



CARRERA: ADMINISTRACIÓN

TEMA:

“Proyecto de factibilidad para la implementación de una franquicia farmacéutica en el Cantón San Cristóbal, Galápagos.”

**Proyecto de Plan de Negocio previo a la obtención del título de
Tecnólogo Superior en Administración**

AUTOR:

Erick Alexander Zavala Cabezas

TUTOR:

MSc. Kabir Olmedo

D.M. Quito, 05 de marzo de 2022

DEDICATORIA

“El alcanzar una meta, no solo es el resultado del esfuerzo y la dedicación personal, sino también del amor y del apoyo de los que nos aman.”

El presente trabajo es dedicado al Dr. Ronny Zavala O. y a la Sra. Aura Cabezas M., mis amados padres, quienes son la base fundamental y el motor de mi vida, que con sus enseñanzas y consejos han sabido darle un norte mi vida, los artífices de mis logros y alegrías.

AGRADECIMIENTO

Un agradecimiento fraterno al Doctor Leónidas Salgado, al Doctor Ronny Zavala, al Tnlgo. Henry Cobos Alcalde del Cantón San Cristóbal y a todos los que fueron parte de éste proyecto educativo, que se convirtió en la posibilidad de realizar estudios superiores y que ahora es una realidad.

A todas las personas que de alguna manera nos colaboraron o que sirvieron de inspiración para el inicio y culminación de este trabajo, ya fueron parte de ese empuje para la consecución de esta Tesis.

AUTORÍA

Yo, **Erick Alexander Zavala Cabezas** autor del presente informe, me responsabilizo por los conceptos, opiniones y propuestas contenidos en el mismo.

Atentamente

Erick Alexander Zavala Cabezas

D.M. Quito, 05 de marzo de 2022

MSc. Kabir Olmedo.
Tutor de Trabajo de Titulación

CERTIFICACIÓN

Haber revisado el presente informe de investigación, que se ajusta a las normas institucionales y académicas establecidas por el Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, de Quito, por tanto, se autoriza su presentación final para los fines legales pertinentes.

MS.c Kabir Olmedo.

D.M. Quito, 05 de marzo de 2022

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA

Conste por el presente documento la cesión de los derechos en trabajo fin de carrera, de conformidad con las siguientes cláusulas:

PRIMERA: El **MSc. Kabir Olmedo** y por sus propios derechos en calidad de Tutor del trabajo fin de carrera; y el **Sr. Erick Alexander Zavala Cabezas** por sus propios derechos, en calidad de autor del trabajo fin de carrera.

SEGUNDA: UNO.- El **Sr. Erick Alexander Zavala Cabezas** realizó el trabajo fin de carrera titulado: **“Proyecto de factibilidad para la implementación de una franquicia farmacéutica en el Cantón San Cristóbal, Galápagos”**, para optar por el título de, Tecnólogo en Administración en el Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, bajo la dirección del **MS.c Kabir Olmedo**.

DOS.- Es política del Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, que los trabajos fin de carrera se aplique, se materialicen y difundan en beneficio de la comunidad.

TERCERA: Los comparecientes, **MS.c Kabir Olmedo** en calidad de Tutor del trabajo fin de carrera y el **Sr Erick Alexander Zavala Cabezas**, como autor del mismo, por medio del presente instrumento, tienen a bien ceder en forma gratuita sus derechos en el trabajo fin de Carrera titulado: **“Proyecto de factibilidad para la implementación de una franquicia farmacéutica en el Cantón San Cristóbal, Galápagos”**, y conceden autorización para que el ITI pueda utilizar este trabajo en su beneficio y/o de la comunidad, sin reserva alguna.

CUARTA: aceptación: las partes declaradas que aceptan expresamente todo lo estipulado en la presente cesión de derecho.

MS.c Kabir Olmedo

Erick Alexander Zavala Cabezas

D.M. Quito, 05 de marzo de 2022

CONTENIDO

DEDICATORIA	II
AGRADECIMIENTO	III
AUTORÍA	IV
CERTIFICACIÓN	V
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA	VI
RESUMEN	13
2. ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL	15
2.1 Creación de la empresa	15
2.2 Descripción de la empresa.....	15
2.2.1 Importancia.....	15
2.2.0 Características	16
2.2.1 Actividad	16
2.3 Tamaño de la empresa	17
2.4 Necesidades que satisfacer	17
2.4.1 Necesidad de Autoestima.....	18
2.4.2 Necesidad de Seguridad	18
2.4.3 Necesidades Fisiológicas o básicas.....	18
2.5 Localización de la empresa	18
2.6 Filosofía empresarial	19
2.6.1 Misión.....	19
2.6.2 Visión.....	19
2.6.3 Objetivos.....	19
2.6.4 Meta	20
2.6.5 Estrategias	20
2.6.6 Políticas	20
2.7 FODA.....	21
2.7.1 Fortalezas.....	21
2.7.2 Oportunidades	22
2.7.3 Debilidades.....	22
2.7.4 Amenazas	22
2.8 Desarrollo organizacional.....	22
2.8.1 Tipo de Estructura.....	22
2.8.2 Formalización.....	23
2.8.3 Centralización – Descentralización.....	23

2.8.4	Integración.....	24
2.8.5	Desarrollo de procesos	24
2.9	Organigrama empresarial	27
2.10	Funciones del personal	27
3.	PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING	32
3.1	Objetivo de mercadotecnia.....	32
3.2	Investigación de mercado	32
3.2.1	Modalidad.....	32
3.3	Plan de Muestreo.....	32
3.4	Análisis de las encuestas	34
	Pregunta 1.....	34
	Pregunta 2.....	35
	Pregunta 3.....	36
	Pregunta 4.....	37
	Pregunta 5.....	38
	Pregunta 6.....	39
	Pregunta 7.....	40
	Pregunta 8.....	41
	Pregunta 9.....	42
	Pregunta 10.....	43
3.4.1	Análisis General.....	44
3.5	Entorno empresarial	45
3.5.1	Micro entorno.....	45
3.5.2	Macro entorno	48
3.6	Producto y servicio.....	50
3.6.1	Producto Esencial	50
3.6.2	Producto real	51
3.6.3	Características	51
3.6.4	Calidad.....	51
3.6.5	Estilo	52
3.6.6	Producto aumentado	53
3.7	Plan de introducción al mercado	53
3.7.1	Distintivos y Uniformes	53
3.7.2	Materiales de identificación.....	55
3.7.3	Canal de distribución y puntos de ventas	58

3.7.4	Riesgo y oportunidades del negocio	59
3.8	Fijación de Precios	60
3.8.1	Fijación de precios estándar.....	60
3.9	Implementación del negocio.....	63
3.10	Estudio arquitectónico.....	67
4.	PROCESO DERECHO EMPRESARIAL.....	68
5.	PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL	72
5.1.	Objetivo de área	72
5.2.	Impacto ambiental.....	72
5.3.	Impacto social	74
6.	PROCESO FINANCIERO.....	75
6.1.	Introducción	75
6.2.	Activos Fijos	75
6.3.	Activos diferidos	76
6.4.	Capital de trabajo	76
6.5.	Sueldos.....	78
6.7.	Depreciación activos fijos	78
6.8	Amortizaciones	79
6.10.	Estructura capital.....	80
6.11.	Punto de equilibrio	81
6.12	Costo de ventas	83
6.13.	Flujo de caja.....	84
6.14.	Calculo del TIR y el VAN.....	85
6.14.1.	VAN (Valor Actual Neto).....	85
6.14.2.	TIR (Tasa Interna de Retorno).....	85
7.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	87
7.1.	Conclusiones	87
7.2.	Recomendaciones.....	88
8.	BIBLIOGRAFÍA	89
9.	ANEXOS	90
9.1	Anexo 01 Preguntas de la encuesta	90
9.2	Anexo 02 Equipos y paquetes informáticos	91
9.3	Anexo 03 Maquinarias y Equipos	92
9.4	Anexo 04 Mobiliario	93
9.5	Anexo 05 Equipos Industriales de Seguridad	94

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Méritos aspectos a considerar, gerente general.....	28
Tabla 2: Méritos aspectos a considerar, Guardalmacén y Pedidos.....	30
Tabla 3: Méritos aspectos a considerar, Asesora de ventas y cajera.	31
Tabla 4: Pregunta 1.....	34
Tabla 5: Pregunta 2.....	35
Tabla 6. Pregunta 3.....	36
Tabla 7: Pregunta 4.....	37
Tabla 8. Pregunta 5.....	38
Tabla 9. Pregunta 6.....	39
Tabla 10. Pregunta 7.....	40
Tabla 11. Pregunta 8.....	41
Tabla 12. Pregunta 9.....	42
Tabla 13. Pregunta 10.....	43
Tabla 14. Proveedores.	47
Tabla 15. Financiamiento publicidad.....	59
Tabla 16. Cuadro estándar de costos 001.....	61
Tabla 17. Cuadro estándar de costos 002.....	62
Tabla 18. Arriendo del local.	63
Tabla 19. Maquinaria y equipos	63
Tabla 20. Equipos y paquetes informáticos.	64
Tabla 21. Muebles y enseres.....	64
Tabla 22. Equipos de seguridad.....	65
Tabla 23. Suministros de oficina.	65
Tabla 24. Servicios básicos	66
Tabla 25. Materiales de limpieza.....	66
Tabla 26. Activos Fijos.....	75
Tabla 27. Activos diferidos	76
Tabla 28. Capital de trabajo.....	77
Tabla 29. Detalles de inversión	77
Tabla 30. Sueldos	78
Tabla 31. Depreciación de activos fijos.....	79
Tabla 32. Porcentaje Amortización	79

Tabla 33. Amortización	80
Tabla 34. Estructura de capital.	81
Tabla 35. Costos fijos	81
Tabla 36. Margen de contribución.....	82
Tabla 37. Punto de equilibrio	83
Tabla 38. Ventas /costos.....	83
Tabla 39. Costo de ventas.....	84
Tabla 40. Flujo de caja	85
Tabla 41. VAN/ TIR.....	86

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1:Piramide de Maslow.	17
Ilustración 2:Ubicación.	19
Ilustración 3. Diagrama de Compra a Proveedores de Farmacias Económicas	25
Ilustración 4:Diagrama de Venta de Productos de Farmacias Económicas	26
Ilustración 5: Organigrama empresarial Farmacias Económicas	27
Ilustración 6: Pregunta 1, gráfico circular.	34
Ilustración 7: Pregunta 2, gráfico circular.	35
Ilustración 8: Pregunta 3, gráfico circular.	36
Ilustración 9: Pregunta 4, gráfico circular.	37
Ilustración 10: Pregunta 5, gráfico circular.	38
Ilustración 11: Pregunta 6, gráfico circular.	39
Ilustración 12: Pregunta 7, gráfico circular.	40
Ilustración 13:Pregunta 8, gráfico circular.	41
Ilustración 14: Pregunta 9, gráfico circular.	42
Ilustración 15: Pregunta 10, gráfico circular.	43
Ilustración 16: Esquema microentorno Farmacias Económicas	45
Ilustración 17: Esquema macroentorno Farmacias Económicas	48
Ilustración 18: Diseño uniforme guardalmacén	53
Ilustración 19: Diseño uniforme asesora de ventas	54
Ilustración 20: Logotipo Farmacias Económicas.	55
Ilustración 21: Anverso tarjeta de presentación	56
Ilustración 22: Reverso tarjeta de presentación	56
Ilustración 23: Hoja membretada	57
Ilustración 24: Estructura del establecimiento.	67

“Proyecto de factibilidad para la implementación de una franquicia farmacéutica en el Cantón San Cristóbal, Galápagos.”

Sr. Erick Alexander Zavala Cabezas

MS.c Kabir Olmedo

D.M. Quito, 05 de marzo de 2022

RESUMEN

El mercado ha evolucionado dinámicamente de acuerdo a las nuevas tendencias y gustos del consumidor, haciendo de la compra una verdadera experiencia en el que las industrias tienen que reinventarse constantemente. No obstante, el sector farmacéutico no es ajeno a estos cambios, por consiguiente, hemos visto la evolución desde la antigua botica donde únicamente se podía conseguir medicamentos comunes. Sin embargo, hoy en día, farmacias prácticamente expenden una diversidad de productos relacionados a la salud, prevención y cuidado del ser humano.

