de la demanda, la cuantificación del volumen de ventas y el precio de venta indican que hay necesidad de definir los productos en el estudio técnico, este determina la necesidad de capital y de mano de obra necesaria para la ejecución del proyecto.

4.5.1. Tamaño del Proyecto

Para este proyecto a implementar se pretende contar con una infraestructura que brinde comodidad a los habitantes de este sector al momento de adquirir sus productos.

Teniendo en consideración la demanda que se pretende cubrir y debido a que el punto de venta a implementar es nuevo este sector, para iniciar se procura realizar un local no tan grande pero sí que brinde la comodidad y confort que el cliente necesita.

Según estadísticas de ventas de la distribuidora franquiciante para el modelo de franquicia a implementar se proyecta vender mensualmente \$56,000 en este punto de venta y el modelo de farmacia a plasmar es un modelo de formato F.

4.5.2. Capacidad

Se conoce como a la capacidad el volumen o cantidad adecuada de venta por unidad de tiempo, durante el tiempo de expedición del producto.

4.5.2.1. Capacidad Diseñada. El volumen de venta que se calcula recaudar económicamente es \$ 56,000 mensuales con 20 categorizaciones de productos y más de 256 segmentos.

4.5.2.2. Capacidad Real. Para realizar la implementación de la farmacia franquiciada se les solicitó las escrituras debidamente registrada como propiedad de la Sra. Judith Morán. Se cuenta con un local de 5 x 8 en el cual se colocaran 3 vitrinas 5 góndolas de exhibición 1 refrigerador para bebidas, 1 refrigerador para medicina, 1 caja fuerte, entre otros elementos que ayudaran a la comodidad del local, adicional a ello dentro de dicho espacio se incluirá una construcción de 40 m², para

vender los productos y darle la atención que necesita los clientes.



Figura 16. Modelo de Farmacia Formato F (Vista panorámica)
Tomado de Dato Grupo DIFARE

4.5.2.3. Capacidad Instalada. La farmacia franquiciada que se intenta implementar en este sector pretende cubrir no solamente el sector desatendido actualmente, si no también, tendrá la capacidad de cubrir las necesidades del cliente que se acerque a realizar sus compras de conveniencia.

Se ha determinado cubrir el primer año de ventas un 80% de la población y para el siguiente año completar esta cobertura a un 100% al sector desatendido.

4.5.3. Factores que determinan el tamaño de un proyecto

Para este proyecto se busca cubrir la demanda existente en el sector que hasta el momento no ha podido ser cubierta, debido a los diferentes factores que han obstaculizado la implementación de una farmacia cerca de estos habitantes.

Los factores que se puede mencionar son:

- Escasas estrategias de difusión
- Poco interés de inversión
- Decreciente desarrollo productivo
- Pocas fuentes de trabajo
- Limitados ingresos
- Pérdidas económicas

Con el proyecto a implementar se pronostica cubrir de manera eficiente estos factores de manera que la farmacia a efectuar cubra y de solución en lo posible a la ciudadanía del sector.

4.5.4. Optimización de tamaño

Teniendo en cuenta que el espacio donde va a estar instalada la farmacia será un lugar un poco reducido, se pretende optimizar este espacio contando con un portafolio amplio de productos y de los que tengan mayor demanda en los clientes, para de esta manera cubrir la necesidad de los mismos.

4.5.5. Economía del tamaño

La farmacia a implementar ayudara a la economía de los ciudadanos, ya que por ser un local que estará cerca de sus viviendas, los habitantes no tendrán la necesidad de transportarse a otro lugar para cubrir su necesidad cuando de medicina se trate, ya que en la farmacia encontraran un amplio portafolio de productos de acuerdo a sus necesidades.

4.5.6. Planes de aplicación y ensanche

En la farmacia a efectuar se aspira realizar diferentes tipos de estrategias que ayuden a desarrollar el sell out e incrementar el desarrollo de la misma, se brindará a los clientes diferentes tipos de ofertas y promociones que serán de beneficio para los

habitantes. Todas estas actividades se aplicarán con el objetivo de tener un ensanche en el punto de venta y tener un crecimiento más acelerado y seguir brindando un buen servicio a los habitantes del sector.

4.5.7. Localización del proyecto

Para la localización de la farmacia franquiciada se consideran diferentes factores que determinan el lugar donde el proyecto lograra la máxima utilidad o el mínimo costo, la decisión de localización no solo afecta a empresas de nueva creación sino también a las que está en funcionamiento.

Macro Localización.

El proyecto se realizará en una zona urbana de la ciudad de Guayaquil perteneciente a la provincia del Guayas de Ecuador país con más de 14 millones de habitantes, esta zona es donde actualmente los habitantes de este sector carecen de una farmacia cercana que pueda satisfacer sus necesidades.



Figura 17. Mapa geográfico del Ecuador

Tomado de <https://www.google.com/search?q=mAPA+DEL+ECUADOR+GEOGRAFICO>



Figura 19. Ubicación Mapasingue Oeste
Tomado de Google Map

4.5.8. Factores que influyen en la localización

Esta farmacia estará ubicada en un sector urbano de la ciudad, la misma brindará servicio de medicinas y productos de consumo acorde a la necesidad del cliente, ofrecerá a sus clientes productos con diferentes precios sin poner limitantes en sus compras, esto quiere decir que los precios que se ofrecerán están al alcance de todo bolsillo.

Se puede mencionar factores como:

- Transporte
- Ambientales
- Disponibilidad de servicios básicos
- Posibilidad de desprenderse de desechos (cajas vacías, fundas, etc.)

4.5.9. Etapas de la localización

Con las diferentes estrategias a implementar en la farmacia se logrará que las ventas vayan teniendo un incremento considerable mensualmente, esto hará que la farmacia se mantenga en el sector y el mercado y esta parte de la población sea

cubierto por la misma, logrando así incrementar de manera eficiente las ventas y la cartera de clientes para lograr la fidelización de los mismos.

4.5.10. Microanálisis de la localización

Se realizará un microanálisis de un antes y un después de la implantación de la farmacia para tener una visualización real del cambio ocasionado desde la implementación del punto de venta y de que forma la misma ayudó a la ciudadanía a reducir sus gastos de transporte y medicina. Tales como:

- Se consideró la logística del abastecimiento y entrega de productos
- Preferencia por parte del consumidor, por ser una farmacia que pertenece a una marca reconocida en el mercado.
- Costos mínimos en monto de venta al consumidor final.

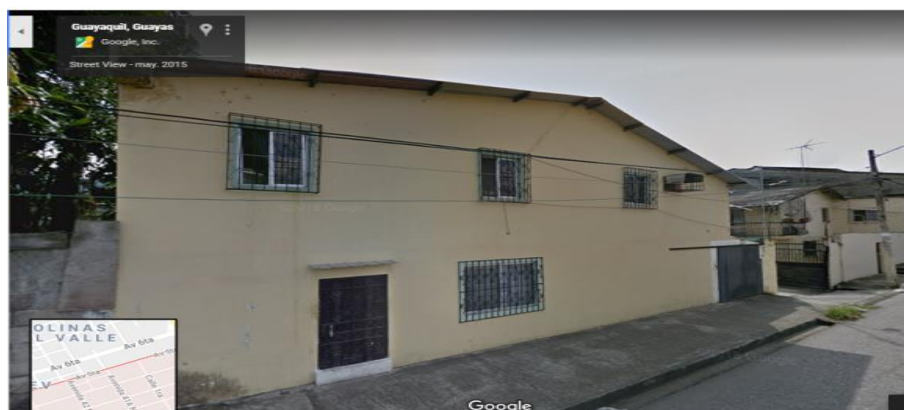


Figura 20. Antes
Tomada de Google Map



Figura 21. Antes
Tomada de www.google.com/search?q=farmacia+cruz+azul&source

4.5.11. Procedimiento del análisis de localización

Para cubrir esta demanda de los habitantes se brindará a los mismos la comodidad de adquirir sus productos en un lugar más cercano optimizando tiempo y gastos monetarios, con la finalidad de cubrir sus necesidades y satisfacer las mismas.

Análisis Preliminar:

- Estrategias de Marketing de la farmacia franquiciada

Determinación del tamaño de las instalaciones:

- Tamaños mínimo 40m²

Evaluación de alternativas

- Amplio portafolio de productos

4.5.12. Métodos de la evaluación

Para este proyecto se aplicará el método de ponderación el mismo que ayudara a visualizar que incremento se ha obtenido y de qué forma se ha llegado a un crecimiento óptimo desde la apertura del punto de venta, también ayuda a visualizar la tendencia según los diferentes períodos de ventas y mejorar en aquellos periodos donde las ventas sean menores.

4.5.13. Ingeniería del Proyecto

La facilidad de distribución y abastecimiento que ofrece el franquiciante, así como el diseño y ubicación de los productos en las perchas, será el que permita tener una farmacia abastecida, utilizando eficientemente los recursos disponibles que se cuenta, es el resultado de la ingeniería de proyecto esta permite cuantificar los recursos económicos a utilizar en el desarrollo del mismo.

4.5.14. El proceso de Producción

Debido a que la farmacia a implementar en una franquicia el proceso de producción que se aplicará en este punto de venta será el siguiente:

Franquiciante: Se encargará de la logística de la mercadería y el abastecimiento óptimo de la farmacia.

Productos: Se ofrecerá a los clientes un portafolio amplio de productos, con variedad de precios que estén al alcance de cualquier poder adquisitivo.

Clientes: La farmacia franquiciada a implementar estará dispuesta a atender a todo tipo de clientes, con la finalidad de satisfacer las necesidades de los mismos.

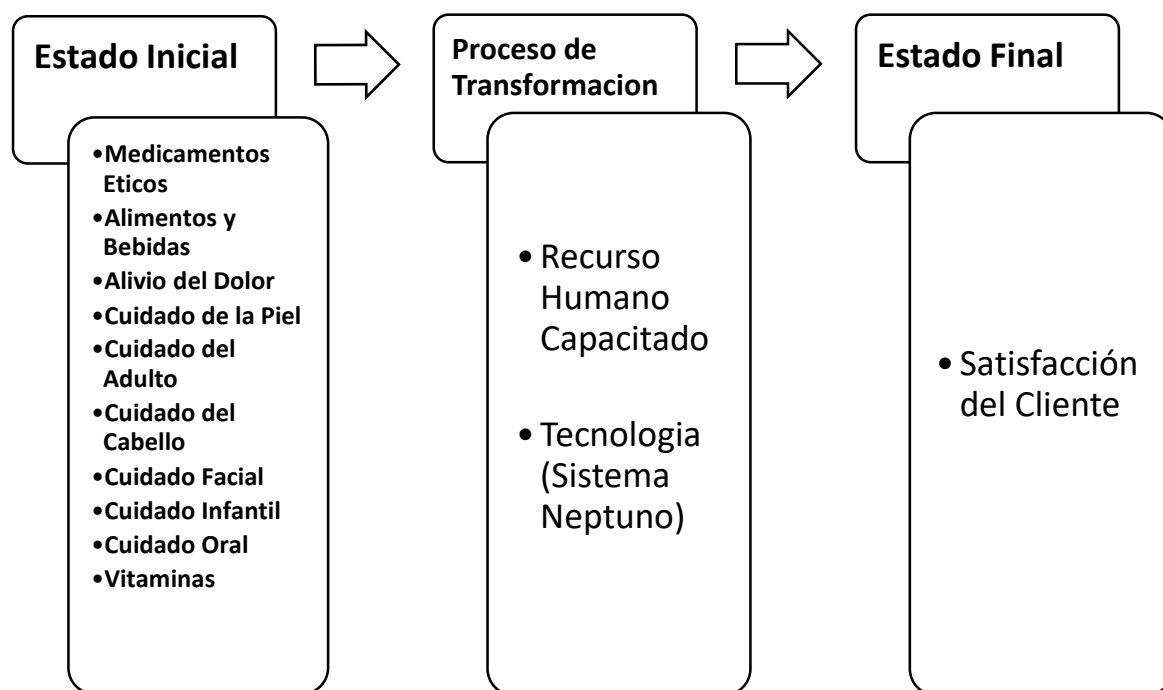


Figura 22: *Proceso de Producción*

4.5.15. Selección de Tecnología

La farmacia franquiciada a efectuar contará con un sistema de tecnología avanzada (Sistema NEPTUNO), la misma que facilitará la atención más rápida y oportuna al cliente, así como también contar siempre con productos disponibles en el abastecimiento de la farmacia, ya que por medio de esta tecnología la reposición de la mercadería es automática.

4.5.16. Selección de Maquinaria y Equipo

Se contará con equipos y maquinarias (computadoras, impresoras, datafast) modernos que ayuden a un despacho rápido al cliente y optimicen el tiempo y facilidades de compra.

4.5.17. Selección del Personal de Atención al cliente

Se contará con personal calificado los mismos serán conocedores en este mercado para brindar confianza y satisfacción, será personal apto para atender al todo tipo de cliente y satisfacer sus necesidades y despejar dudas si fuera el caso.

4.5.18. Descripción del Proceso de Facturación

El Sistema a utilizar (NEPTUNO) facilitara la búsqueda de cualquier medicamento que cliente necesite y así tener un despacho rápido y certero de lo solicitado por el cliente.

4.5.19. Diagrama del Proceso

El personal que atenderá en este punto de venta contará con un protocolo de servicio hacia el cliente que inicia desde un saludo al cliente brindándole confianza al mismo, también el dependiente deberá ofrecer a su cliente ofertas y promociones que cuenta la farmacia, medios de pago, lectura de los productos a facturar, valores a pagar y finalmente agradecer al cliente por sus compras realizadas.

Diagrama de Flujo.

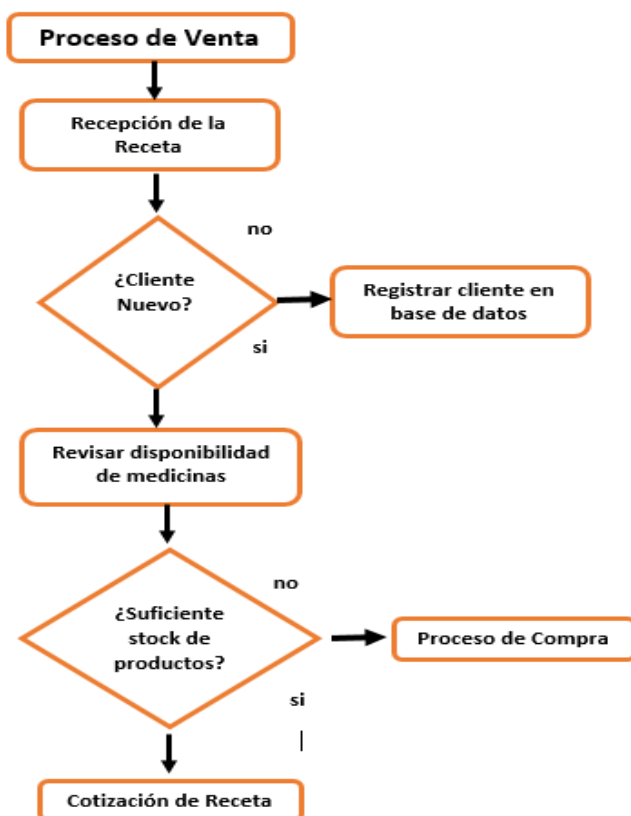


Figura 23. Diagrama de Flujo

4.5.20. Diagrama de la Planta

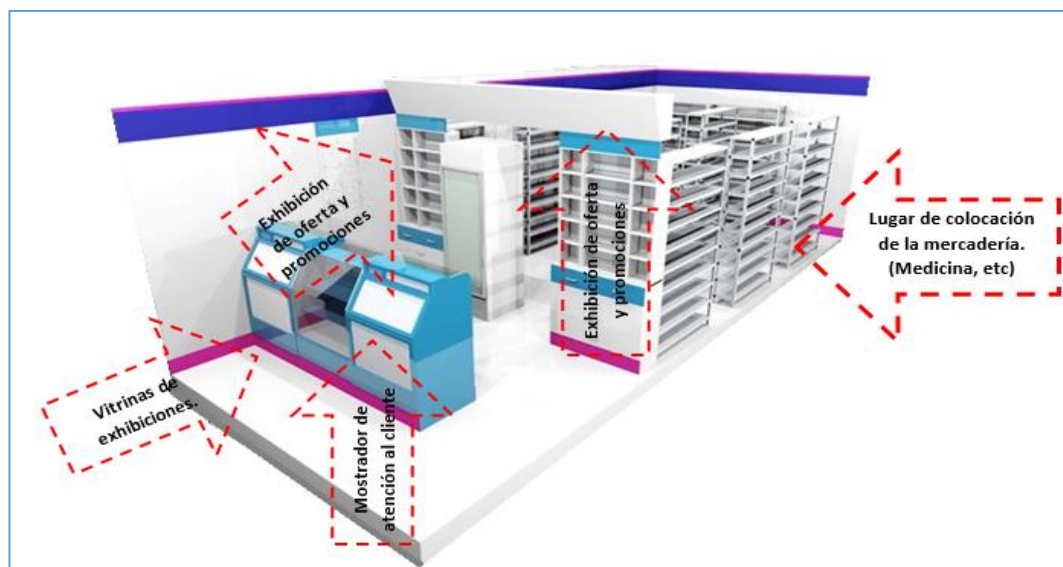


Figura 24. Diagrama de Planta
Tomado de Dato Grupo DIFARE

4.5.21. Obras Físicas de la Planta



Figura 25. Obra física de planta
Tomado de Dato Grupo DIFARE 2019

Formato físico de la farmacia a implementar la misma que contara con:

- Perchas metálicas para una colocación segura de la mercadería
- Mostrador adecuado para una buena atención del cliente
- Repiseros 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

Tabla 24: *Valores por elementos*

Elementos	Valores
Perchas Metálicas	1,235.00
Mostrador	1,200.00
Repiseros	850.00
Vitrinas	655.00
Computadora	1,000.00
Datafast	268.00
Total	5,208.00

4.5.22. Control de Calidad

En esta farmacia franquiciada se brindará al cliente productos en un buen estado de consumo, es decir no se ofrecerá al cliente productos averiados ni caducados ya que por normas de salud y ética profesional esto no se permitirá, ya que nuestra prioridad será cuidar al cliente en su salud y en sus compras.

4.5.23. Seguridad Industrial

El punto de venta contará con la seguridad respectiva desde el momento de la apertura, se contará con diferentes tipos de alarmas (incendio, humo, botón de pánico etc.), extintor para evitar cualquier incidente entre otras seguridades, todo esto es con la finalidad de brindarles seguridad a los clientes externos e internos.

Tabla 25: *Valores de seguridad industrial*

Descripción	Valores
Terreno 102 m2	\$ 40,000.00
Alarma de incendio	\$ 300.00
Botón de pánico	\$ 350.00
Permisos municipales	\$ 400.00
Total	\$ 41,050.00

4.6. Estudio Organizacional

El éxito del buen funcionamiento en una organización es gracia al personal que labora en él, pues con la dedicación de cada uno de ellos se puede cumplir la misión, visión u objetivo de la misma.

4.6.1. Teoría de organización aplicada

Se considera a la teoría de la organización a la manera de planear como se puede mejorar un procedimiento o comportamiento en beneficio de una organización. (Córdoba, 2016)

La empresa franquiciante Distribuidora Farmacéutica Ecuatoriana (DIFARE)

con la finalidad de ofertar un servicio en comercialización de medicina y artículos básicos de uso personal ha logrado establecer y acordar brindar un recurso económico para crear una farmacia franquiciada que ofrezca medicinas entre otros artículos a los habitantes del sector de Mapasingue Oeste de la ciudad de Guayaquil. Se considera a la teoría de la organización a la manera de planear como se puede mejorar un procedimiento o comportamiento en beneficio de una organización.

4.6.2. Principios administrativos que serán utilizados

Principios de Henry Fayol

El Autor Henry Fayol estableció 14 principios de la administración (Ponce, 2003) los mismos que se van a utilizar en el presente proyecto.

1. División del trabajo: En una organización se divide en departamentos y cargos Para definir y detallar los cargos y funciones para lograr una mayor eficiencia, productividad y la rentabilidad.
2. Autoridad y responsabilidad: En este se define la autoridad y que grado de responsabilidad tiene cada persona en la organización para lograr un equilibrio entre los diferentes niveles de mando.
3. Disciplina: Se define las normas y reglamentos de la organización, con ello se logra realizar un buen liderazgo en los diferentes niveles.
4. Unidad de Mando: Se debe respetar el orden jerárquico dentro de una organización
5. Unidad de Dirección: Las procesos y actividades deben estar enfocada con los objetivos de la organización.
6. Interés individual subordinado al interés general: Se debe fomentar en la organización el interés de la organización, y considerar la empatía a los

empleados.

7. Remuneración La remuneración es el pago por los servicios recibidos: Se debe dar la remuneración según la ley, así como incentivos por parte de la organización no esencialmente de manera monetaria.
8. Centralización: Se debe definir la autoridad y toda la organización lo conozca.
9. Jerarquía: Se debe respetar el orden del organigrama, para que el personal conozca la línea de mando.
10. Orden Debe haber un Orden material (cosas) y social (personas). Se debe dotar al personal los recursos necesarios para que el personal puede desempeñarse de la forma correcta.
11. Equidad: Se debe inculcar los valores de la organización, para que predomine en cada uno los miembros que la conforman.
12. Estabilidad del personal Se recomienda que debe hacer rotar al personal en distintas áreas para que se empodere de proceso de la organización y la importancia de su presencia dentro de ella.
13. Iniciativa: Dejar que el personal tome la iniciativa en nuevos procesos en post de mejora para organización, se debe dar apoyo e incitar a la mejora continúa.
14. Espíritu de cuerpo: Se refiere al trabajo de equipo, se debe fomentar integración entre miembros de la organización.

En la actualidad la empresa moderna utiliza los siguientes principios

➤ **Principios de la Unidad de Objetivos**

Hace referencia a todos los integrantes de la empresa aplican la sinergia para lograr el propósito u objetivos de la empresa.

➤ **Principio de Eficiencia Organizacional**

Este principio se refiere a que la organización debe esforzarse y realizar más con menos o lo mismo, es decir optimizar los recursos para poder lograr brindar un producto o servicio a bajo costo y de buena calidad.