El presente plan de negocios es un estudio de factibilidad para la implementación de una franquicia farmacéutica en el Cantón San Cristóbal, Provincia de Galápagos. Toda la información pertinente y necesaria fue recabada a través de una investigación cualitativa, con el uso de fuentes primarias, entrevistas y encuestas a la población del sector. De esta manera se obtuvieron datos socioeconómicos, geográficos, demográficos, de preferencias y consumo.

Se estableció la ubicación de la farmacia, tamaño, distribución de áreas, tecnología y equipos requeridos, así como, el recurso humano que se utilizará para la operatividad de la misma y, el perfil y funciones a desempeñar. Además, se definen las políticas de la empresa, el tipo de organización administrativa y orgánico funcional.

Se acogió la misión, visión, principios y valores corporativos con los que la farmacia operará, esto con la finalidad de alcanzar objetivos propuestos y mantener los correctos estándares de calidad en los productos y el servicio a ofertar.

Se analizó e identificó los posibles impactos que generará la franquicia farmacéutica en los aspectos socio-económico, comerciales y ambientales del cantón, enfatizando en este último, el bajo impacto que representa la puesta en marcha y obviamente considerando que se desarrollará la actividad en un área protegida como son las islas Galápagos.

En el apartado económico financiero se realizó el análisis de la inversión necesaria para la ejecución del presente propósito. Se ejecutaron las proyecciones de ingresos, egresos y flujos de efectivo, se obtuvo una tasa interna de retorno del 18,04% y un valor actual neto positivo de \$ 15.894,26 y una tasa de rendimiento mínimo del 13.40 y así se pudo establecer que el proyecto es factible.

Para finalizar, se detallan las conclusiones y recomendaciones del proyecto de factibilidad para la implementación de una franquicia farmacéutica en el Cantón San Cristóbal, Galápagos.

2. ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL

2.1 Creación de la empresa

Farmacias Económicas es una de las cadenas farmacéuticas más grandes en el Ecuador, y que tiene presencia en todo el territorio nacional excepto en Galápagos. Tomado en cuenta que esta industria posee mayor crecimiento a nivel mundial en los últimos años, brinda servicios propios como farmacia, ofertando sus medicinas como una solución de salud; por efecto, se convierte en una fuente generadora de empleo y por consiguiente, como aporte a la reactivación económica de la región. En este contexto se ha considerado la necesidad de introducir e implementar la franquicia de Farmacias Económicas en la isla San Cristóbal de la Provincia de Galápagos.

2.2 Descripción de la empresa

2.2.1 Importancia

El sector farmacéutico es uno de los negocios más rentables a nivel mundial. Su aporte dentro de la economía nacional constituye un importante ente generador de fuentes de trabajo y divisas, haciendo partícipe a toda la cadena productiva que involucra a trabajadores, comerciantes, visitantes médicos y todo aquello que directa o indirectamente tienen relación con este proceso comercial. La salud es una de las principales preocupaciones del ser humano, y la situación geográfica coadyuva a que el residente permanente, transeúntes o turistas cuenten con la oferta local.

Farmacias Económicas con su amplia gama de ofertas y precios preferenciales presenta al consumidor una nueva propuesta de servicios, siendo su principal preocupación la salud y bienestar de sus clientes; ostentando la calidad, variedad de medicinas y su economía.

Dentro de la experiencia del consumidor, para Farmacias Económicas es muy importante transmitir seguridad y respaldo que la empresa posee, asumiendo que la diversidad no sólo depende la venta, sino también la responsabilidad compartida de la salud.

2.2.2 Características

Responsabilidad Social: Farmacias Económicas dentro de su compromiso innato con la sociedad, y que su actividad mantenga repercusiones positivas y en pro del bien común mantendrá planes de ayuda con los diferentes gremios sociales, grupos vulnerables y manteniendo toda actividad representando a través de resultados, una ayuda a la sociedad civil desprotegida.

Responsabilidad Ambiental: El nuevo entorno comercial y geográfico representa para Farmacias Económicas reafirmar el compromiso con el ambiente, el hacer de Galápagos un punto de operación, conlleva responsabilidades con la naturaleza que mediante diversas campañas de reciclaje y el apoyo de entidades ambientalistas, se estará contribuyendo en la conservación de este Parque Nacional.

Responsabilidad de Servicio: Para Farmacias Económicas lo más importante es satisfacer las necesidades del cliente, brindarle un servicio óptimo que se traduzca en la confianza y fidelidad del cliente.

2.2.3 Actividad

Farmacias Económicas es una cadena farmacéutica, cuya organización empresarial está dedicada a comercializar productos, brindando salud y bienestar a los clientes, trabajando con honestidad y eficiencia, buscando la excelencia en servicio; siendo el pilar fundamental de crecimiento, fomento de desarrollo y nuevas fuentes de trabajo en el Ecuador.

2.3 Tamaño de la empresa

Farmacias Económicas es una franquicia que en su sucursal de la isla San Cristóbal contará con tres áreas básicas: Administrativa, almacenamiento y área de atención al cliente o servicios.

De esta manera tendrá personal que se desempeñará como:

- Gerente general
- Guardalmacén y pedidos
- Asesora de ventas / cajera

2.4 Necesidades que satisfacer

Ilustración 1: Pirámide de Maslow.



Pirámide de Maslow. Recuperado de: <https://www.psicok.es/psicok-blog/2018/8/12/piramide-maslow>

2.4.1 Necesidad de Autoestima

Al mantener una diversificación de productos entre medicina, belleza y cuidado de la piel y productos, logramos que nuestros clientes se sientan satisfechos, y sumado a eso la calidad, el respaldo y la atención personalizada que Farmacias Económicas brinda a sus clientes.

2.4.2 Necesidad de Seguridad

La experiencia en servicio de Farmacias Económicas permite brindar alternativas a las diferentes necesidades del consumidor, provocando que los clientes confíen y tengan la seguridad que sus requerimientos serán atendidos. Las garantías que se proporcionan tanto en sitio (bio-seguridad) así como en los productos, otorgan un plus a todos los compradores.

2.4.3 Necesidades Fisiológicas o básicas.

Las diversas líneas de alimentos para bebés, adultos mayores, suplementos y cuidados de aseo personal, dan la oportunidad de cumplir con los requerimientos, puesto que, el interés de Farmacias Económicas es cumplir con la satisfacción del cliente en las líneas inherentes al modelo de negocios.

2.5 Localización de la empresa

Farmacias Económicas estará ubicado en la calle Ignacio Hernández y 12 de Febrero, en la Isla San Cristóbal, provincia de Galápagos.

Ilustración 2:Ubicación.



(GoogleMaps, 2020) *Ubicación*. Recuperado de: <https://www.google.com.ec/maps/@-0.9028407,-89.6114458,18.71z?hl=es>

2.6 Filosofía empresarial

2.6.1 Misión

Farmacias Económicas es una organización empresarial dedicada a la comercialización productos que brinden bienestar y salud, trabajando con honestidad y eficiencia, buscando la excelencia en servicio, pilar fundamental de crecimiento, fomentando desarrollo y nuevas fuentes de trabajo en el Ecuador.

2.6.2 Visión

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

2.6.3 Objetivos

- Comercializar productos farmacéuticos de alta calidad.
- Satisfacer las necesidades de salubridad de la población del cantón San Cristóbal
- Brindar atención farmacéutica profesional y personal al paciente.
- Minimizar los costos del tratamiento de enfermedades.

2.6.4 Meta

En un periodo de 12 meses ser reconocidos a nivel local por la diversidad de productos, costos bajos y atención al cliente, en donde el capital humano sea el recurso más importante; a la par, de la sustentabilidad y rentabilidad económica.

2.6.5 Estrategias

- Identificar preferencias, necesidades y sugerencias de los clientes potenciales a través de encuestas.
- Establecer un plan de capacitación en atención al cliente para el personal, para captar mayores clientes.
- Realizar promociones constantes de los artículos más vendidos para estimular las ventas.
- Lograr la fidelidad de los clientes ofreciéndoles nuestra tarjeta de socios, para obtener descuentos especiales y así minimizar la competencia agresiva.
- Establecer convenios con asociaciones y gremios para que obtengan nuestra tarjeta de descuento y de esta manera sean parte de nuestros descuentos exclusivos para socios.

2.6.6 Políticas

La farmacia operará enmarcada en las siguientes políticas:

La empresa:

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

De los recursos Humanos:

- Cumplir con los horarios y turnos establecidos, con sus metas y tareas determinadas por sus funciones o las necesidades de Farmacias Económicas.
- Ser respetuosos con los compañeros y con la empresa.
- Llevar siempre su uniforme de trabajo dentro de las instalaciones.
- No libar en vías públicas utilizando el uniforme de trabajo.
- Cuidar de su aseo y presentación personal.
- No podrán fumar, beber o consumir ningún tipo de sustancia estupefaciente dentro de las instalaciones o en su jornada laboral.
- No podrán llegar al trabajo con aliento a licor o ningún tipo de sustancia estupefaciente.
- Satisfacer las necesidades de los clientes.

2.7 FODA

2.7.1 Fortalezas

- Publicidad de la cadena
- Capacitación, conocimientos y habilidades en farmacología del personal.
- Su imagen corporativa es reconocida en todo el territorio nacional, facilitando la identificación de la marca para los consumidores.
- Amplia participación del mercado nacional que genera confianza y respaldo a nivel empresarial.
- Amplio portafolio de productos
- Capacidad para establecer alianzas con clientes
- Localización estratégica, su ubicación es de alto tráfico peatonal y vehicular, así como su entorno barrial facilitan la actividad comercial.

2.7.2 Oportunidades

- Fuerte crecimiento del sector farmacéutico
- Incorporación de las nuevas tecnologías de publicidad
- Sus productos farmacéuticos tienen demanda en el mercado
- Crédito por parte de los proveedores

2.7.3 Debilidades

- Poca rotación de productos especiales
- No contar con un local propio
- Problemas de logística por la ubicación geográfica de las islas
- Falta de experiencia en administración de farmacias

2.7.4 Amenazas

- Crisis o recesión económica
- Existencia de otras franquicias farmacéuticas
- Entrega de medicina gratuita en los centros de salud del estado
- Emergencia de salud por la pandemia que vive el mundo.

2.8 Desarrollo organizacional

2.8.1 Tipo de Estructura

Diferenciación

Farmacias Economías contará con un tipo de administración vertical, en donde existirá un nivel superior de mando hasta los niveles inferiores, facilitando la planificación y control en las áreas. Cabe señalar, que los procesos tendrán un responsable y quien los supervise.

La organización será de tipo jerárquico y está estructurada de la siguiente manera:

- **Nivel Gerencial**
Gerente general & propietario
- **Nivel Administrativo / Operativo**
Guardalmacén y Pedidos
- **Nivel Administrativo / Ventas**
Asesora de ventas y cajera

2.8.2 Formalización

Farmacias Económicas dentro del sistema de franquicias se rige bajo las normas ecuatorianas establecidas y bajo sus propias normas, además de estrategias y políticas que van de la mano con los preceptos de misión, visión y objetivos.

Para su operación será legalmente constituida y cumplirá con las exigencias solicitadas por los entes de control legislativo y tributario, y su respectivo permiso de funcionamiento.

2.8.3 Centralización – Descentralización

Farmacias Económicas desarrollará su actividad en torno a la venta de productos farmacéuticos y afines, basándose en su experiencia y filosofía empresarial.

La descentralización de funciones se la logra delegando actividades propias e inherentes a cada puesto de trabajo, donde su principal proponente será el gerente general, que sin embargo de su estatus jerárquico permitirá sugerencias y diálogos que coadyuven en una mejor propuesta de soluciones para la empresa. Cada empleado será parte importante de la administración y como tal su representación en el aporte y desempeño de reconocimiento para Farmacias Económicas.

2.8.4 Integración

Organizacionalmente mediante procesos y gestiones establecidas, se integrarán los procesos de compras, almacenamiento y ventas en un sistema único de gestión y facturación, que permitirá el registro de entradas y salidas de mercadería, facturaciones, y estadísticas de rotación de productos, así como a integración con áreas contables e inclusive administrativas, de esta manera manteniendo de manera inclusiva las acciones de los diferentes departamentos y empleados.