➤ **Principio de la Delegación por Resultados Esperados**

En este principio indica que la delegación de una función no es otra cosa que lograr que el delegado cumpla con la función establecida y que los resultados maximicen la rentabilidad.

➤ **Principio de la Unidad de Mando**

Este principio indica que todo subordinado cuenta con un jefe quien es único que puede otorgar órdenes o autorizar algún cambio que se pretenda realizar se esté de personal, artículos o actividades en la empresa.

➤ **Principio de Facilitación de Liderazgo**

Este indica que el líder debe influir para que las personas logren sus objetivos planteados.

4.6.3. La organización administrativa a adoptar

En la actualidad en un mundo globalizado las organizaciones cuentan con un amplio dinamismo para poder adaptarse a los diferentes aspectos cambiantes internos y externos que facilitan el desempeño empresarial entre ellos se puede mencionar:

- Aceleración del ritmo en todas las actividades
- Retorno de la economía productivista
- Búsqueda de límites de calidad total
- Cero defectos
- Cero stock

4.6.4. Factores organizacionales a utilizar

En una organización se presenta la siguientes etapas según va avanzando o madurando a nivel empresarial (Córdoba, 2016)

➤ Producción en masa

En esta etapa la organización busca producir en masa para general más utilidad, despreocupando al cliente.

➤ La era de la eficiencia

En ella organización es productiva, mas sistematizada.

➤ La era de la calidad

En esta era la calidad se involucra en busca de la calidad y satisfacción por medio de la mejora continua.

➤ La era de la competitividad

En esta la organización busca lograr metas a nivel mundial, así como alianzas con otras empresas.

Planeación o formulación estratégica

Las estrategias que se implementarían en la farmacia franquiciada se realizaran con la finalidad de incrementar las ventas y la adherencia de los clientes, estas estrategias tienen como objetivo, misión y visión.

Objetivo:

Facilitar y ofrecer a los clientes un servicio de calidad contando con un amplio portafolio de productos para que los clientes puedan cubrir sus necesidades.

Misión:

Ser un punto de venta preferido para los clientes, ofreciendo un buen servicio para mantenernos en el mercado y crecer en el mismo.

Visión:

Para el año 2020 contar con más de una sucursal de farmacia para cubrir la demanda y necesidad de los sectores aledaños y alcanzar un incremento representativo en ventas.

4.6.5. Estructura legal

En la república del Ecuador todas las entidades que desarrollan actividades productivas o comerciales deben de considerar lo que establece la superintendencia de compañías para su eficaz y eficiente desempeño.

La farmacia franquiciada Cruz Azul teniendo como antecedentes ingreso al portal <https://www.supercias.gob.ec/portalscv/s/>, encontrando las diferentes formas con que una empresa puede desarrollar actividades, dados que los recursos económicos son limitados las propietarias de la farmacia franquiciada a tomo la decisión de iniciar sus actividades mediante el registro mercantil, el mismo que especificará la actividad comercial a realizar y el monto monetario que cada parte aportara para la creación de la misma.

Esta actividad comercial será muy dinámica ya que permitirá a sus propietarios a tomar decisiones rápidas y eficaces con la finalidad de ser competitivos en el mercado y obtener un crecimiento y rentabilidad óptima.

4.6.6. Esquema de la organización empresarial a emplear

El esquema que la farmacia franquiciada contará será por departamentalización y se contará con los siguientes departamentos:

- Departamento Administrativo o Gerencial
- Departamento de Finanzas
- Departamento de Marketing
- Departamento de Compras y Abastecimientos
- Departamento de Negociaciones

4.6.7. Constitución y legalización de la organización

¿Qué necesita tener para pertenecer a la Franquicia Líder Cruz Azul?

Documentos:

- Cédula de identidad del representante legal de la farmacia
- RUC actualizado.
- Permiso de funcionamiento ARCSA (En caso de no contar con este requisito puede visitar <http://www.controlsanitario.gob.ec/autorizacion-de-apertura-de-farmacia-o-botiquin/>)
- Autorización para el punto de venta y Facturación, otorgado por SRI.
- Contrato de banda ancha
- Escritura de compra y venta de farmacia adquirida (en caso de que los documentos no estén a su nombre)
- En caso de ser persona Jurídica, además:
- Nombramiento del representante legal
- Escritura de Constitución de compañía

Infraestructura:

- Local Comercial (propio o arrendado min 40 mt²)
- Equipos de computación y conexión de banda ancha.
- Montaje de la imagen Cruz Azul interna y externa.
- Difare S.A. asume la instalación del letrero principal.

Inversión económica:

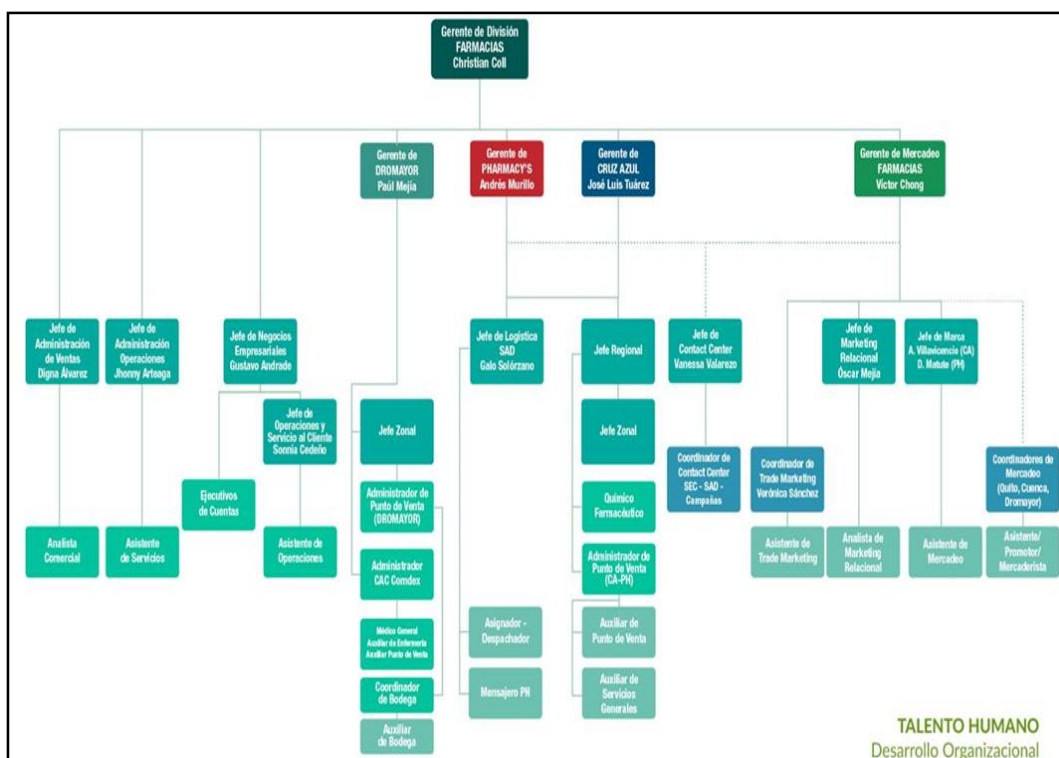
- \$60,000 aproximadamente
- Pago del Fee de ingreso a la franquicia U\$ 5,000 + IVA
- Inventario Inicial de Productos \$25,000 (Pago de contado)
- Sistema Informático Neptuno \$1.890+IVA

- Segundo Pedido \$12,000 (Pago de contado)
- A partir del tercer pedido ya cuenta con Crédito a 60 días.
- La diferencia de los rubros anteriormente detallados menos los \$60,000; se considerarán para adecuaciones internas del local, para que tenga la imagen Cruz Azul al 100%.

4.6.8. Estructura administrativa

La farmacia franquiciada Cruz Azul estará involucrada directa e indirectamente con las siguientes áreas administrativas.

- Departamento Administrativo o Gerencial
- Departamento de Finanzas
- Departamento de Marketing
- Departamento de Compras y abastamientos
- Departamento de Negociaciones



TALENTO HUMANO
Desarrollo Organizacional

Figura 26. Organigrama Desarrollo Tomado de Organizacional Grupo DIFARE

4.6.9. Diseñar el organigrama

Basada en el organigrama de la empresa franquiciante en el punto de venta del organigrama a utilizar se describe a continuación:

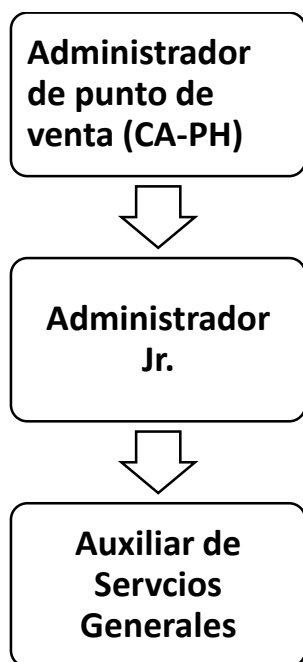


Figura 27. Organigrama del proyecto

4.6.10. Descripción de funciones

Administrador de punto de venta:

- Nivel: Corporativo

Funciones:

- Realizar el presupuesto
- Verificar las ventas diarias
- Fijar cuota diaria para que los dependientes cumpla con las cuotas establecidas
- Estar pendiente del suficiente stock de mercadería
- Verificar el periódicamente las fechas de caducidad de la mercadería
- Asignar al personal a su cargo el cuidado y limpieza de perchas
- Realizar horarios de trabajo para el personal, etc.

Administrador Jr.:

- Nivel: Funcional

Funciones:

- Es la persona encargada de suplir las funciones del Administrador cuando este se encuentre ausente del punto de venta.

Auxiliar de Servicios Generales:

- Nivel: Operativo:

Funciones:

- Cumplir lo establecido por el Administrador
- Atención al cliente
- Realizar ventas para cumplir su cuota de ventas diaria y mensual.

4.6.11. Administración del personal

Comprende las relaciones de los recursos humanos con los demás funcionarios y con la empresa tales como:

- Requerimientos para ocupar cargos y puestos determinados, indicando el requerimiento de materia de conocimiento:
 - Capacidad de desempeño
 - Experiencia
 - Desarrollo de funciones especificadas del contrato
 - Cumplir con el reglamento interno de trabajo
- Implementar el conjunto de normas que determine las relaciones entre trabajador y la empresa teniendo en cuenta los aspectos como:
 - Periodo de prueba
 - Horario de trabajo,
 - Permisos.

- Este documento estará a disposición de directivos y colaboradores para su fiel cumplimiento.
- Salarios y prestaciones se debe publicar el cuadro de salario que devengaran los empleados de la empresa.
- Las prestaciones sociales incluye:
 - Vacaciones
 - Bonificaciones por servicios prestados.
 - Bonos de navideños y cesantía que les pagara al empleado de conformidad con la legislación vigente.
- Seguridad social y servicios complementarios.
 - Los empleados deben ser afiliados desde el momento que ingresan a laborar a la empresa.
- Deben de conocer los riesgos profesionales y servicios completo como:
 - Recreación
 - Capacitación
 - Fondo de empleados
 - Préstamos, entre otros

4.6.12. Requisitos para ocupar los cargos y funciones específicas

Administrador de punto de venta:

Requisitos:

- Título: Licenciado (a) en Contabilidad y Auditoría
- Experiencia: 2 años en cargos similares
- Conocimientos básicos: Manejo de Word, Excel, y programas contables.