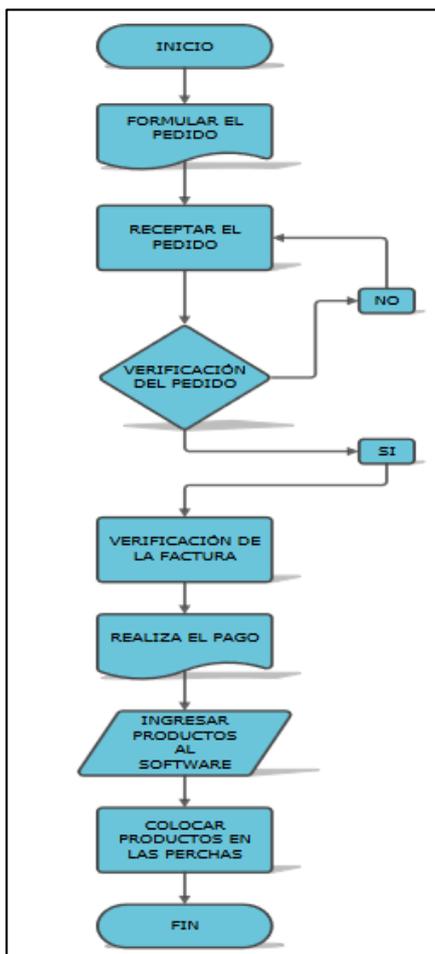
2.8.5 Desarrollo de procesos

A continuación, se representan los procesos que normalmente se realizan en Farmacias Económicas, con el fin de demostrar de mejor manera las actividades desarrolladas.

- Proceso de compra de medicamentos a proveedores
- Proceso de venta a cliente final

Proceso de compra de medicamentos a proveedores

Ilustración 3. Diagrama de Compra a Proveedores de Farmacias Económicas

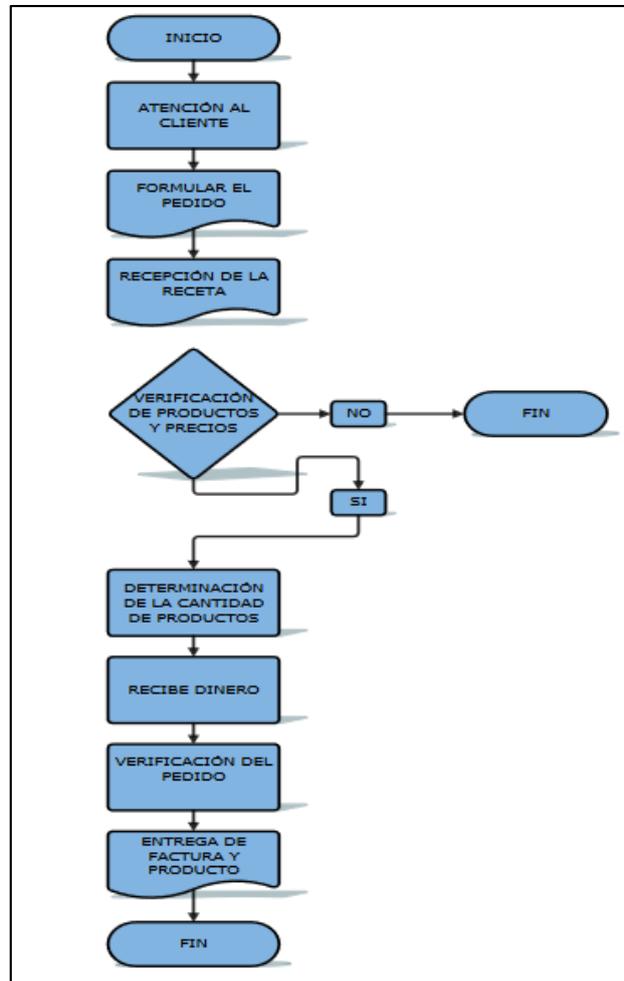


Zavala, E. (2022). *Diagrama de Compra a Proveedores Farmacias Económicas*. San Cristóbal.

Este proceso inicia por la formulación del pedido, continua en la posterior recepción del pedido o mercadería, se hace la verificación visual y contabilización del producto revisando que esté acorde con la factura de compra, si este llegara a faltar o estuviese en malas condiciones se hace la devolución, no se recepta el pedido. Por el contrario, si todo estuviese en orden y la mercadería está acorde con lo solicitado se procede a receiptarla, se paga la factura de compra, se ingresa el producto al sistema y se coloca la mercadería en la percha.

Proceso de venta de medicamentos a cliente final

Ilustración 4: Diagrama de Venta de Productos de Farmacias Económicas

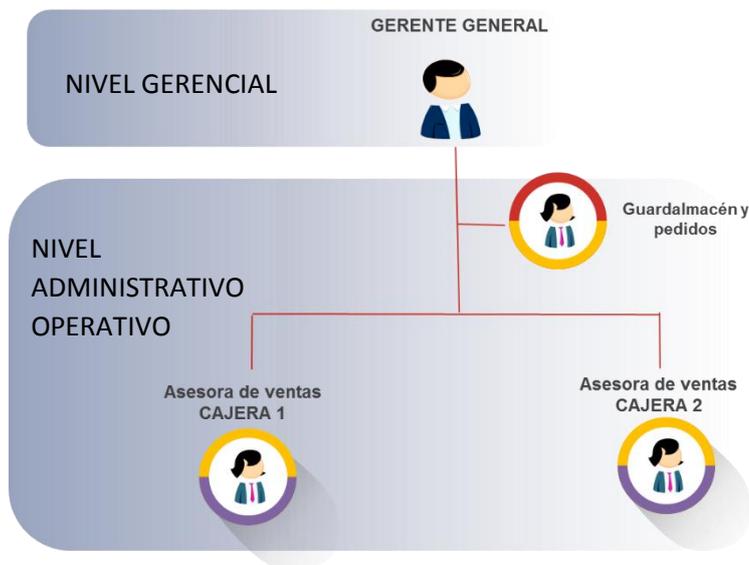


Zavala, E. (2022). *Diagrama de Venta de Productos Farmacias Económicas*. San Cristóbal.

Este proceso inicia con la atención al cliente y la formulación del pedido por parte este. Continúa con la recepción de la receta del cliente, luego nuestra verificación de productos y precios que contamos, si no establecemos la disponibilidad de lo requerido termina el proceso de atención al cliente; por otra parte, si establecemos disponibilidad del producto, determinamos la cantidad que necesita el cliente, recibimos el dinero, verificamos el producto, facturamos y entregamos lo solicitado finalizando de esta manera el proceso de venta.

2.9 Organigrama empresarial

Ilustración 5: Organigrama empresarial Farmacias Económicas



Zavala, E. (2022). *Organigrama empresarial Farmacias Económicas*. San Cristóbal.

2.10 Funciones del personal

GERENTE GENERAL

Detalles generales del puesto de Gerente General.

Empresa Farmacias Económicas

Unidad administrativa Gerencial

Misión del puesto: El gerente es la máxima autoridad ejecutiva y representante legal de la compañía. Será responsable de la administración de la compañía, determinará las estrategias, organizará el trabajo, administrará al personal, implantará sistemas: de motivación, de información, de decisiones, de control.

Denominación del puesto Gerente General

Rol del puesto: Administración y supervisión de procesos de ventas, almacenamiento, adquisiciones, y establecerá las directrices para una buena administración, promoción y crecimiento de la empresa.

Remuneración \$ 1200

Méritos aspectos a considerar

Tabla 1: Méritos aspectos a considerar, gerente general.

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
<p>Tecnólogo en Administración de empresas o superior.</p> <p>Ingles básico</p>	<p>Mínima 1 1/2 año en el cargos gerenciales administrativos</p>	<p>Capacitación en administración y gestión del Talento Humano.</p> <p>Capacitación en formación de empresa. Técnicas de vanguardia e innovación.</p> <p>Administración de empresas</p> <p>Dominio de procesos contables, manejo de kardex.</p>	<p>Generación de ideas.</p> <p>Habilidad analítica (análisis de prioridad, criterio lógico sentido común).</p> <p>Inspección de productos o servicios</p> <p>Manejo de recursos financieros.</p> <p>Pensamiento estratégico.</p> <p>Pensamiento crítico.</p> <p>Respeto</p> <p>Atención al cliente.</p> <p>Creatividad.</p> <p>Comunicación</p> <p>Delegación.</p> <p>Liderazgo.</p> <p>Iniciativa.</p> <p>Integridad.</p> <p>Meticulosidad.</p> <p>Planificación y organización.</p> <p>Sensibilidad interpersonal.</p> <p>Trabajo en equipo.</p> <p>Tenacidad y responsabilidad.</p>

Zavala, E. (2022). *Méritos aspectos a considerar, gerente general*. San Cristóbal.

GUARDALMACÉN Y PEDIDOS

Detalles generales del puesto Guardalmacén y Pedidos.

Empresa

Farmacias Económicas

Unidad administrativa

Área Administrativa Operativa

Misión del puesto: Se encarga de recibir, ingresar y almacenar toda mercadería adquirida para la venta, manejo de inventarios y kardex, rotación de mercadería para evitar su caducidad, realiza pedidos y demás inherentes a su puesto y las necesidades de la empresa.

Denominación del puesto

Guardalmacén

Rol del puesto: Ayudar a la gerencia a mantener un stock permanente de productos, así como su control en la recepción y despacho de los mismos.

Remuneración

\$ 850

Méritos aspectos a considerar

Tabla 2: Méritos aspectos a considerar, Guardalmacén y Pedidos.

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Tecnólogo en Logística y transporte, almacenamiento o afines	Mínima 6 meses en el cargo de Guardalmacén o afines.	Administración de inventarios Conocimiento en almacenamiento	Tener conocimiento en sanidad. Experiencia en la comercialización. Experiencia en atención al cliente. Adaptabilidad. Análisis de problemas. Creatividad. Respeto Comunicación. Compromiso. Decisión. Puntualidad Solidaridad. Capacidad de escucha. Iniciativa. Integridad. Sociabilidad. Trabajo en equipo. Responsabilidad.

Zavala, E. (2022). *Méritos aspectos a considerar, guardalmacén y pedidos*. San Cristóbal.

ASESORA DE VENTAS Y CAJERA

Detalles generales del puesto de mesero.

Empresa Farmacias Económicas

Unidad administrativa Área Administrativo Operativo

Misión del puesto: Es el encargado de realizar todo el proceso de comercialización y atención al cliente, así como el perchado y la promoción in situ del producto.

Denominación del puesto Asesora de ventas

Rol del puesto: Es la atención y asesoría al cliente, comprobar el número adecuado de medicamentos según el pedido, cobrar, expender los productos y dar una atención certificada y personalizada a los clientes.

Remuneración \$ 766,27

Méritos aspectos a considerar

Tabla 3: Méritos aspectos a considerar, Asesora de ventas y cajera.

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Educación básica	Al menos 6 meses de experiencia.	Tener conocimiento en sanidad. Experiencia en la comercialización. Experiencia cobranzas y atención al cliente.	Adaptabilidad. Análisis de problemas. Automotivación. Comunicación. Compromiso, Respeto. Puntualidad, Decisión. Capacidad de escucha. Solidaridad, Iniciativa. Integridad, Sociabilidad. Trabajo en equipo. Tenacidad. Responsabilidad.

Zavala, E. (2022). *Méritos aspectos a considerar, asesora de ventas y cajera*. San Cristóbal.

3. PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING

3.1 Objetivo de mercadotecnia

Farmacias Económicas tiene como objetivo posicionar su nombre como una marca referente y preferencial en la mente de los consumidores, toda su línea de farmacia y complementarios tendrán una publicidad a través de los canales propios de la franquicia, pero con un especial énfasis en las islas Galápagos. A nivel local la difusión de la marca se hará por radio, medios digitales, medios físicos y con campañas especializadas con grupos sociales e instituciones.

3.2 Investigación de mercado

Considerando la existencia de competencia en el mercado local, Farmacias Económicas consideró hacer un análisis de mercado aplicando la tipología de investigación de campo.

De esta manera se obtendrán resultados sobre las preferencias, factores de consumo y datos encuestados a la población, que nos permitirán tener una visión más clara de lo que el consumidor potencial requiere. De igual manera esto permite conocer el entorno competitivo y las preferencias que tienen los consumidores por las farmacias que actualmente existen.

3.2.1 Modalidad

La recolección de datos se realizó a través de encuestas, utilizando medios digitales y de manera presencial, donde fueron abordadas 349 personas de diferentes sectores del cantón San Cristóbal, esta encuesta constó de 10 preguntas cerradas.

3.3 Plan de Muestreo

El análisis se desarrolló tomando en cuenta la población económicamente activa de San Cristóbal, de entre los 15 años de edad y los 65 años o más de edad, definiendo así el universo de estudio. Esta segmentación se la realizó debido al

tamaño de la población y lo cerca que significa moverse de un punto a otro dentro del cantón.

Así mismo, esta segmentación permitió dirigirse hacia el público con poder adquisitivo de diferentes edades, ya que las propuestas van dirigidas a todas las personas que necesiten de productos farmacéuticos y afines.

Para calcular el tamaño de la muestra o total de encuestas a realizar se aplicó la siguiente fórmula:

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

Dónde:

N= Población segmentada 3787 habitantes

Z= Nivel de confianza 95% (1.96)

P= Proporción de defectos esperados 50% (0.5)

Q= Probabilidad negativa 50% (0.5)

e= Error de estimación 5% (0.05)

n= tamaño de la muestra

$$n = \frac{3787 * (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}{0,05^2 * (3787 - 1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{3637,034}{10,4254}$$

$$n = 349$$

3.4 Análisis de las encuestas

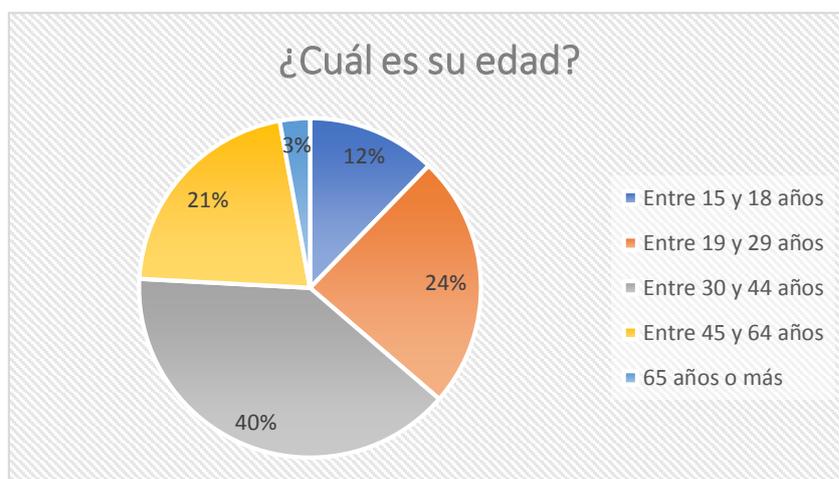
Pregunta 1

Tabla 4: Pregunta 1

¿Cuál es su edad?		
EDADES	RESPUESTAS	PORCENTAJE
Entre 15 y 18 años	43	12%
Entre 19 y 29 años	85	24%
Entre 30 y 44 años	139	39%
Entre 45 y 64 años	75	21%
65 años o más	10	3%
TOTAL	352	100%

Zavala, E. (2022). *¿Cuál es su edad?*. San Cristóbal.

Ilustración 6: Pregunta 1, gráfico circular.



Zavala, E. (2022). *Pregunta 1, gráfico circular*. San Cristóbal.

Análisis: De acuerdo a esta pregunta, las encuestas dieron como resultado que el 40% son adultos de entre los 30 y 40 años de edad, y el 24% oscila entre la edad de los 19 y 29 años de edad, seguido por el 21% que se encuentra entre los 45 y 64 años de edad, esta información permite establecer el público objetivo, y poder poner mayor énfasis en las necesidades de este segmento de consumidores en Farmacias Económicas.

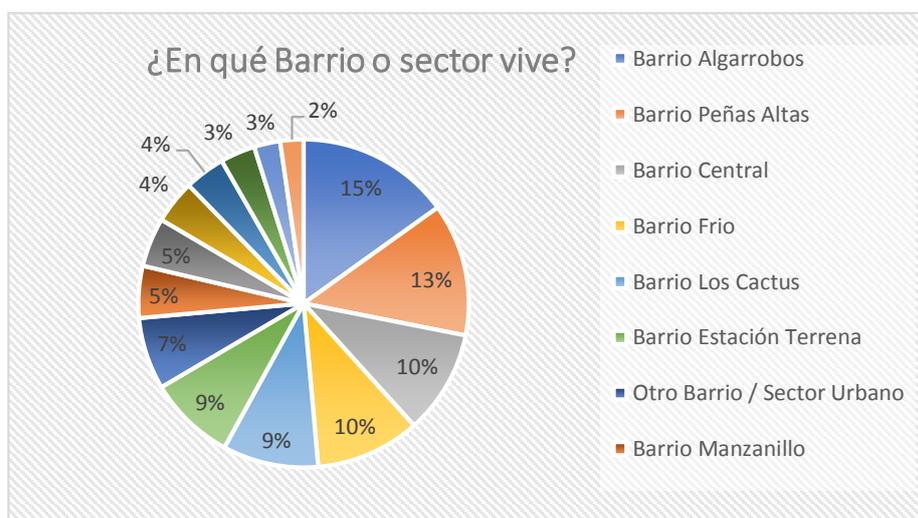
Pregunta 2

Tabla 5: Pregunta 2.

¿En qué Barrio o sector vive?		
BARRIOS	RESPUESTAS	PORCENTAJE
Barrio Algarrobos	53	15%
Barrio Peñas Altas	46	13%
Barrio Central	36	10%
Barrio Frio	36	10%
Barrio Los Cactus	33	9%
Barrio Estación Terrena	30	9%
Otro Barrio / Sector Urbano	25	7%
Barrio Manzanillo	18	5%
Barrio Palmeras	17	5%
Barrio Playa de Oro	15	4%
Barrio San Francisco	14	4%
Barrio Divino Niño	12	3%
Parroq. El Progreso y sector Rural	9	3%
No vive aquí.	8	2%
TOTAL	352	100%

Zavala, E. (2022). *¿En qué Barrio o sector vive?*. San Cristóbal.

Ilustración 7: Pregunta 2, gráfico circular.



Zavala, E. (2022). *Pregunta 2, grafico circular*. San Cristóbal.

Análisis: estos datos obtenidos son muy importantes para Farmacias Económicas, ya que el 15% de los encuestados pertenece al barrio Algarrobos, y el 13% pertenece al Barrio Peñas Altas, es decir, y conjugando con otras preguntas de esta encuesta se podría determinar que independientemente de la ubicación del establecimiento, las personas están dispuestas a acudir a donde a ellos les puedan satisfacer sus requerimientos.

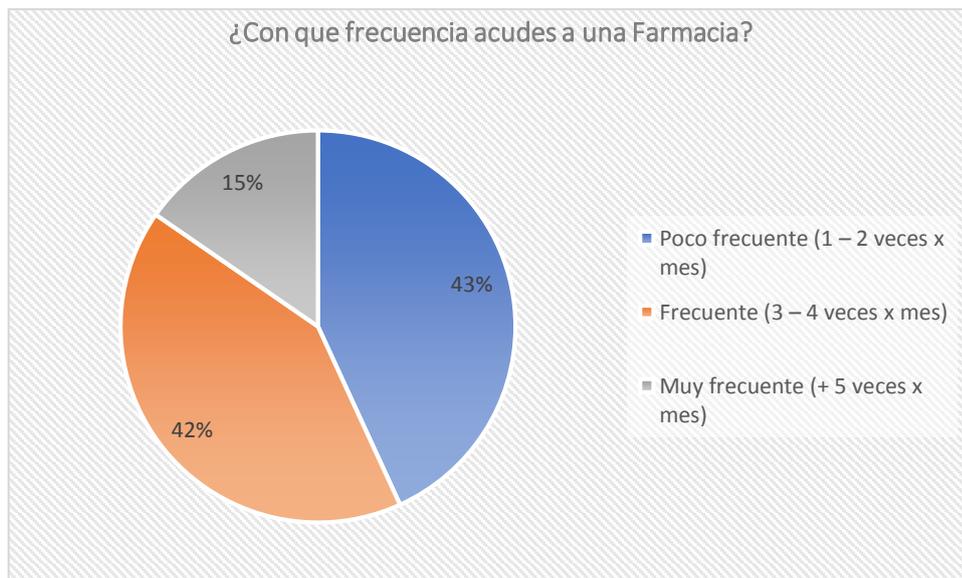
Pregunta 3

Tabla 6. Pregunta 3

¿Con que frecuencia acudes a una Farmacia?		
FRECUENCIA	RESPUESTAS	PORCENTAJE
Poco frecuente (1 – 2 veces x mes)	152	43%
Frecuente (3 – 4 veces x mes)	146	41%
Muy frecuente (+ 5 veces x mes)	54	15%
TOTAL	352	100%

Erick, Z. (2022). *¿ Con qué frecuencia acudes a una farmacia?* . San Cristóbal.

Ilustración 8: Pregunta 3, gráfico circular.



Zavala, E. (2022). *Pregunta 3, gráfico circular*. San Cristóbal.

Análisis: De los 352 encuestados, el 43% acuden 1 o 2 veces por mes a una farmacia, mientras que muy de cerca con el 42% visitan una farmacia con una frecuencia de 3 a 4 veces por mes, y el 15% de los encuestados acuden con una frecuencia de más de 5 veces al mes. En este contexto se puede determinar que se tiene una buena afluencia de clientes en este sector comercial, así mismo se podría establecer nuevas estrategias para fidelizar y captar nuevos clientes.

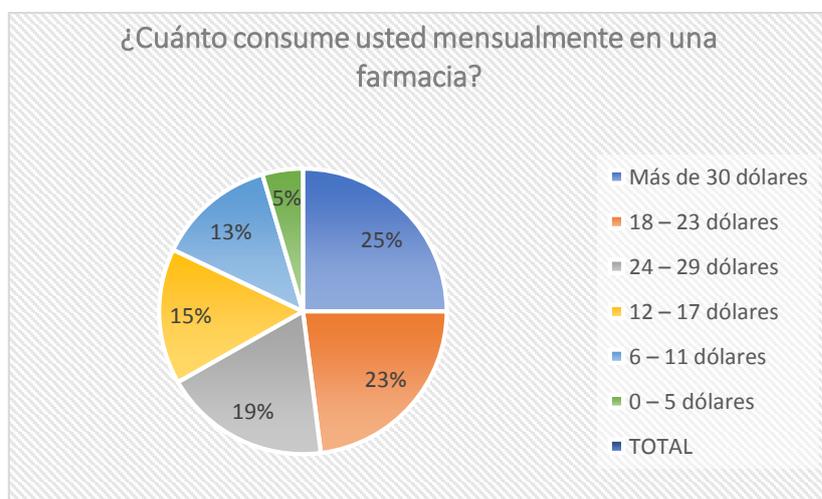
Pregunta 4

Tabla 7: Pregunta 4

¿Cuánto consume usted mensualmente en una farmacia?		
FRECUENCIA	RESPUESTAS	PORCENTAJE
Más de 30 dólares	88	25%
18 – 23 dólares	81	23%
24 – 29 dólares	66	19%
12 – 17 dólares	54	15%
6 – 11 dólares	47	13%
0 – 5 dólares	16	5%
TOTAL	352	100%

Zavala, E. (2022). *¿ Cuanto consume usted mensualmente en una farmacia?* . San Cristóbal.

Ilustración 9: Pregunta 4, gráfico circular.



Zavala, E. (2022). *Pregunta 4, gráfico circular*. San Cristóbal.