Aptitudes:

- Responsabilidad

- Buenas relaciones personales
- Discreción con la información de la empresa

Condiciones de trabajo:

- Ambiente: Ambiente físico agradable
- Riesgo: Bajo (cansancio visual y mental)

Administrador Jr.:

Requisitos:

- Título: Egresado en contabilidad o carreras afines
- Experiencia: 2 años en cargos similares
- Conocimientos básicos: Office operativos

Aptitudes:

- Responsabilidad para responder por sus actos
- Buenas relaciones personales
- Honradez para brindar confianza.

Condiciones de trabajo:

- Ambiente: Buen ambiente de trabajo
- Riesgo: Bajo (cansancio visual y mental)

Administrador Independiente o Auxiliar de Servicios Generales:

Requisitos

Nivel Jerárquico: Operativo

Naturaleza del trabajo: Brindar atención al cliente y despachar los medicamentos que soliciten.

Aptitudes:

- Responsabilidad

- Buenas relaciones personales
- Discreción con la información de la empresa

Condiciones de trabajo:

- Ambiente: Ambiente físico agradable
- Riesgo: Bajo (cansancio visual y mental)

4.6.13. Reclutamiento y contratación

Convocatoria: El interesado debe enviar su hoja de vida a:

www.selecciongrupodifare.com

Selección: La persona debe cumplir con los siguientes requisitos:

- Formación académica: De preferencia titulados de carreras Administrativa o financiera
- Experiencia: Mínima 1 año de experiencias

La empresa franquiciante DIFARE es la encargada de la selección y contratación del personal que laborará en los puntos de farmacias franquiciados.

4.6.14. Reglamento interno de trabajo

- Prohibido consumir drogas o alcohol dentro de la farmacia
- Prohibido sin el uso de uniforme
- Prohibido ingreso de mascotas
- Prohibido realizar actividades personales dentro de su jornada laboral.
- Prohibido llegar tarde al lugar de trabajo

4.6.15. Estructura salarial y prestacional

Le compete al departamento financiero y nomina estipular los valores salariales del personal que laborará en el punto de venta que varían desde \$ 400 a \$8,000.

Los beneficios salariales de la farmacia franquiciada están establecidos según la Ley Laboral, el sueldo es establecido por la franquicia más beneficios de ley (afiliación al seguro social).

Tabla 26: *Sueldo de empleados*

Cargo	Valores
Administrador de Punto de Venta	\$ 800.00
Administrador Jr.	\$ 500.00
Auxiliar de Servicios Generales	\$ 400.00
Total	\$ 1,700.00

4.6.16. Seguridad social y servicios complementarios

La empresa franquiciante otorga a sus socios y empleados servicios según lo estipulado por la ley y beneficios complementarios entre ellos se puede mencionar los siguientes:

Servicios Sociales:

- Afiliado al seguro social
- Vacaciones anuales
- Bonificaciones salariales (decimos)

Servicios Complementarios:

- Descuentos en sus compras en las cadenas de farmacias
- Seguro de Salud Privado (BMI)
- Miembro de Club DIFARE
- Socios de Cooperativa DIFARE
- Descuentos en consultas médicas

4.7. Resumen Capítulo IV

Una vez realizado los análisis de las personas encuestadas y entrevistadas se concluyen que el proyecto es viable para la implementación ya que es medible y alcanzable manteniendo indicadores de cumplimiento y así comprueben y evalúen el crecimiento y rendimiento de los mismos

Se especifica el modelo, formato, ubicación de la farmacia y variedad de categorías de productos disponibles en el punto de venta las que contarán con variedad de mercadería que estará a disposición de los clientes con personal altamente capacitado para la atención al consumidor final

Esta farmacia franquiciada contará con todos los permisos que exige la ley para brindar mayor seguridad y comodidad a los clientes, contando con una estructura administrativa bien definida para su atención el mismo que tiene asignadas metas y responsabilidades según el cargo que desempeñe de cada uno de ellos, con la finalidad de tener una buena administración, atención y crecimiento de la farmacia franquiciada.

Capítulo V

5. Propuesta

5.1. Título del Proyecto

“Proyecto de Prefactibilidad Financiera para Creación de Farmacia Franquiciada Cruz Azul en el Sector De Mapasingue Oeste del Cantón Guayaquil”

5.2. Autores de la propuesta

- Judith Amparo Morán Lara
- Silvia Esther Salcedo Lindao

5.3. Empresa Auspiciante

Grupo DIFARE

5.4. Área que cubre la propuesta

Campo : Empresarial
Área : Financiera
Sector : Mapasingue Oeste

5.5. Participantes del proyecto

Organigrama Grupo DIFARE (Apéndice C)

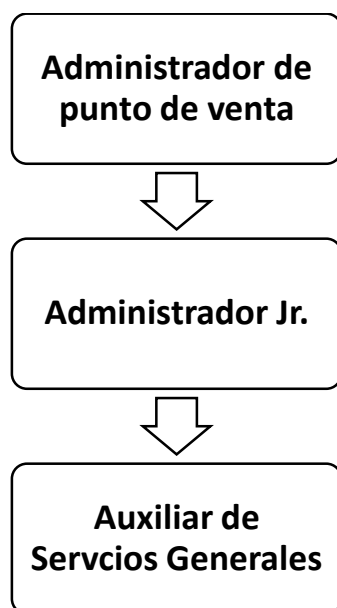


Figura 28. Organigrama de Punto de Ventas

5.6.Objetivos Generales de la propuesta

- Determinar la prefactibilidad financiera, para la creación de farmacia franquiciada Cruz Azul, en el sector de Mapasingue Oeste del cantón Guayaquil.

5.7. Objetivos Específico

- Elaborar el proyecto de prefactibilidad financiera de la farmacia franquiciada Cruz Azul.
- Establecer las gestiones de tipo financiero a alcanzar en la propuesta para justificar la viabilidad del proyecto, mediante un flujo de caja.
- Alcanzar resultados de nivel de ingresos futuros por las ventas realizadas en la farmacia franquiciada Cruz Azul.

5.8.Beneficiario directo

Los beneficiarios directos de la propuesta de creación de Farmacia Franquiciada Cruz Azul son los habitantes del Sector De Mapasingue Oeste del Cantón Guayaquil, también las autoras del proyecto y a la franquicia del Grupo Difare.

5.9.Beneficiario Indirecto

Los beneficiarios indirectos de la propuesta de creación de Farmacia Franquiciada Cruz Azul son el franquiciante del Grupo Difare, así como los propietarios de los negocios aledaños, al incrementar la influencia de personas en el sector.

5.10. Impacto de la propuesta

La propuesta del proyecto a implementar será de gran impacto en el sector de Mapasingue Oeste, debido a que en la actualidad las farmacias existentes quedan a larga distancia de las viviendas de los moradores y esto causa malestar a los

habitantes debido a que tienen que transitar varias cuadras para adquirir sus medicinas, la farmacia a implementar les facilitara y dará la comodidad de adquirir sus medicamentos de forma rápida y cómoda al encontrarse esta farmacia cercana a sus viviendas.

5.11. Descripción de la propuesta

La inversión que se realizará de inicio para la implementación de la farmacia será de \$60,000 los mismos que serán invertidos en:

- Pago del Fee de ingreso a la franquicia U\$ 5,000 + IVA
- Inventario Inicial de Productos \$35,000 (Pago de contado)
- Sistema Informático Neptuno \$1,890+IVA
- La diferencia de los rubros anteriormente detallados de los \$60,000; se considerarán para adecuaciones internas del local, para que tenga la imagen Cruz Azul al 100%, que no necesariamente van a hacer entregado directamente al Grupo Difare, pues se considerará las adecuaciones del local por cuenta propietario (tabla 25).

Como datos adicionales a la inversión el Grupo Difare al Segundo Pedido debe ser mínimo de \$12,000 (Pago de contado), y al partir del tercer pedido ya cuenta con crédito a 60 días.

Tabla 27: *Inversión Inicial*

INVERSIÓN INICIAL		
Detalle	Valor	Adquirido
TERRENO	\$ 10,000.00	Si
CONSTRUCCION	\$ 30,000.00	Si
FEE (uso de marca)	\$ 5,600.00	Para gestión
Sistema (Neptuno)	\$ 2,116.80	Para gestión
INVENTARIO	\$ 35,000.00	Para gestión
PERMISO Y ADECUACIÓN	\$ 8,903.30	Para gestión
Circulante	\$ 8,379.90	
TOTAL	\$ 100,000.00	
Valor a financiar	\$ 60,000.00	

5.11.1. Ingresos

Según el estudio de mercado realizado de la farmacia franquiciada a implementar, proyecta tener ventas superiores a \$56.000 mensuales, esto se debe a que la farmacia contará con un amplio portafolio de productos, como es una farmacia nueva se pondrá una meta de venta al mes de \$ 45,0000 y será la única farmacia que atenderá esta parte del sector de Mapasingue Oeste que actualmente se encuentra desatendido y la cantidad de personas a atender es bastante alta, conforme lo citado en el numeral 3.4 con esto se logrará que a partir de un año se verá una rentabilidad y crecimiento.

Tabla 28: *Ingresos de Ventas Mensuales*

Categoría de Producto	Valores USD.
Nutrición	7,606
Cuidado infantil	5,683
Cuidado del cabello	4,298
Medicamentos éticos	3,965
Cuidado personal	3,942
Productos naturales	3,046
Vitaminas y minerales	2,020
Otras categorías	26,221
Total general	56,781

Tomado de Dato Grupo DIFARE 2019

5.11.2. Costo de materiales directos

Activo corriente:

Son aquellos activos que pueden en dinero en efectivo en un periodo inferior a un año.

Inventario:

Son los productos destinados para la venta, tanto productos farmacéuticos y también productos de consumo básicos de higiene personal.

Activos Fijos:

Son los activos que no está destinado para ser comercializado, pero sirve para funcionabilidad de la farmacia.

Los activos necesarios de la farmacia serán:

Terreno y construcción e instalación

Es el lugar donde estará instalada la farmacia

Equipo de oficina

Son equipos utilizados como herramientas para trabajar dentro la farmacia

Equipo de cómputo:

Son aquellos equipos tecnológicos que se utilizan para el funcionamiento y sistematización de la farmacia.

Muebles y enseres

Es la inmobiliaria para la adecuación de la farmacia.

Activos Diferidos:

Es la inversión que se realiza para la obtención de los permisos o servicios para la apertura de la farmacia.