Análisis: Del total de todos los encuestados, el 25% tiene un consumo de más de 30 dólares mensuales, el 23% tiene un consumo de entre 18 y 23 dólares mensuales, así mismo el 19% de los encuestados tiene un consumo de entre 24 y 29 dólares mensuales y el 15% gasta entre 12 y 17 dólares mensuales, siendo estos los valores más altos que gastan los clientes mensualmente, podemos determinar que existen buenas perspectivas comerciales basados en estos consumos, sin embargo hay que tomar en cuenta que estos valores se pueden incrementar, dependiendo de las estrategias comerciales que se hagan.

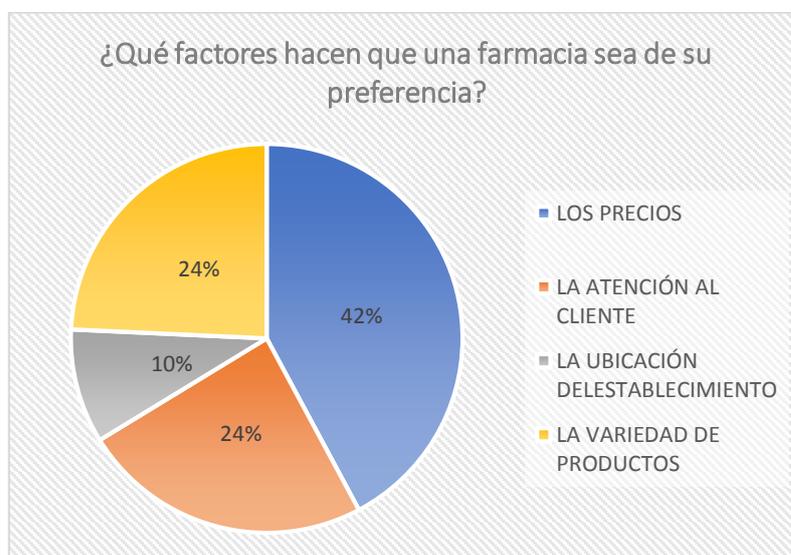
Pregunta 5

Tabla 8. Pregunta 5

¿Qué factores hacen que una farmacia sea de su preferencia? (Seleccione máximo 2)		
FRECUENCIA	RESPUESTAS	PORCENTAJE
LOS PRECIOS	200	42,2%
LA ATENCIÓN AL CLIENTE	114	24,1%
LA UBICACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO	45	9,5%
LA VARIEDAD DE PRODUCTOS	115	24,3%
TOTAL ENCUESTA 352	474	100%

Zavala, E. (2022). *¿Qué factores hacen que una farmacia sea de su preferencia?*. San Cristóbal.

Ilustración 10: Pregunta 5, gráfico circular.



Zavala, E. (2022). *Pregunta 5, gráfico circular*. San Cristóbal.

Análisis: El factor principal con un 42% es el precio de los productos, su preferencia por los costos bajos es predominante y lógico, sin embargo, en segundo lugar, de preferencia esta la atención al cliente y la variedad de productos, ambos con un 24%, en este contexto estos factores serán la carta de presentación de Farmacias Económicas, ya que la ubicación no es un factor decisivo entre los encuestados, con apenas un 10% como factor de preferencia.

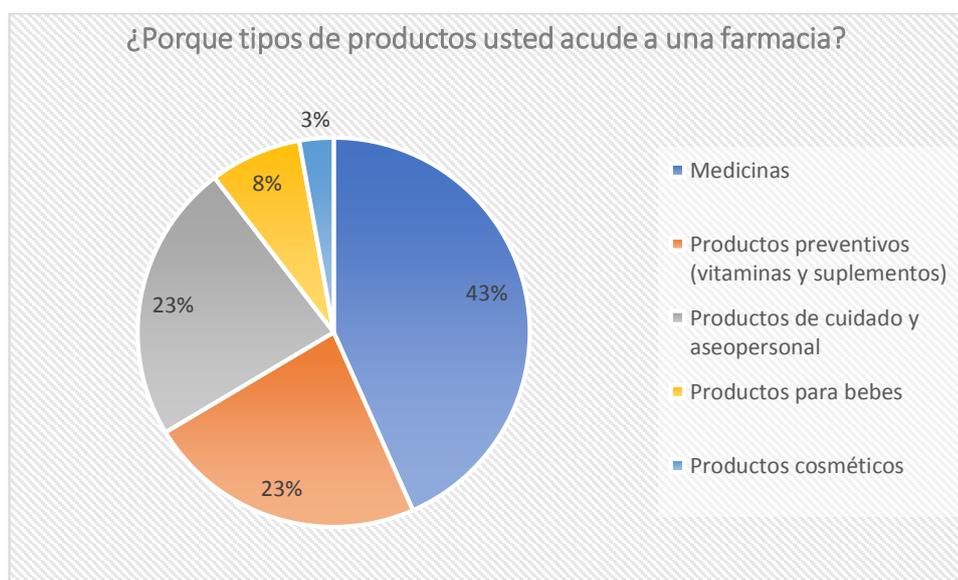
Pregunta 6

Tabla 9. Pregunta 6

¿Porque tipos de productos usted acude a una farmacia? (Seleccione máximo 3)		
FRECUENCIA	RESPUESTAS	PORCENTAJE
Medicinas	292	43,4%
Productos preventivos (vitaminas y suplementos)	155	23,0%
Productos de cuidado y aseo personal	156	23,2%
Productos para bebes	51	7,6%
Productos cosméticos	19	2,8%
TOTAL ENCUESTA 352	673	100%

Zavala, E. (2022). *¿ Porque tipo de productos acude a una farmacia?.* San Cristóbal.

Ilustración 11: Pregunta 6, gráfico circular.



Zavala, E. (2022). *Pregunta 6, gráfico circular.* San Cristóbal.

Análisis: En este resultado se pudo encontrar que los principales productos que el cliente adquiere en una farmacia son las medicinas con un 43%, luego le siguen los productos preventivos como las vitaminas y los suplementos, y los productos de cuidado y aseo personal, ambos con el 23%. Así pues, serian estos productos los de mayor consumo y a los que se les debe poner especial énfasis.

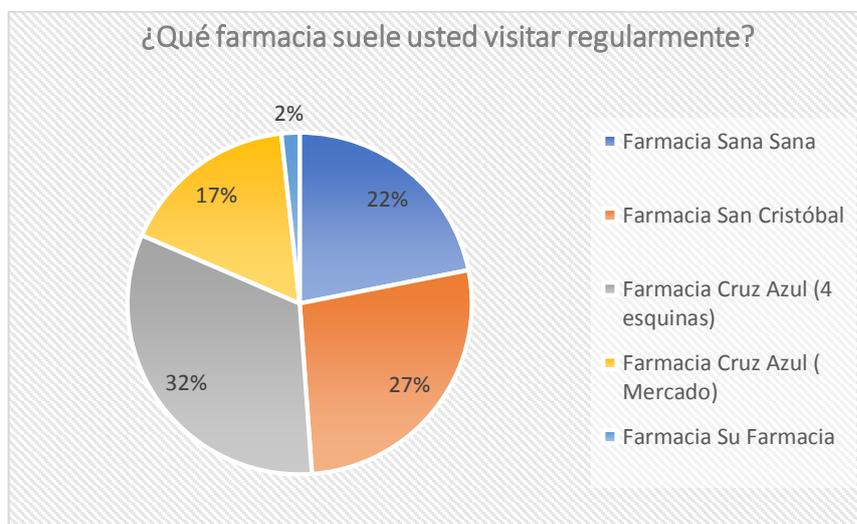
Pregunta 7

Tabla 10. Pregunta 7

¿Qué farmacia suele usted visitar regularmente?		
FRECUENCIA	RESPUESTAS	PORCENTAJE
Farmacia Sana Sana	77	21,9%
Farmacia San Cristóbal	95	27,0%
Farmacia Cruz Azul (4 esquinas)	115	32,7%
Farmacia Cruz Azul (Mercado)	59	16,8%
Farmacia Su Farmacia	6	1,7%
TOTAL ENCUESTA 352	352	100%

Zavala, E. (2022). ¿ Qué farmacia suele usted visitar regularmente?. San Cristóbal.

Ilustración 12: Pregunta 7, gráfico circular.



Zavala, E. (2022). Pregunta 7, gráfico circular. San Cristóbal.

Análisis: En este resultado se encontró que el 32% visita con regularidad la farmacia Cruz Azul (4 esquinas), el 27% visita regularmente farmacia San Cristóbal, el 22% visita con regularidad la farmacia Cruz Azul (Mercado), el 17% visita regularmente farmacias Sana Sana y tan solo el 2% visita farmacia Su Farmacia. Con estos resultados se tiene una mejor perspectiva de la competencia, en donde el mercado está liderado por franquicias de otras marcas, así como una farmacia independiente.

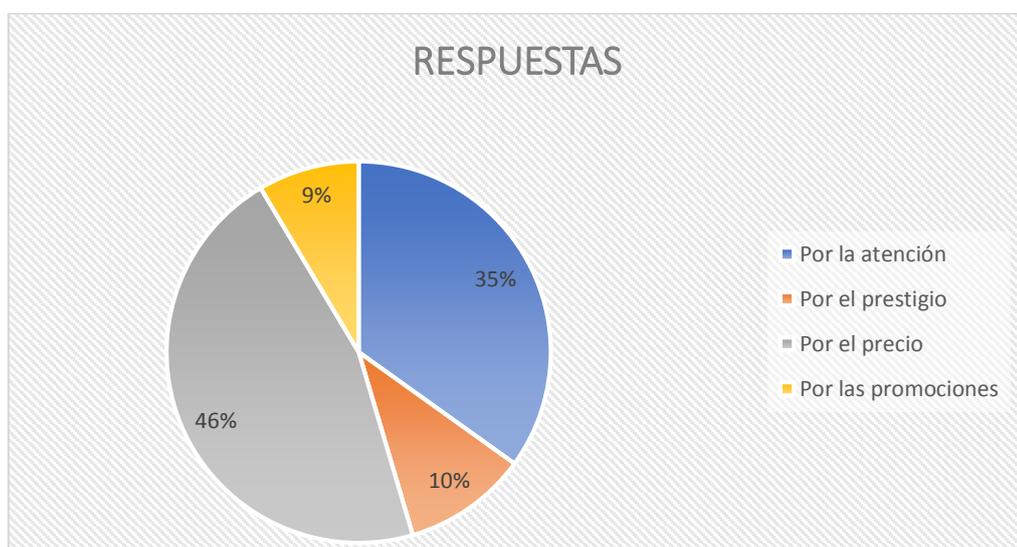
Pregunta 8

Tabla 11. *Pregunta 8*

De su elección anterior, ¿porqué eligió esa farmacia?		
FRECUENCIA	RESPUESTAS	PORCENTAJE
Por la atención	123	34,9%
Por el prestigio	37	10,5%
Por el precio	162	46,0%
Por las promociones	30	8,5%
TOTAL ENCUESTA 352	352	100%

Zavala, E. (2022). *De su elección anterior, ¿porqué eligió esa farmacia?*. San Cristóbal.

Ilustración 13: Pregunta 8, gráfico circular.



Zavala, E. (2022). *Pregunta 8, gráfico circular*. San Cristóbal.

Análisis: De todos los encuestados y sus preferencias por la cual van a determinada farmacia el 46% va por el precio, el 35% por la atención que le brindan, el 10% va por el prestigio y el 9% va por las promociones.

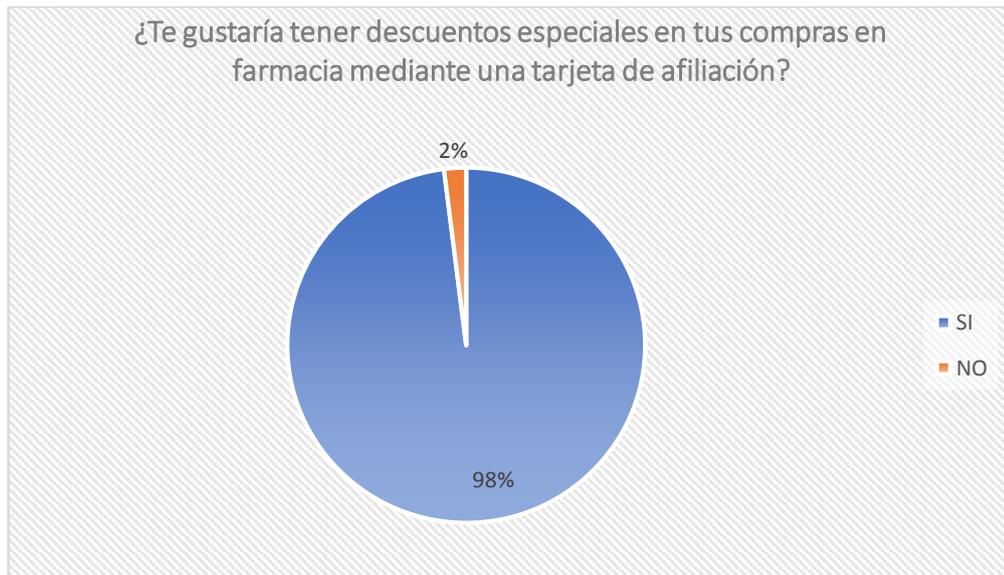
Pregunta 9

Tabla 12. Pregunta 9

¿Te gustaría tener descuentos especiales en tus compras en farmacia mediante una tarjeta de afiliación?		
FRECUENCIA	RESPUESTAS	PORCENTAJE
SI	345	98,0%
NO	7	2,0%
TOTAL ENCUESTA 352	352	100%

Zavala, E. (2022). *¿Te gustaría tener descuentos especiales en tus compras en farmacia mediante una tarjeta de afiliación?*. San Cristóbal.

Ilustración 14: Pregunta 9, gráfico circular.



Zavala, E. (2022). *Pregunta 9, gráfico circular*. San Cristóbal.

Análisis: El 98% de los encuestados están dispuestos a tener una tarjeta de afiliación para obtener mayores descuentos en sus compras.

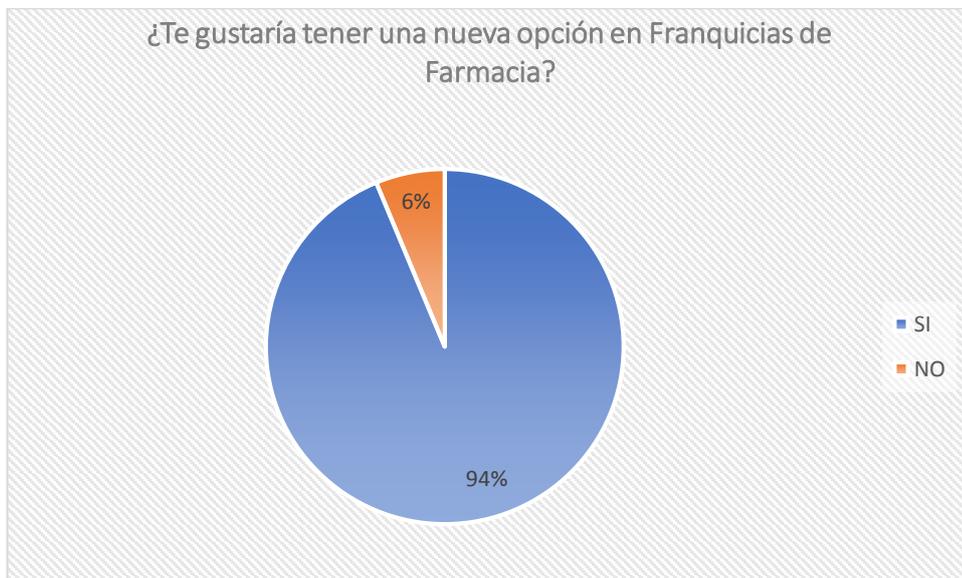
Pregunta 10

Tabla 13. Pregunta 10

¿Te gustaría tener una nueva opción en Franquicias de Farmacia?		
FRECUENCIA	RESPUESTAS	PORCENTAJE
SI	330	93,8%
NO	22	6,3%
TOTAL ENCUESTA 352	352	100%

Tabla 15. Zavala, E. (2022). ¿Te gustaría tener una nueva opción en Franquicias de Farmacia?. San Cristóbal.

Ilustración 15: Pregunta 10, gráfico circular.



Zavala, E. (2022). Pregunta 10, gráfico circular. San Cristóbal.

Análisis: Tal como la pregunta anterior casi el 100% de los encuestados les gustaría tener una nueva opción en franquicias farmacéuticas, de esta manera se clarifica el panorama para el ingreso de Farmacias Económicas.

3.4.1 Análisis General

Dentro de los resultados obtenidos, resalta la apertura de la comunidad de San Cristóbal para recibir una nueva propuesta comercial como Farmacias Económicas, el alto consumo que tiene la población y las necesidades por las que acude a una farmacia favorecen enormemente y encajan perfectamente en el espíritu comercial, de servicio, y profesionalismo de la misma.

Así mismo, se determinó que las personas entre los 30 y 44 años de edad son los mayores consumidores; sin embargo, existen otras edades que también son potenciales clientes y para los cuales se deberá establecer el mecanismo para atender este sector.

Si bien es cierto, mediante la segmentación del mercado se establece un target, tampoco hay que olvidar que por la orientación comercial se satisface con todas las necesidades de la demanda, tanto así, uno de los puntos más fuertes por los cuales el cliente acude o prefiere una farmacia es la variedad de productos.

En cuanto al precio, como es lógico, se establece una preferencia directa por los bajos costos; no obstante, para Farmacias Económicas esto no genera problema, ya que incluso se mantiene la propuesta que los clientes manejen una tarjeta de afiliación y con esto aprovechen los mejores precios como socios.

En conclusión, Farmacias Económicas es una propuesta de negocios viable, cuenta con gran aceptación y el mercado está ávido por tener opciones diferentes a las existentes.

3.5 Entorno empresarial

3.5.1 Micro entorno

Farmacias Económicas considera su micro entorno a todo aquello que le rodea sobre lo cual hay un control efectivo.

Ilustración 16: Esquema microentorno Farmacias Económicas



Zavala, E. (2022). *Esquema microentorno Farmacias Económica*. San Critobal.

- **Competencia directa**

Una vez hecho un recorrido por sus alrededores, se identificó tres establecimientos que representan una competencia directa, ya que pertenecen a franquicias y otras son independientes; no obstante, a pesar de la facilidad de su identificación, los parámetros utilizados para establecer la competencia directa fueron: el tipo de establecimiento, la categoría y los productos que vendían.

En la Avenida Alsacio Northia entre las calles 12 de Febrero y Manuel J. Cobos se encuentran dos establecimientos farmacéuticos, uno perteneciente a la Franquicia de Farmacias Cruz Azul y el otro a la franquicia Sana Sana. De igual forma en la Calle José de Villamil e Ignacio de Hernández se ubica una farmacia independiente, Farmacia San Cristóbal, siendo estas tres farmacias que tendrán una incidencia directa en la comercialización Farmacéutica.

- **Competencia indirecta**

Considerando ciertas líneas de productos, que, a pesar de no ser medicinas, se expenden también en Farmacias Económicas, se pudo identificar establecimientos que podemos considerar como competencia indirecta en el sector.

En la calle 12 de febrero se encuentra un establecimiento que puede ser considerado como competencia indirecta.

- Super Pro, es un pequeño local de avastos en donde venden productos de primera necesidad y artículos de aseo personal.

- **Proveedores**

Farmacias Económicas, y siendo esta una franquicia mantiene como único proveedor a la misma franquicia.

Tabla 14. *Proveedores.*

Tabla de proveedores		
Productos		
Proveedor	Fiabilidad y beneficios	Producto
FARMAENLACE (Franquiciante)	<ul style="list-style-type: none"> • Productos de calidad • Varios años de experiencia en el mercado • Facilidades de pago (crédito) • Entrega al establecimiento. • Garantía 	Medicina, Vitaminas, Cuidado y Aseo personal,
CNT	<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia en el mercado • Garantía • Único proveedor en el Cantón 	Internet, telefonía fija y celular.
Distribuidora ELYOS	<ul style="list-style-type: none"> • Garantía • Experiencia en el mercado • Facilidades de pago (créditos) • Entrega al establecimiento 	Bebidas, gaseosas, snacks, vasos.

Zavala, E. (2022). *Proveedores.* San Cristóbal.

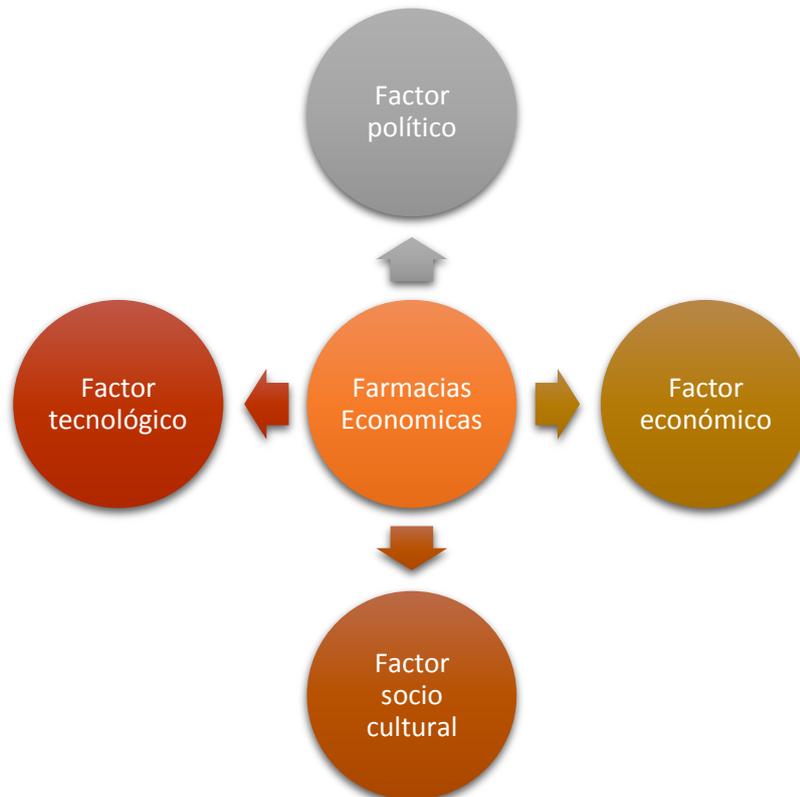
- **Clientes**

Farmacias Económicas es una franquicia de farmacias creada y orientada para estar más cerca del cliente, manteniendo precios a bajo costo, su público objetivo es todo tipo de clientes que requieran nuestros servicios en las diferentes líneas de productos que ofertamos.

3.5.2 Macro entorno

Son aquellos factores sobre los que Farmacias Económicas no tiene control directo y que van a influir en el normal desarrollo de sus actividades comerciales.

Ilustración 17: Esquema macroentorno Farmacias Económicas



Zavala, E. (2022). *Esquema macroentorno Farmacias Económicas*. San Cristóbal.

- **Factor Político**

En Ecuador los establecimientos farmacéuticos están regulados por el Ministerio de Salud Pública, también están sujetos al control del ARCSA que emite regulaciones y controla este tipo operaciones a través de sus permisos. Además, el permiso de funcionamiento otorgado por el GAD Municipal de San Cristóbal, permiso de los Bomberos, y la apertura del RUC otorgado por el SRI.

En este sentido Farmacias Económicas cumplirá con todos los permisos, licencias y demás disposiciones legales que establece la Constitución de la República del Ecuador para el funcionamiento y apertura de esta línea de negocios.

- **Factor Económico**

Actualmente y debido a la crisis económica ocasionada por la pandemia del Covid-19, el Ecuador tuvo un fuerte impacto en la economía, el poder adquisitivo y los hábitos de consumo cambiaron totalmente, priorizando la alimentación y la salud.

Farmacias Económicas está sujeta al avance o declive económico que tenga el país, si bien es cierto, no forman parte de la cadena de fabricación o producción, pero está influenciada tanto por el mercado internacional cuando hablamos de medicina que se fabrica en otros países, así como del mercado nacional por la producción local de productos farmacéuticos y donde el Estado juega un papel muy importante.