A continuación, se presenta el cuadro de detalle de los activos fijos y diferidos:

Tabla 29: *Detalle de activos fijos y diferidos*

Cant	Detalle			Valores
	Activos fijos			
	Terrenos			\$ 10,000.00
	Construcción/instalación			\$ 30,000.00
	Equipo de oficina			\$ 335.00
1	Teléfono		\$ 55.00	
1	Caja fuerte digital		\$ 280.00	
	Equipo de computó			\$ 3,436.00
2	Computadora	\$ 1,000.00	\$ 2,000.00	
2	Impresora	\$ 450.00	\$ 900.00	
2	Datafast	\$ 268.00	\$ 536.00	
	Muebles y encerés			\$ 4,040.00
2	Silla giratoria	\$ 50.00	\$ 100.00	
7	Perchas metálicas	\$ 176.43	\$ 1,235.00	
2	Estándares de exhibición	\$ 425.00	\$ 850.00	
1	Vitrinas de exhibición	\$ 655.00	\$ 655.00	
2	Mostrador	\$ 600.00	\$ 1,200.00	
	Útiles de oficina			\$ 27.00
2	Rollo para impresora	\$ 5.00	\$ 10.00	
2	Grapadora	\$ 5.00	\$ 10.00	
1	Grapas	\$ 1.00	\$ 1.00	
3	Archivadora	\$ 2.00	\$ 6.00	
	Útiles de limpieza			\$ 15.30
1	Cloro		\$ 4.80	
1	Deja		\$ 5.00	
1	Escoba		\$ 2.50	
1	Trapeador		\$ 3.00	
	Activos Diferidos			
	Patente (Fee)			\$ 5,600.00
	Licencia (Sistema Neptuno)			\$ 2,116.80
	Instalaciones			\$ 650.00
1	Alarma de incendio		\$ 300.00	
1	Botón de pánico		\$ 350.00	
	Gastos de organización			\$ 400.00
1	Permisos municipales		\$ 400.00	

Gastos Administrativos:

Son los valores que la farmacia debe cubrir nomina operacional del funcionamiento.

Mano de obra directa

Es el sueldo y salario que los empleados de la farmacia.

Nómina de empleado:

Tabla 30: *Nómina*

Cant	Detalle	Valor
1	Administrador de Punto de Venta	\$ 800.00
1	Administrador Jr.	\$ 500.00
1	Auxiliar de Servicios Generales	\$ 400.00

Tabla 31: *Cuadro de Sueldos y Salarios (Primer año)*

	Sueldo y Salario	Décimo Tercero 1/12	Décimo Cuarto SBU. 1/12	Vacaciones 1/24	Aporte Patronal 11.15%	Fondos de Reserva 1/12	Total Mes	Total Anual
Administrador de Punto de Venta	\$ 800.00	\$ 66.67	\$ 66.67	\$ 33.33	\$ 89.20	\$ -	\$ 1,055.87	\$ 12,670.40
Administrador Jr.	\$ 500.00	\$ 41.67	\$ 41.67	\$ 20.83	\$ 55.75	\$ -	\$ 659.92	\$ 7,919.00
Auxiliar de Servicios Generales	\$ 400.00	\$ 33.33	\$ 33.33	\$ 16.67	\$ 44.60	\$ -	\$ 527.93	\$ 6,335.20
Totales	\$ 1,700.00	\$ 141.67	\$ 141.67	\$ 70.83	\$ 189.55	\$ -	\$ 2,243.72	\$ 26,924.60

Tabla 32: Cuadro de Sueldos y Salarios (Segundo año)

	Sueldo y Salario	Décimo Tercero 1/12	Décimo Cuarto SBU. 1/12	Vacaciones 1/24	Aporte Patronal 11.15%	Fondos de Reserva 1/12	Total Mes	Total Anual
Administrador de Punto de	\$ 800.00	\$ 66.67	\$ 66.67	\$ 33.33	\$ 89.20	\$ 66.67	\$ 1,122.53	\$ 13,470.40
Administrador Jr.	\$ 500.00	\$ 41.67	\$ 41.67	\$ 20.83	\$ 55.75	\$ 41.67	\$ 701.58	\$ 8,419.00
Auxiliar de Servicios	\$ 400.00	\$ 33.33	\$ 33.33	\$ 16.67	\$ 44.60	\$ 33.33	\$ 561.27	\$ 6,735.20
Totales	\$ 1,700.00	\$ 141.67	\$ 141.67	\$ 70.83	\$ 189.55	\$ 141.67	\$ 2,385.38	\$ 28,624.60

Gastos Generales

Son aquellos elementos necesarios para el funcionamiento de la farmacia.

Servicios básicos.

Son los valores por la obtención de agua potable, luz eléctrica y línea telefónica.

Tabla 33: Servicios básicos

Detalle	Valores Mensuales	Valor Anual
<u>Servicios Básicos</u>	\$ 73.00	\$ 876.00
Luz Eléctrica	\$ 50.00	
Agua potable	\$ 15.00	
Teléfono	\$ 8.00	

Depreciaciones

La depreciación es la disminución gradualmente de un bien, según las rentas internas define:

- Equipo de cómputo 33% anual a 3 años.
- Maquinaria, equipos y muebles 10% anual a 10 años
- Vehículos 20% anual a 5 años
- Edificación 5% anual a 20 años

Para las depreciaciones se utilizará el método lineal:

Depreciación = (Valor actual – Valor Residual) / Números de vida útil

Valor Residual = Valor actual * % Depreciación

Tabla 34: *Muebles y enseres*

Muebles y enseres		
		\$ 4,040.00
2	Silla giratoria	\$ 100.00
7	Perchas metálicas	\$ 1,235.00
2	Estándares de exhibición (Repisero)	\$ 850.00
1	Vitrinas de exhibición	\$ 655.00
2	Mostrador	\$ 1,200.00

Valor Residual = Valor actual * % Depreciación

Valor Residual = 4,040.00 * 10%

Valor Residual = 404.00

Dp = Valor Actual – Valor Residual

Dp= (\$4,040.00 – \$404.00) / 10

Dp = \$3,636.00/ 10

Dp = \$363.60

Tabla 35: *Equipo de computación*

Equipo de computación			\$ 3,436.00
2	Computadora	\$ 1,000.00	\$ 2,000.00
2	Impresora	\$ 450.00	\$ 900.00
2	Datafast	\$ 268.00	\$ 536.00

Valor Residual = Valor actual * % Depreciación

Valor Residual = 3,436.00 * 33%

Valor Residual = 1,133.88

Dp = Valor Actual – Valor Residual

Se plantea financiar el proyecto con un préstamo bancario al Banco de Pacifico.

La fórmula para calcular la cuota total por el sistema de amortización alemán:

$$(V/n) + (V - \sum_1 tp)^* i$$

Sistema de Amortización Alemán: Las cuotas son decrecientes y consecutivas, es decir que según avanza las cuotas el deudor abona menos valor de los intereses.

Capital:	\$ 50,000.00
Tasa de Interés:	9.5%
Tiempo:	5 años
Banco:	Pacifico
Pagos:	Mensuales
tipo de Amortización:	Alemana

Tabla 37: *Resumen del préstamo*

Año	Amortización anual decapital	Interés Anual	Total cuota financiera	Total a pagar
1	\$ 9,999.96	\$ 4,314.60	\$ 14,314.56	\$ 14,314.56
2	\$ 9,999.96	\$ 3,366.00	\$ 13,365.96	\$ 13,365.96
3	\$ 9,999.96	\$ 2,415.60	\$ 12,415.56	\$ 12,415.56
4	\$ 9,999.96	\$ 1,465.20	\$ 11,465.16	\$ 11,465.16
5	\$ 10,000.16	\$ 514.80	\$ 10,514.96	\$ 10,514.96
Total	\$ 50,000.00	\$ 12,076.20	\$ 62,076.20	\$ 62,076.20

5.11.4. Estados Financieros

Con los estados financieros se puede ver cómo están los activos, pasivos y patrimonio de la farmacia a implementar.

Tabla 38: Balance General

<u>ACTIVOS</u>		<u>PASIVO</u>	
<u>ACTIVOS CORRIENTES</u>		<u>PASIVO LARGO PLAZO</u>	
CAJA	\$ 1,096.70	PRESTAMO POR PAGAR	\$ 50,000.00
BANCOS	\$ 7,283.20	INTERES POR PAGAR	\$ 12,076.00
INVENTARIO	\$ 35,000.00	TOTAL PASIVO A LARGO PLAZO	\$ 62,076.00
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	\$ 43,379.90		
<u>ACTIVOS FIJOS</u>		<u>PATRIMONIO</u>	
TERRENO	\$ 10,000.00	CAPITAL CONTABLE	\$ 37,924.00
CONTRUCCION	\$ 30,000.00		
MUEBLES Y ENSERES	\$ 4,040.00		
EQ. DE COMPUTACIÓN	\$ 3,436.00		
EQ. DE OFICINA	\$ 335.00		
UTILES DE OFICINA	\$ 27.00	<u>TOTAL PATRIMONIO</u>	\$ 37,924.00
UTILES DE LIMPIEZA	\$ 15.30		
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$ 47,853.30		
<u>ACTIVOS DIFERIDOS</u>			
PATENTE LICENCIA (Sistema Neptuno)	\$ 5,600.00		
INSTALACIONES	\$ 650.00		
GASTOS DE ORGANIZACIÓN	\$ 40.,00		
TOTAL ACTIVO DIFERIDOS	\$ 8,766.80		
TOTAL DE ACTIVOS	\$ 100,000.00	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 100,000.00

Tabla 39: Estado de Resultado mensual

ESTADO DE RESULTADO	
<i>INGRESO POR VENTAS</i>	\$ 45,000.00
(=)TOTAL DE INGRESOS	\$ 45,000.00
<u>COSTOS DE VENTAS</u>	- -
<i>COMPRA DE MERCADERIA</i>	\$ 35,000.00
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 10,000.00
<u>GASTOS OPERACIONALES</u>	
GASTOS DE VENTAS	
SUELDOS Y SALARIOS	\$ 2,443.72
TOTAL GASTOS VENTAS	\$ 2,443.72
GASTOS ADMINISTRATIVOS	
SERVICIOS BASICOS	\$ 73.00
TOTAL DE GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 73.00
TOTAL DE GASTOS OPERACIONALES	\$ 2,516.72
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	\$ 7,483.28

Tabla 40: *Estado de Resultado anual*

ESTADO DE RESULTADO		
<i>INGRESO POR VENTAS</i>	\$	540,000.00
(=)TOTAL DE INGRESOS	\$	540,000.00
<u>COSTOS DE VENTAS</u>	-	
<i>COMPRA DE MATERIA PRIMA</i>	\$	420,000.00
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$	120,000.00
<u>GASTOS OPERACIONALES</u>		
GASTOS DE VENTAS		
SUELDOS Y SALARIOS	\$	26,924.60
TOTAL GASTOS VENTAS	\$	26,924.60
GASTOS ADMINISTRATIVOS		
SERVICIOS BASICOS	\$	876.00
TOTAL DE GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$	876.00
TOTAL DE GASTOS OPERACIONALES	\$	27,800.60
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	\$	92,199.40
<i>PARTICIPACION DE TRABAJADORES 15%</i>	\$	13,829.91
<i>IMPUESTO A LA RENTA</i>	\$	19,592.37
<u>UTILIDAD NETA</u>	\$	58,777.12

5.11.5. Flujo de caja

Son los valores de operaciones de la farmacia después de impuestos, una vez que se han cubierto las necesidades de reinversión en activos fijos y circulante disponible.

Tabla 41: *Flujo de Caja*

Flujo de caja								
Concepto	0	1	2	3	4	5	TOTALES	
Inversion	\$ -100,000.00							Aumento a partir 2º año
Ingresos								
Ventas (Efe/Deb)		\$ 540,000.00	\$ 567,000.00	\$ 595,350.00	\$ 625,117.50	\$ 656,373.38	\$ 2,983,840.88	5%
Total Ingresos		\$ 540,000.00	\$ 567,000.00	\$ 595,350.00	\$ 625,117.50	\$ 656,373.38	\$ 2,983,840.88	
Egresos								
Compra de mercancía		\$ 420,000.00	\$ 441,000.00	\$ 463,050.00	\$ 486,202.50	\$ 510,512.63	\$ 2,320,765.13	5%
Pago de nómina		\$ 22,722.20	\$ 24,422.20	\$ 24,910.64	\$ 25,408.86	\$ 25,917.03	\$ 123,380.93	2%
Pago de Seguridad social		\$ 4,202.40	\$ 4,202.40	\$ 4,286.45	\$ 4,372.18	\$ 4,459.62	\$ 21,523.05	
Total Egresos		\$ 446,924.60	\$ 469,624.60	\$ 492,247.09	\$ 515,983.53	\$ 540,889.28	\$ 2,465,669.11	
Depreciación		\$ 2,555.27	\$ 2,690.38	\$ 2,993.96	\$ 2,581.86	\$ 2,719.26	\$ 13,540.73	
Amortización		\$ 9,999.96	\$ 9,999.96	\$ 9,999.96	\$ 9,999.96	\$ 10,000.16	\$ 50,000.00	
Intereses		\$ 4,314.60	\$ 3,366.00	\$ 2,415.60	\$ 1,465.20	\$ 514.80	\$ 12,076.20	
Flujo de Caja	\$ -100,000.00	\$ 76,205.57	\$ 81,319.06	\$ 87,693.39	\$ 95,086.95	\$ 102,249.88	\$ 442,554.84	
Inicial		\$ -100,000.00	\$ -23,794.43	\$ 57,524.63	\$ 145,218.02	\$ 240,304.97		
Final		\$ -100,000.00	\$ -23,794.43	\$ 57,524.63	\$ 145,218.02	\$ 240,304.97	\$ 342,554.85	

5.11.6. Evaluación económica

Consiste en analizar lo que se proyecta generar con la instalación de la farmacia

5.11.7. Evaluación financiera

Para la evaluación se debe aplicar las de fórmulas que permiten realizar proyección de los flujos de caja, para así considerar hasta qué punto el proyecto resistirá lo cambios que se puedan dar tanto en lo ingresos como en los costos.

Las variables que se analizaran son: VAN, TIR, Relación B/C, a continuación, se presentan **Costo promedio ponderado del capital (C.P.P.C.)**

Para determinar el costo promedio de capital se calcula los porcentajes de recursos propios y préstamo con sus respectivas tasas:

La tasa pasiva según Banco Central a mayo del 2019 está en 5.61%, este porcentaje se considera para el valor que se tendrá depositado en el banco.

La tasa del préstamo del Banco del Pacifico que se va a realizar es 9.5% anualmente.

Tabla 42: *Calculo Costo promedio ponderado del capital*

Financiamiento	Valor	% de Participación	Tasa %	Costo Ponderado	
Capital Propio	\$ 10,000.00	16.667	0.15	2.500	%
Préstamo Bancario	\$ 50,000.00	83.333	0.095	7.917	%
Total	\$ 60,000.00	100	0.245	10.417	%

Valor actual neto (VAN)

Consiste en la diferencia del valor actual de la Inversión menos el valor actual de la recuperación de fondos.

Formula:

$$VAN = -I + \frac{FNE}{(1+i)^1} + \frac{FNE2}{(1+i)^2} + \frac{FNE3}{(1+i)^3} + \frac{FNE4}{(1+i)^4} + \frac{FNE5}{(1+i)^5}$$

-I = Inversión Inicial

FNE: Flujo de efectivo

i= tasa de descuento o costo de capital ponderado = 10.42%

n= Número de años

Criterios:

- VAN > 1 se hace la inversión
- VAN < 1 se rechaza la inversión
- VAN = 1 es indiferente realizar la inversión

Desarrollo:

$$\text{VAN} = \frac{-100000}{(1+0.1042)^0} + \frac{-23,794.43}{(1+0.1042)^1} + \frac{57524.63}{(1+0.1042)^2} + \frac{145218.018}{(1+0.1042)^3} + \frac{240304.966}{(1+0.1042)^4} + \frac{342554.845}{(1+0.1042)^5}$$

$$\text{VAN} = -100000 + \frac{-23794.43}{1.1042} + \frac{57524.63}{1.21925764} + \frac{145218.018}{1.34630429} + \frac{240304.966}{1.48658919} + \frac{342554.845}{1.64149179}$$

$$\text{VAN} = -100000 + -21549.02 + 47180.04 + 107864.19 + 161648.54 + 208685.08$$

$$\text{VAN} = -100000 + 503828.83$$

$$\text{VAN} = 403828.83$$

El VAN de \$ 403,828.83 este valor es mayor a cero por lo tanto el proyecto es viable porque permite recuperar la inversión inicial y generar rentabilidad.

Tasa interna de Retorno (TIR)

Se trata de la tasa descuento que el valor actual de los flujos de caja sea igual al valor actual de los flujos de inversión.

- TIR > costo del capital aceptable
- TIR < costo del capital rechazado
- TIR = costo de capital es indiferente

Tasa interna de retorno (TIR)

$$\text{TIR} \quad 64.78\%$$

Con el valor del TIR nos podemos dar cuenta que el proyecto es aceptable, tiene un rendimiento mayor al mínimo requerido (TIR >Tasa de oportunidad): 64.78% > 10.42%

Se puede determinar que se puede invertir y recibir ganancias.

5.11.8. Relación beneficio-costos

En este se determinará la conveniencia de proyecto mediante la enumeración y valoración posterior en términos monetarios de todos los costos y beneficios derivados directa e indirectamente de dicho proyecto.

$$FACTOR DE ACTUALIZACIÓN = \frac{1}{(1+i)^1}$$

$$FACTOR DE ACTUALIZACIÓN = \frac{1}{(1+15\%)^1}$$

$$FACTOR DE ACTUALIZACIÓN = 0,86956522$$

Criterios de decisión

- R C/B >1 se acepta el proyecto.
- R C/B = 1, es indiferente ejecutar el proyecto.
- R C/B < 1 se rechaza el proyecto

Tabla 43: *Relación Costo Beneficio*

Año	INGRESO TOTAL	FACTOR DE ACTUALIZACION	INGRESO ACTUALIZADO	EGRESOS TOTAL	EGRESO ACTUALIZADO
0		15%			
1	\$540,000.00	0.869565217	\$ 469,565.22	\$446,924.60	\$ 388,630.09
2	\$567,000.00	0.756143667	\$ 428,733.46	\$469,624.60	\$ 355,103.67
3	\$595,350.00	0.657516232	\$ 391,452.29	\$492,247.09	\$ 323,660.45
4	\$625,117.50	0.571753246	\$ 357,412.96	\$515,983.53	\$ 295,015.26
5	\$656,373.38	0.497176735	\$ 326,333.57	\$540,889.28	\$ 268,917.57
Totales			\$ 1'973,497.50		\$ 1'631,327.03

$$\text{RELACIÓN COSTO BENEFICIO} = \frac{\text{SUMATORIA DE INGRESOS}}{\text{SUMATORIA DE EGRESOS}}$$

$$\text{RCB} = \$ 1973,497.50 / \$ 1631,327.03$$

$$\text{RCB} = 1.21$$

Se puede comprobar con la fórmula costo- beneficio que el proyecto es aceptable por tener un valor mayor a uno.

5.11.9. Tiempo de recuperación de la inversión

Es la fórmula que permite medir el plazo de tiempo para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial

$$\text{PRC} = \text{AÑO ANTERIOR A CUBRIR LA INVERSIÓN} + \frac{\text{SUMA DE LOS FLUJOS QUE SUPERE LA INVERSIÓN} - \text{INVERSIÓN}}{\text{FLUJO NETO AÑO QUE SUPERA LA INVERSIÓN}}$$

Tabla 44: *Periodo de recuperación de capital*

AÑO	FLUJO DE CAJA	FLUJO ACUMULADO
0	\$ (100,000.00)	\$ (100,000.00)
1	\$ 76,205.57	\$ (23,794.43)
2	\$ 81,318.06	\$ 57,523.63
3	\$ 87,693.39	\$ 145,217.02
4	\$ 95,086.95	\$ 240,303.97
5	\$ 102,249.88	\$ 342,553.85

Autoras: Morán J; Salcedo S. 2019

$$\text{PRC} = 1 + (57,523,63. / 81,318.06)$$

$$\text{PRC} = 1.707390585 = 1 \text{ año}$$

$$\text{PRC} = 0.707390585 \times 12 = 7.488687015 = 7 \text{ meses}$$

$$\text{PRC} = 0.488687015 * 30 = 14.66061045 = 14 \text{ días}$$

El periodo de recuperación del capital invertido es en 1 años con 7 meses y 14 días

5.11.10. Análisis de sensibilidad

Tabla 45: *Escenario optimista (incremento del 10%)*

Flujo de caja								
Concepto	0	1	2	3	4	5	TOTALES	
Inversión	\$ -100,000.00							Aumento a partir 2º año
Ingresos								
Ventas (Efe/Debt)		\$ 594,000.00	\$ 653,400.00	\$ 718,740.00	\$ 790,614.00	\$ 869,675.40	\$ 3,626,429.40	10%
Total Ingresos		\$ 594,000.00	\$ 653,400.00	\$ 718,740.00	\$ 790,614.00	\$ 869,675.40	\$ 3,626,429.40	
Egresos								
Compra de mercancía		\$ 462,000.00	\$ 508,200.00	\$ 559,020.00	\$ 614,922.00	\$ 676,414.20	\$ 2,820,556.20	10%
Pago de nómina		\$ 22,722.20	\$ 24,422.20	\$ 25,643.31	\$ 26,925.48	\$ 28,271.75	\$ 127,984.93	5%
Pago de Seguridad social		\$ 4,202.40	\$ 4,202.40	\$ 4,412.52	\$ 4,633.15	\$ 4,864.80	\$ 22,315.27	
Total Egresos		\$ 488,924.60	\$ 536,824.60	\$ 589,075.83	\$ 646,480.62	\$ 709,550.75	\$ 2,970,856.40	
Depreciación		\$ 2,555.27	\$ 2,690.38	\$ 2,993.96	\$ 2,581.86	\$ 2,719.26	\$ 13,540.73	
Amortización		\$ 9,999.96	\$ 9,999.96	\$ 9,999.96	\$ 9,999.96	\$ 10,000.16	\$ 50,000.00	
Intereses		\$ 4,314.60	\$ 3,366.00	\$ 2,415.60	\$ 1,465.20	\$ 514.80	\$ 12,076.20	
Flujo de Caja	\$ -100,000.00	\$ 88,205.57	\$ 100,519.06	\$ 114,254.65	\$ 130,086.36	\$ 146,890.43	\$ 579,956.07	
Inicial		\$ -100,000.00	\$ -23,794.43	\$ 76,724.63	\$ 190,979.28	\$ 321,065.64		
Final	\$ -100,000.00	\$ -11,794.43	\$ 76,724.63	\$ 190,979.28	\$ 321,065.64	\$ 467,956.07		