- **Factor Sociocultural**

La sociedad ecuatoriana, especialmente la población de San Cristóbal, prefiere acudir a una farmacia directamente y solicitar medicina para sus dolencias. Farmacias Económicas y dentro de sus facultades permitidas legalmente, está en la capacidad de ofrecer medicamentos de venta libre, es decir sin necesidad de receta médica.

La gama de productos o medicinas tanto genéricas, así como de marcas reconocidas les brinda a sus consumidores varias alternativas, sumando la asesoría y orientación del personal de Farmacias Económicas, se convierte en un voto de confianza de los clientes hacia la misma.

- **Factor Tecnológico**

Las nuevas tecnologías de información y comunicación crean mercados y oportunidades, por lo que es de esencial importancia renovar el portafolio de productos y servicios. También incide de manera directa en el aprovechamiento, con la finalidad de utilizarlas como herramientas para captar más clientes y así ampliar la capacidad de comercialización, es decir, el internet es una herramienta fundamental hoy en día y junto con él, las redes sociales.

Dada la ubicación y el hecho de ser una isla, el cantón San Cristóbal no cuenta con un buen servicio de internet; sin embargo, este será uno de los medios que más se utilizará para difundir la marca de Farmacias Económicas.

3.6 Producto y servicio

Farmacias Económicas es una franquicia de farmacias que se enfoca principalmente a la comercialización de medicinas, suplementos vitamínicos, productos de cuidado y aseo personal, y productos para bebés.

Su oferta se basa en la calidad del producto comercializado, su enfoque de servicio tiene como prioridad la satisfacción del cliente ofreciéndole asesoría y orientación para diversificar sus soluciones. Para Farmacias Económicas el producto y servicio son parte de su comercio de valor y del compromiso que tienen con sus clientes.

3.6.1 Producto Esencial

Farmacias Económicas le da una ventaja al consumidor mediante sus promociones, su variado stock de productos, sus precios, la atención y la asesoría al cliente, cubriendo de esta manera las necesidades de los usuarios.

En ese sentido, el producto esencial es la sumatoria de lo que busca el consumidor San Cristobaleño y lo que Farmacias Económicas pueden ofrecer, siempre enmarcados en la misión y visión empresarial.

3.6.2 Producto real

Farmacias Económicas tiene una gran variedad de productos dentro de los cuales se los ha clasificado en tres tipos:

- Medicinas y Vitaminas: en la Farmacias Económicas se expenderá productos farmacéuticos aprobados por el Ministerio de Salud Pública, ya sean Genéricos (sin Patente), de marcas reconocidas (Laboratorios Internacionales), homeopáticos o naturales.
- Productos de aseo personal: son de esencial importancia en la farmacia, debido a que el consumidor local y nacional sabe que la farmacia sirve no sólo como un lugar de expendio de medicamentos sino que también vende productos de higiene.
- Productos cosmeticos: Farmacias Económicas conciente de las necesidades de los clientes tambien expnderá productos cosmeticos que cumplan con las condiciones sanitarias impuestas por los organismos de control nacional.

3.6.3 Características

Cada producto que se expenda deberá cumplir con las condiciones sanitarias y de presentación que son impuestas por el Ministerio de Salud del Ecuador y el ARCSA, dentro de los cuales deberán tener:

- Fecha de elaboración marcada en el envase o caja.
- Fecha de expiración marcada en el envase o caja.
- Laboratorio fabricante.
- Cajas o envases pulcros.
- Precio de venta marcada en el envase o caja.
- Componentes.
- Restricciones de uso o consumo.

3.6.4 Calidad

Acatando las normas y permisos para la venta de productos farmacéuticos, Farmacias Económicas expenderá productos que cumplan con la normativa dispuesta por el Estado Ecuatoriano; Sin embargo, se reserva el derecho de elección

de venta, y expenderá productos que brinden garantía y de excelente calidad, para asegurar y transmitir a los consumidores que su expendo es garantizado.

3.6.5 Estilo

La línea farmacéutica es una de la más sensibles y delicadas de vender, es por eso que Farmacias Económicas maneja un estilo corporativo, inspirado en la línea sanitaria hospitalaria, transmitiendo seguridad, orden y confianza. Desde la concepción de sus colores representativos que son el rojo y blanco, hasta el nombre que se escogió fueron ideados pensando en el cliente, así de esta manera nuestras instalaciones y nuestro servicio llevaran a los consumidores hacia una nueva experiencia en farmacias.

Marca

Farmacias Económicas, como marca fue creada pensando para inspirar y quedarse en la memoria de los consumidores. Se identificó, que los clientes más buscan y lo más clásico en su dialecto, “una farmacia económica”, y es ahí de donde nace “Farmacias Económicas”, utilizando estos términos que la gente más relaciona.

La sencillez de esta marca hace que se mantenga en la retentiva de los clientes, y sumándole a eso los colores rojo y blanco que son asociados a salud o emergencias, hacen que Farmacias Económicas sea totalmente identificable. De esta manera Farmacias Económicas expone sus servicios, su variedad de productos, su asesoría y la garantía de que ellos saben lo hacen, y sobre todo se identifica con la conciencia del ahorro que tienen todos los ecuatorianos.

3.6.6 Producto aumentado

Lo que diferencia a Farmacias Económicas de su competencia es su concepto y estilo innovador, en donde los clientes tienen asesoría y atención personalizada; es decir, el cliente pueda ver de manera rápida y sencilla toda nuestra oferta de productos, ayudarlo a seleccionar según sus necesidades y aumentando el recorrido del cliente en la farmacia.

3.7 Plan de introducción al mercado

3.7.1 Distintivos y Uniformes

Nivel Administrativo Operativo

En esta área se desarrollan dos actividades pertenecientes a la del Guardalmacén y la de la Asesora de ventas, los mismos que vestirán uniformes de la siguiente manera:

- **Guardalmacén**
 - ✓ Camiseta Polo blanca, con detalles rojos en cuello y mangas, y logotipo en pecho y espalda.
 - ✓ Pantalón jean azul, negro (opcional no proporcionado)
 - ✓ Zapatos negros cómodos (opcional no proporcionado)

Ilustración 18: Diseño uniforme guardalmacén



Zavala, E. (2022). Diseño uniforme Guardalmacen. San Cristóbal.

- **Asesora de ventas**

- ✓ Mandil blanco de mangas cortas con detalles en rojo en cuello, mangas y bolsillos, y el logotipo de Farmacias Económicas en el costado izquierdo del pecho.
- ✓ Pantalón jean azul, negro (opcional no proporcionado)
- ✓ Zapatos negros cómodos (opcional no proporcionado)

Ilustración 19: Diseño uniforme asesora de ventas



Zavala, E. (2022). Diseño uniforme asesora de ventas. San Cristóbal.

3.7.2 Materiales de identificación

Logotipo

Ilustración 20: Logotipo Farmacias Económicas.



Zavala, E. (2020). Logotipo Farmacias Económicas. San Cristóbal.

Elementos a destacar:

- Combinación de colores llamativos y fácilmente identificables
- Tipografía sencilla y de fácil comprensión
- Los colores usados:
 - * Color rojo de fondo, el cual se lo vincula a la medicina, a la salud.
 - * Color blanco, este color resalta por encima del fondo y así mismo es un color utilizado por los profesionales de la salud.
- Es totalmente clara y destaca la relación que tiene con la identidad del negocio “Farmacia” y lo que inspira y busca el consumidor “Economía”.

Tarjetas de presentación

En el anverso puede apreciarse el logotipo de la empresa y la página web, todo en letras blancas sobre fondo rojo.

Ilustración 21: Anverso tarjeta de presentación



Zavala, E. (2022). Anverso tarjeta de presentación. San Cristóbal.

En el reverso hay datos de contacto, en este caso, del Gerente General, se observa también el número de contacto y el email, dirección del establecimiento y se pueden observar elementos como el logotipo de la empresa.

Ilustración 22: Reverso tarjeta de presentación



Zavala, E. (2022). Reverso tarjeta de presentación. SanCristóbal.

Hoja membretada

Otro elemento de la identidad corporativa será la papelería, esto servirá para usar en asuntos como oficios, cartas y declaraciones formales a empresas o socios, para ello se ha elaborado una hoja membretada presentada a continuación:

Ilustración 23: Hoja membretada



Zavala, E. (2022). Hoja membretada. San Cristóbal.

3.7.3 Canal de distribución y puntos de ventas

El canal de distribución y punto de venta físico de Farmacias Económicas es su establecimiento ubicado en Puerto Baquerizo Moreno, Cantón San Cristóbal, en la calle Ignacio Hernández y 12 de Febrero.

- **Promoción**
 - El principal canal de promoción serán las redes sociales como Facebook, Instagram y WhatsApp.
 - Otro canal de promoción serán las volantes o flyers entregadas a transeúntes y clientes.
 - Así mismo se hará publicidad por medios locales de radio, perifoneo motorizado y vallas publicitarias.
- **Contacto**
 - E-mail.
 - WhatsApp.
 - Facebook.
- **Correspondencia**
 - A través de mail corporativo.
- **Negociación**
 - Directa en el establecimiento con cita previa.
 - A través de videoconferencia. (Zoom).
 - Vía telefónica.

- **Financiamiento.**

Tabla 15. Financiamiento publicidad

Tarjetas de presentación	100 unidades	\$4,50
Publicidad Facebook	4 veces por mes	\$15,00
Uniforme Mandil con logo	2 cada 6 meses	\$90,00
Uniforme camiseta polo con logo	2 cada 6 meses	\$30,00
TOTAL		\$139,50
TOTAL ANUAL		\$474,00

Zavala, E. (2022). Financiamiento publicidad. San Cristóbal.

3.7.4 Riesgo y oportunidades del negocio

La situación económica del Ecuador se ha visto afectada más aun por la presencia de la pandemia por Covid-19, pese a que lentamente se está volviendo a la normalidad, el bolsillo de los ecuatorianos está muy afectado y su poder adquisitivo no es el de otras épocas, sumándole a eso la presencia de otras cadenas franquiciadas de farmacias en San Cristóbal convierten a esta línea de negocios en un riesgo, que con el diseño de buenas estrategias comerciales y de marketing se pueden sortear.

El aumento del riesgo sanitario y la alta mortalidad que ha generado la pandemia antes mencionada, provocó que los consumidores se volcaran a consumir productos farmacéuticos. Esta tendencia se ha mantenido por más de dos años y está generando una cultura sanitaria y está creando conciencia para el cuidado y prevención de la salud, esta tendencia mundial ocasionó el crecimiento de la industria farmacéutica a pequeña y gran escala, por esta razón para Farmacias Económicas es una oportunidad el iniciar y mantener la primera sucursal franquiciada en el Cantón San Cristóbal y capital de las Islas Galápagos.

3.8 Fijación de Precios

3.8.1 Fijación de precios estándar

Los precios presentados a continuación son basados en el porcentaje de utilidad del 80% ya que estos son los márgenes de comercialización promedio del mercado; además, se toma en cuenta que el Índice de Precios al Consumidor se ubica en 1,803, es decir, el nivel de precios en el Archipiélago de Galápagos (costo de vida) es de un 80% más alto que en el resto del país. Cabe señalar, que los medicamentos no gravan IVA.

Al no ser Farmacias Económicas un fabricante, sino un expendedor de un producto fabricado hacemos el ejercicio de cálculo costo de venta, tan solo basados en nuestro margen de utilidad, al cual no vamos a sumarle porcentajes de factores que intervendrían al momento de su fabricación por lo antes expuesto.

En el siguiente cuadro se puede apreciar cuál es el porcentaje valorizado de estos costos, y cómo quedaría establecido el precio final del producto.

Tabla 16. Cuadro estándar de costos 001.