Tabla 46: *Resumen de escenario optimista*

Optimista		
Ingreso	Egresos	Flujo Neto
\$ 59,400.00	\$ 488,924.60	\$ 88,205.57
\$ 653,400.00	\$ 536,824.60	\$ 100,519.06
\$ 718,740.00	\$ 589,075.83	\$ 114,254.65
\$ 790,614.00	\$ 646,480.62	\$ 130,086.36
\$ 869,675.40	\$ 709,550.75	\$ 146,890.43
\$ 3,091,829.40	\$ 2,970,856.40	\$ 579,956.07
VAN		\$ 595,155.50
TIR		82.53%
Relación Costo Beneficios		1.04

Escenario pesimista

Tabla 47: Flujo de caja (disminución 5%)

Flujo de caja								
Concepto	0	1	2	3	4	5	TOTALES	
Inversión	\$ -10,000.00							Aumento a partir 2º año
Ingresos								
Ventas (Efe/Deb)		\$ 540,000.00	\$ 513,000.00	\$ 487,350.00	\$ 462,982.50	\$ 439,833.38	\$ 2,443,165.88	-5%
Total Ingresos		\$ 540,000.00	\$ 513,000.00	\$ 487,350.00	\$ 462,982.50	\$ 439,833.38	\$ 2,443,165.88	
Egresos								
Compra de mercancía		\$ 462,000.00	\$ 438,900.00	\$ 416,955.00	\$ 396,107.25	\$ 376,301.89	\$ 2,090,264.14	-5%
Pago de nómina		\$ 22,722.20	\$ 24,422.20	\$ 24,422.20	\$ 24,422.20	\$ 24,422.20	\$ 120,411.00	
Pago de Seguridad social		\$ 4,202.40	\$ 4,202.40	\$ 4,202.40	\$ 4,202.40	\$ 4,202.40	\$ 21,012.00	
Total Egresos		\$ 488,924.60	\$ 467,524.60	\$ 445,579.60	\$ 424,731.85	\$ 404,926.49	\$ 2,231,687.14	
Depreciación		\$ 2,555.27	\$ 2,690.38	\$ 2,993.96	\$ 2,581.86	\$ 2,719.26	\$ 13,540.73	
Amortización		\$ 9,999.96	\$ 9,999.96	\$ 9,999.96	\$ 9,999.96	\$ 10,000.16	\$ 50,000.00	
Intereses		\$ 4,314.60	\$ 3,366.00	\$ 2,415.60	\$ 1,465.20	\$ 514.80	\$ 12,076.20	
Flujo de Caja	\$ -100,000.00	\$ 34,205.57	\$ 29,419.06	\$ 26,360.88	\$ 24,203.63	\$ 21,672.67	\$ 135,861.81	
Inicial		\$ -100,000.00	\$ -23,794.43	\$ 5,624.63	\$ 31,985.51	\$ 56,189.14		
Final	\$ -100,000.00	\$ -65,794.43	\$ 5,624.63	\$ 31,985.51	\$ 56,189.14	\$ 77,861.81		

Tabla 48: Resumen de escenario pesimista

Pesimista		
Ingreso	Egresos	Flujo Neto
\$ 540,000.00	\$ 488,924.60	\$ 34,205.57
\$ 513,000.00	\$ 467,524.60	\$ 29,419.06
\$ 487,350.00	\$ 445,579.60	\$ 26,360.88
\$ 462,982.50	\$ 424,731.85	\$ 24,203.63
\$ 439,833.38	\$ 404,926.49	\$ 21,672.67
\$ 2,443,165.88	\$ 2,231,687.14	\$ 135,861.81
VAN		\$ (45,982.44)
TIR		0.92%
Relación Costo Beneficios		1.09

El análisis de sensibilidad en el que ayuda a las empresas a la toma de decisiones e inversión que se desea realizar, este radica en calcular los nuevos flujos de caja y el VAN en un propósito de actividades comerciales.

En el análisis de sensibilidad se tienen los contextos pesimista, esperado y optimista. En ello se consideró una variación porcentual en el precio de cada plan.

En el escenario optimista los ingresos por ventas en el año presentan un incremento del 10% en cada año respecto al escenario esperado, en el escenario pesimista una disminución del 5%.

Tabla 49: *Resumen de escenarios*

Esperado		Optimista		Pesimista	
VAN	\$ 403,828.83	VAN	\$ 595,155.50	VAN	\$ (45,982.44)
TIR	64.78%	TIR	82.53%	TIR	0.92%
Relacion Costo Benefic	1.21	Relacion Costo Be	1.04	Relacion Costo	1.09
PCR	1A 8M 14D	PCR	1A 10M 17D	PCR	3A 7M 1D

Este análisis ayuda a tomar decisiones acertadas sobre la inversión que se pretende realizar en la implementación de la farmacia franquiciada Cruz Azul.

Como se puede observar con el escenario esperado se obtendrá un flujo neto de \$442,554.84 considerando que el punto de venta tendrá una alta rentabilidad, con este escenario la evolución y crecimiento del punto de venta será muy productivo.

5.11.11. Importancia

El proyecto a realizar sobre la implementación de una farmacia franquiciada Cruz Azul en el sector de Mapasingue Oeste será de considerable importancia, ya que beneficiará a los habitantes del sector, brindándoles comodidad y cercanía al momento de realizar sus compras.

Tomando en consideración del monto de inversión que está realizando para la implementación del punto de venta, también será de considerable beneficio para sus inversionistas, ya que el flujo esperando es bastante rentable.

5.11.12. Metas del proyecto

El proyecto a implementar tiene como metas los siguientes puntos:

- Ofrecer a los moradores del sector de Mapasingue Oeste un amplio portafolio de productos.
- Brindar comodidad y cercanía a los habitantes del sector
- Lograr una venta promedio superior a \$45.000 mensuales
- Incrementar la cartera de clientes mensualmente
- Lograr fidelización de los clientes por el buen servicio brindado
- Alcanzar en un periodo de 6 meses a un año la farmacia generar utilidad y rentabilidad a sus inversionistas.

5.11.13. Finalización de la propuesta

La Finalización de este proyecto se efectuará cuando se hay logrado realizar los puntos anteriormente señalados para de esta formar logará la implementación de la farmacia franquiciada Cruz Azul en el sector de Mapasingue Oeste de la ciudad de Guayaquil.

Resumen Capítulo V

Con el Estudio Financiero del presente capítulo se pudo determinar que es viable el proyecto de implementar la farmacia, se comprobó que existe retorno de la inversión siendo favorable económicamente y un tiempo de retorno de menor de dos años.

Referencias

- Américas, U. d. (2015). *udla*. Obtenido de <http://www.udla.cl/portales/tp9e00af339c16/uploadImg/File/fichas/Ficha-07-cuestionario1.pdf>:
<http://www.udla.cl/portales/tp9e00af339c16/uploadImg/File/fichas/Ficha-07-cuestionario1.pdf>
- Arismendi, E. (11 de 2013). *Proyectos* . Obtenido de http://planificaciondeproyectosemirarismendi.blogspot.com/2013/04/tipos-y-diseno-de-la-investigacion_21.html:
http://planificaciondeproyectosemirarismendi.blogspot.com/2013/04/tipos-y-diseno-de-la-investigacion_21.html
- Becerra, R. (2004). *Gestiopolis*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/teoria-y-concepto-de-franquicia/>: <https://www.gestiopolis.com/teoria-y-concepto-de-franquicia/>
- Biblioteca.Itson. (2016). *biblioteca.Itson*. Obtenido de http://biblioteca.itson.mx/dac/sl/descargas/proceso_investigacion.pdf:
http://biblioteca.itson.mx/dac/sl/descargas/proceso_investigacion.pdf
- Biscarra, K. U. (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.*”. Loja.
- Borges, V. (2018). Obtenido de Metodo Marketing: <https://metodomarketing.com/que-es-target/>
- Cahuate Veintimilla, L. C. (2014). Obtenido de <http://www.dspace.cordillera.edu.ec/xmlui/handle/123456789/532>
- Canaan, R. (04 de 2018). *Lifeder*. Obtenido de <https://www.lifeder.com/tipos-metodos-de-investigacion/>: <https://www.lifeder.com/tipos-metodos-de-investigacion/>
- Cárdenas Zambrano, Marcos Sebastian. (2015). *UEES.EDU*. Obtenido de <http://repositorio.uees.edu.ec/handle/123456789/1223>:
<http://repositorio.uees.edu.ec/handle/123456789/1223>
- Cepal. (2015). *Cepal.org*. Obtenido de <https://www.cepal.org/ilpes/noticias/paginas/2/33602/SegundoModulo.pdf>:
<https://www.cepal.org/ilpes/noticias/paginas/2/33602/SegundoModulo.pdf>
- Chain, N. S., & Chain, R. S. (2000). *Preparacion y evaluacion de proyectos (4ºD)*. Mexico: Mc GRAW -HILL INTERAMERICANA.
- Contreras, D. O. (04 de 2013). *Metodologia de la investigacion* . Obtenido de <http://mscomairametodologiadelainvestigacion.blogspot.com/2013/04/tecnicas-e-instrumentos-de.html>:
<http://mscomairametodologiadelainvestigacion.blogspot.com/2013/04/tecnicas-e-instrumentos-de.html>
- Copyright. (2009). *Practicum*. Obtenido de https://www.ugr.es/~rescate/practicum/el_m_todo_de_observaci_n.htm:
https://www.ugr.es/~rescate/practicum/el_m_todo_de_observaci_n.htm

- Córdoba, M. (2016). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Ecoe ediciones.
- Dowshen, S. (Marzo de 2018). Obtenido de <https://kidshealth.org/es/teens/meds-esp.html>
- Federico, 2. (16 de 10 de 2009). *Econlink*. Obtenido de <https://www.econlink.com.ar/proyectos-de-inversion/estudio-financiero>
- Fuentes, A. (16 de 06 de 2017). *Soy Marketing*. Obtenido de <https://soy.marketing/sell-in-y-sell-out/>: <https://soy.marketing/sell-in-y-sell-out/>
- Gortari, E. d. (1980). *Aibarra*. Obtenido de <http://www.aibarra.org/investig/tema0.htm#Conceptos de método científico>: <http://www.aibarra.org/investig/tema0.htm#Conceptos de método científico>
- Graus. (21 de 11 de 2016). *significados.com*. Obtenido de <https://www.significados.com/investigacion-cientifica/>: <https://www.significados.com/investigacion-cientifica/>
- Hernández, M. (19 de 09 de 2013). *Metodología de la Investigación*. Obtenido de <http://metodologiadeinvestigacionmarisol.blogspot.com/2013/09/diferencia-entre-metodo-tecnica.html>: <http://metodologiadeinvestigacionmarisol.blogspot.com/2013/09/diferencia-entre-metodo-tecnica.html>
- Hernández, N. A. (27 de 05 de 2018). *Aniorte-nic.net*. Obtenido de http://www.aniorte-nic.net/apunt_metod_investigac4_4.htm: http://www.aniorte-nic.net/apunt_metod_investigac4_4.htm
- Herrera, O. A. (Junio de 2015). *Pontificia Universidad Católica del Ecuador*. Obtenido de www.puce.ec: [http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/10515/EVOLUCION%20SECTOR%20FARMACEUTICO%](http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/10515/EVOLUCION%20SECTOR%20FARMACEUTICO%20)
- Jara, E. A., & Yepez, R. C. (2009). *Manual de la Enfermería*. Madrid: MMVIII.
- López, A. y. (2000). *PSICOLOGÍA ONLINE*. Obtenido de <http://mentepsicologia.blogspot.com/2011/08/que-es-la-entrevista.html>: <http://mentepsicologia.blogspot.com/2011/08/que-es-la-entrevista.html>
- Lynn, S. (2004). *Gestiopolis*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/teoria-y-concepto-de-franquicia/>: <https://www.gestiopolis.com/teoria-y-concepto-de-franquicia/>
- MARINA, R. (2013). *Economía Unam*. Obtenido de <http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/GomezAM/cap2a.pdf>: <http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/GomezAM/cap2a.pdf>
- Martinez, C. (24 de 01 de 2018). *Lifeder*. Obtenido de <https://www.lifeder.com/investigacion-descriptiva/>: <https://www.lifeder.com/investigacion-descriptiva/>
- Méndez, M. (2014). *Estudio Organizacional*. Obtenido de <https://estudio-organizacional.webnode.mx/>: <https://estudio-organizacional.webnode.mx/>
- Merino, M. (05 de 2015). *Definiciones* . Obtenido de <https://definicion.de/prefactibilidad/>: <https://definicion.de/prefactibilidad/>

- Mexico, U. d. (01 de 07 de 2017). *Eumed.net*. Obtenido de <http://www.eumed.net/rev/caribe/2017/01/pre-factibilidad.html>:
<http://www.eumed.net/rev/caribe/2017/01/pre-factibilidad.html>
- Miguel Andrade Herrera, C. S. (2012). Obtenido de <http://repositorio.unemi.edu.ec>
- Morales, V. V. (2017). *Definiciones, Finanzas, Inversiones* . Obtenido de <http://economipedia.com/definiciones>
- Nicandro, M. P. (2004). *Medicamentos genericos o nombres genericos de los medicamentos* .
- Nicuesa, M. (2 de Febrero de 2016). *definicionabc.com* . Obtenido de <https://www.definicionabc.com/negocios/sucursal.php>
- Nogales, L. M. (Junio de 2018). *Farmacia Marcos*. Obtenido de Farmacia Marcos.es: <https://farmaciamarcos.es/historia-farmaceutica/historia-de-la-farmacia/>
- Olabuénaga, J. I. (2012). *Metodología de Investigación cualitativa*. Universidad de Deasto.
- Ponce, A. R. (2003). *Administración de Empresas Teoría y Práctica*. Mexico: Limusa Editores .
- Porto, J. P. (2011). *definicion.de*. Obtenido de <https://definicion.de/indicador/>
- Porto, J. P. (2015). *Definiciones* . Obtenido de <https://definicion.de/prefactibilidad/>:
<https://definicion.de/prefactibilidad/>
- Porto, J. P. (2017). *Definición*. Obtenido de <https://definicion.de/farmacia/>:
<https://definicion.de/farmacia/>
- Porto, J. P. (2017). *Definición.de* . Obtenido de Definición.de :
<https://definicion.de/farmacia/>
- Porton, J. P. (2009). *definicion.de*. Obtenido de <https://definicion.de/inversion/>
- QuestionPro. (2018). *QuestionPro*. Obtenido de <https://www.questionpro.com/es/encuesta.html>: QuestionPro
- Ramos, O. R. (2013). *Nuevas Tendencias en el negocio electrónico*. Mexico : Editorial Paralibro.
- Rico, V. (2017). Obtenido de Estudios de Mercado:
https://www.estudiosdemercado.org/que_es_un_estudio_de_mercado.html
- Robalino Muñoz, Rosa Claudiana, Sacoto Fuentes, Carlos Francisco. (Julio de 2012). *unemi.edu.ec*. Obtenido de <http://repositorio.unemi.edu.ec/handle/123456789/1018>:
<http://repositorio.unemi.edu.ec/handle/123456789/1018>
- Rodriguez, O. (2012). *es.slideshare.net*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/cetnita/prefactibilidad-factibilidad-y-viabilidad>
- S.Rivero, D. S. (2008). *Metodología de la investigación*. Editorial Shalom 2008.
- Sarauz, Luis, Vallejo Teljis, Daniela Carolina. (Junio de 2018). *Dspace.Cordillera.edu.ec*. Obtenido de <http://www.dspace.cordillera.edu.ec/handle/123456789/3982>:
<http://www.dspace.cordillera.edu.ec/handle/123456789/3982>
- Sevilla, A. (2017). *Definición, Inversión, Ratio*. Obtenido de <http://economipedia.com/definiciones/>

- Thompson, M. (2013). *Todo sobre Proyectos*. Obtenido de <http://todosobreproyectos.blogspot.com/2009/04/estudio-de-prefactibilidad.html>:
<http://todosobreproyectos.blogspot.com/2009/04/estudio-de-prefactibilidad.html>
- Torres, B. (2006). *Metodología de la investigación para administración economía, humanidades, ciencias sociales*. Mexico: Pearson.
- Vivian, E. M. (2016). *Manual MSD*. Obtenido de <https://www.msmanuals.com/es-ec/hogar/farmacos/>
- Wordpress, E. F. (03 de 2012). *Erods Files Wordpress*. Obtenido de <https://erods.files.wordpress.com/2012/03/estudio-de-prefactibilidad.pdf>:
<https://erods.files.wordpress.com/2012/03/estudio-de-prefactibilidad.pdf>

Apéndice A: Encuesta



UNIVERSIDAD “SAN GREGORIO DE PORTOVIEJO”

Carrera de Gestión Empresarial

Estimados habitantes, la siguiente encuesta a realizar procura conocer su opinión sobre un proyecto farmacéutico en el sector, con la finalidad mejorar la calidad de vida la ciudadanía.

El presente cuestionario tiene carácter anónimo, por lo que usted puede responder sin ningún inconveniente, ni compromiso.

Se solicita de favor responda de forma sincera las preguntas que van a servir para ejecutar el anteproyecto sobre la implementación de una farmacia franquiciada en el sector de Mapasingue Oeste de la parroquia Tarqui del cantón Guayaquil.

Objetivo:

Conocer por parte de los habitantes la aceptación que tendría la implementación de una farmacia en el sector de Mapasingue Oeste en el cantón Guayaquil.

Atentamente,

Judith Amparo Morán Lara

Silvia Esther Salcedo Lindao

Estudiantes de la carrera de Ingeniería en Gestión Empresarial

Universidad San Gregorio de Portoviejo

Instrucciones:

1. Lea detenidamente cada una de las preguntas.
2. Responda con sinceridad cada pregunta mencionada.
3. Evite realizar borrones en la encuesta entregada.
4. Utilice bolígrafo azul o negro
5. Tiene usted 10 minutos para responder las preguntas
6. Escoja solo una alternativa por pregunta
7. Marque con una **X** o un el casillero correspondiente la respuesta que considere adecuada.
8. Cualquier duda preguntar al encuestador
9. No olvide entregar el cuestionario al encuestador
10. En caso del que el cuestionario no esté legible solicite el cambio respectivo.

Cuestionario

Vamos a empezar.

1. ¿Cree usted que en actualidad es importante que existan lugares farmacéuticos cercanos a los domicilios?

Sin importancia	De poca importancia	Moderadamente importante	Importante	Muy importante
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

2. ¿Estaría usted de acuerdo que exista un lugar farmacéutico cercano a su domicilio?

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

3. ¿Realmente es para usted incómodo transitar varios minutos para encontrar un lugar farmacéutico donde adquirir sus medicinas?

Casi nunca verdad	Usualmente no verdad	Ocasionalmente verdad	Usualmente verdad	Casi siempre verdad
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

4. ¿Está usted de acuerdo que se implemente una farmacia en este sector?

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

5. **¿Es importante para usted encontrar una farmacia cercana donde pueda encontrar toda su medicina?**

Sin importancia	De poca importancia	Moderadamente importante	Importante	Muy importante
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

6. **¿Visitaría usted regularmente la farmacia cercana a su domicilio?**

Nunca	Raramente	Ocasionalmente	Frecuentemente	Muy Frecuente
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

7. **¿Sería de su agrado que en esta farmacia le demuestren confianza al momento de adquirir sus medicamentos?**

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

8. **¿Es importante para usted que las farmacias ofrezcan algo más que medicinas?**

Sin importancia	De poca importancia	Moderadamente importante	Importante	Muy importante
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

9. ¿Con que frecuencia recibe usted beneficios (descuentos, promociones, etc) en la farmacia que usted realiza sus compras?

Nunca	Raramente	Ocasionalmente	Frecuentemente	Muy Frecuente
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

10. ¿Existe probabilidad en que usted regrese a comprar a esta farmacia?

Casi nunca verdad	Usualmente no verdad	Ocasionalmente verdad	Usualmente verdad	Casi siempre verdad
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Agradecimiento.

Su opinión es muy valiosa, gracias por participar de esta encuesta y ser parte de este propósito.

Judith Amparo Morán Lara C.C: 1205829953

Silvia Esther Salcedo Lindao C.C: 0923799878

Estudiantes de la carrera de Ingeniería en Gestión Empresarial

Universidad San Gregorio de Portoviejo.



UNIVERSIDAD “SAN GREGORIO DE PORTOVIEJO”

CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL

Entrevista

Datos Informativos:

Fecha:/...../.....

Hora de inicio..... **Hora de fin**.....

Ciudad.....

Lugar.....

Nombre del entrevistado.....

Cargo del entrevistado.....

Nombre del entrevistador.....

Objetivo:

- Analizar la necesidad y preferencia que tiene los habitantes del Sector Mapasingue Oeste, respecto a la adquisición de productos farmacéuticos.

Formulario

Vamos a empezar.

- 1. ¿Usted está conforme con la actividad comercial que existe en el Sector Oeste, Describa porque?**

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

- 2. ¿Con cuanta frecuencia usted va a la farmacia más cercana?**

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

- 3. ¿Cuánto es el tiempo que se demora para adquirir los productos farmacéuticos?**

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

- 4. ¿Además de comprar productos farmacéuticos que más adquiere en la farmacia regularmente?**

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

- 5. ¿Las necesidades al momento de visitar de la farmacia del sector se cumple a cabalidad, sí o no, porque?**

.....

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

6. ¿Estaría de acuerdo si se implementaría una farmacia en el Sector, sí o no, porque?

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

7. ¿Qué tipo de servicio, además de productos farmacéuticos y productos de higiene de primera necesidad, le gustaría que les ofreciera la farmacia?

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

8. ¿Le parece importante que la farmacia ofrezca servicio a domicilio?

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

9. ¿Estaría usted dispuesto a conocer más de la farmacia que se va a implementar en el sector?

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

10. ¿Le agradecería a usted que la farmacia a implementar le brinde promociones y descuentos por compras realizada?

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

Gracias por su atención.

Apéndice C Organigrama Organizacional