		CUADRO ESTÁNDAR DE COSTOS			
		CÓDIGO:		001	
		Fecha de actualización:		1/2/2022	
DESCRIPCIÓN	VALOR COMPRA	FACTOR A CONSIDERAR POR SITUACIÓN GEOGRÁFICA	UTILIDAD USD.	VALOR DE VENTA USD.	
Dulcolax Perlas 5mg x 30	6,81	1,8	5,45	12,26	
Zinc multi vitaminas 240 ml	4,68	1,8	3,74	8,42	
Pdialyte max 500ml	6,81	1,8	5,45	12,26	
Cipran tab. Recu. 500mg x10	6,94	1,8	5,55	12,50	
Lacteol forte cap. X8 340mg	7,80	1,8	6,24	14,04	
Leche Enfagrow 800gr.	22,58	1,8	18,06	40,65	
Colica tab.-recub. 4mg x30	11,89	1,8	9,51	21,40	
Alercet 10mg x10	2,65	1,8	2,12	4,77	
Sal Andrews sobre x100	14,82	1,8	11,86	26,68	
Unesia crema 20gr.	4,69	1,8	3,75	8,44	
Dolo-neurobion retard tab. X20	17,04	1,8	13,63	30,66	
Analgan 1gr.x20	4,68	1,8	3,74	8,42	
Aeron-om got.x15ml	3,37	1,8	2,70	6,07	
Epectuss alert tab.x30	5,23	1,8	4,18	9,41	
Propolis spray 30ml	9,98	1,8	7,99	17,97	
Vita C MK tabletas x12	1,75	1,8	1,40	3,14	
Gaduol compuesto jarabe 120cm	3,38	1,8	2,70	6,08	
Alopruno1 300ml x30 Nifa	2,11	1,8	1,68	3,79	
Ciprodex 5ml	10,66	1,8	8,53	19,19	
Bio Tzinc tabletas x30	11,01	1,8	8,80	19,81	
Voltaren emugel x30gr	4,95	1,8	3,96	8,92	
Tensiflex 250mg x200	28,24	1,8	22,59	50,82	
Digestopan forte capx30	11,70	1,8	9,36	21,06	
Vapomentol pomox 160gr	2,27	1,8	1,82	4,09	
Azitromicina tab. 500mg x3	4,88	1,8	3,90	8,78	
Apronax tab. 550mg x20	6,47	1,8	5,18	11,65	
Curam tab. 1000ml x14	13,65	1,8	10,92	24,57	
Finalin forte tab.6,5ml x100	19,50	1,8	15,60	35,10	
Neogripal cap. Blanda 5mg x100	36,04	1,8	28,83	64,86	
Sikura pomada 60g	2,47	1,8	1,98	4,45	
Urobactrinel forte x30	11,70	1,8	9,36	21,06	
Leche Nido crecimiento 400gr.	6,51	1,8	5,21	11,72	
Mesulid 100mg x20	7,80	1,8	6,24	14,04	
Kufer Q 30mg x30	17,55	1,8	14,04	31,59	
Ampiurina forte cap x50	10,55	1,8	8,44	19,00	
Omeprazol cap. 20mg x10	3,43	1,8	2,75	6,18	
TOTAL	346,58		277,26	623,84	

Zavala. E. (2022). Cuadro estrandar de costos 001. San Cristóbal.

Se debe tomar en cuenta que, en Ecuador, la diabetes está afectando a la población con tasas cada vez más elevadas. Según datos obtenidos del Ministerio de Salud Pública, donde la prevalencia de diabetes en la población de 10 a 59 años es de 1.7%. Esa proporción va subiendo a partir de los 30 años de edad, y a los 50, uno de cada diez ecuatorianos ya tiene diabetes. Las islas Galápagos, y específicamente la isla San Cristóbal no se aleja de esa realidad, por tal motivo se creó una receta especial para este tipo de consumidores, que según una entrevista de investigación en el Distrito de Salud San Cristóbal se pudo ratificar los elevados índices de personas con diabetes en este cantón.

Tabla 17. Cuadro estándar de costos 002.

		CUADRO ESTÁNDAR DE COSTOS		
		CÓDIGO:		002
		Fecha de actualización:		1/2/2022
DESCRIPCIÓN	VALOR COMPRA	FACTOR A CONSIDERAR POR SITUACIÓN GEOGRÁFICA	UTILIDAD USD.	VALOR DE VENTA USD.
Acucheck	49,50	1,8	39,60	89,10
Lanzetas	22,00	1,8	17,60	39,60
Inyección para Insulina	0,15	1,8	0,12	0,27
Insulina	30,00	1,8	24,00	54,00
Algodón	0,50	1,8	0,40	0,90
Curita	0,10	1,8	0,08	0,18
TOTAL	102,25		81,80	184,05

Zavala, E. (2022). Cuadro estandar de costos 002. San Cristóbal.

3.9 Implementación del negocio

- **Arriendo del local**

Tabla 18. Arriendo del local.

ARRIENDO DEL LOCAL		
Pago Mensual	Pago Semestral	Pago Anual
\$500	\$3.000	\$6.000

Zavala, E. (2022). Arriendo del local. San Cristóbal.

- **Maquinaria y equipos**

Tabla 19. Maquinaria y equipos

MAQUINARIA Y EQUIPOS			
DESCRIPCIÓN	CANT.	V. UNITARIO	V. TOTAL
Dispensador de agua Indurama	1	\$199,00	\$199,00
Vitrina fría Indurama 380 Litros	1	\$1.149,76	\$1.149,76
Balanza digital con tallmetro	1	\$279,99	\$279,99
TOTAL			\$1.628,75

Zavala, E. (2022). Maquinaria y equipos. Sn Cristóbal.

- **Equipos y paquetes informáticos**

Tabla 20. Equipos y paquetes informáticos.

EQUIPOS Y PAQUETES INFORMÁTICOS			
DESCRIPCIÓN	CANT.	V. UNITARIO	V. TOTAL
Laptop HP Core I5	1	\$575,00	\$575,00
Computador de Escritorio Core I5	2	\$699,99	\$1.399,98
Impresora Epson Matricial Tmu220-806	2	\$289,99	\$579,98
Cajón De Dinero Zkc0508 Zkteco Negro Interfaz Rj11	2	\$73,68	\$147,36
Lector De Código De Barras	2	\$59,99	\$119,98
Impresora EPSON Stylus	1	\$399,99	\$399,99
TOTAL			\$3.222,29

Zavala, E. (2022). *Equipos y paquetes informáticos*. San Cristóbal.

- **Muebles y enseres**

Tabla 21. Muebles y enseres

MUEBLES Y ENSERES			
DESCRIPCIÓN	CANT.	V. UNITARIO	V. TOTAL
Silla para secretaria	3	\$65,00	\$195,00
Silla de espera	2	\$45,00	\$90,00
Escritorio	2	\$100,00	\$200,00
Estantería metálica	6	\$62,00	\$372,00
Vitrinas y Mostrador de atención al cliente con línea grafica (provee la franquicia)	1	\$6.800,00	\$6.800,00
Repisas con línea grafica (provee la franquicia)	4	\$500,00	\$2.000,00
Letrero exterior (provee la franquicia)	1	\$1.200,00	\$1.200,00
TOTAL			\$10.857,00

Zavala, E. (2022). *Muebles y enseres*. San Cristóbal.

- **Equipos industriales de seguridad**

Tabla 22. Equipos de seguridad

EQUIPOS INDUSTRIALES DE SEGURIDAD			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Extintor (CO2) 10 Lb	1	\$45,26	\$45,26
Detector de humo	3	\$12,00	\$36,00
TOTAL			\$81,26

Zavala, E. (2022). Equipos industriales de seguridad. San Cristóbal.

- **Suministros de oficina.**

Tabla 23. Suministros de oficina.

SUMINISTROS DE OFICINA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Papel bond, 1 resma	1	\$5,50	\$5,50
Grapadora	1	\$4,50	\$4,50
Grapas (caja)	1	\$1,15	\$1,15
Caja 3 resaltadores	1	\$1,80	\$1,80
Esferos BIC (rojo, azul, negro)	3	\$0,50	\$1,50
Perforadora	1	\$5,00	\$5,00
Libreta	2	\$1,25	\$2,50
Carpeta de cartón	10	\$0,50	\$5,00
Tijera	1	\$2,00	\$2,00
TOTAL			\$28,95
TOTAL ANUAL			\$347,4

Zavala, E. (2022). Suministros de oficina. San Cristóbal.

- **Servicios básicos**

Tabla 24. Servicios básicos

SERVICIOS BÁSICOS	
DESCRIPCIÓN	Pago Mensual
Agua	\$10,00
Luz	\$50,00
Teléfono	\$15,00
Internet	\$45,00
TOTAL	\$120,00
TOTAL ANUAL	\$1.440,00

Zavala, E. (2022). Servicios básicos. San Cristóbal.

- **Materiales de limpieza**

Tabla 25. Materiales de limpieza

MATERIALES DE LIMPIEZA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Escoba de cerda pequeña	1	\$3,50	\$3,50
Trapeador	1	\$7,00	\$7,00
Cloro 1 Gal	1	\$4,95	\$4,95
Fundas basura industriales (10 unidades)	1	\$1,75	\$1,75
Pala	1	\$2,50	\$2,50
Jabón líquido manos 1 Gal	1	\$5,99	\$5,99
Papel higiénico jumbo 200 metros	1	\$2,00	\$2,00
Alcohol antiséptico gel 1 Gal	1	\$9,50	\$9,50
TOTAL			\$37,19
TOTAL ANUAL			\$446,28

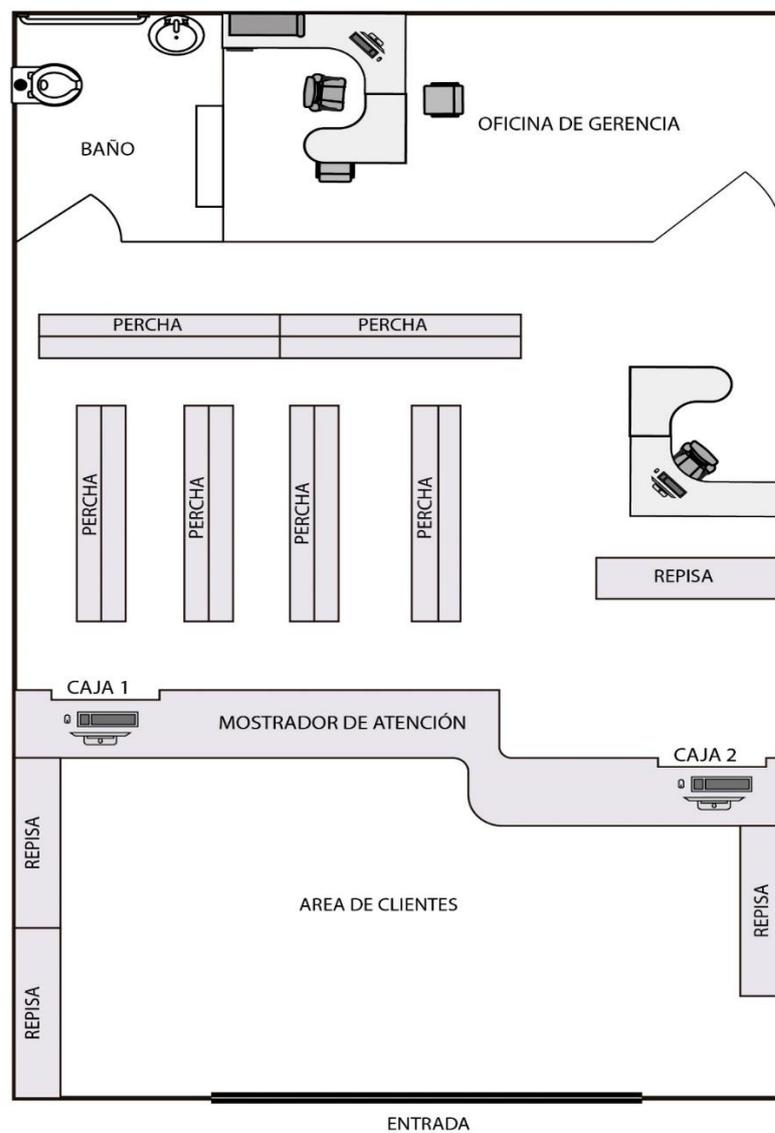
Zavala, E. (2022). Materiales de limpieza. San Cristóbal.

3.10 Estudio arquitectónico

La distribución espacial se la realizó en base al espacio físico existente, a las necesidades de almacenamiento, de administración y el desempeño funcional de los empleados y clientes. Así mismo Farmacias Económicas mantiene su línea gráfica y mantiene el estilo con la cual se conoce a la franquicia.

Estructura interna del establecimiento

Ilustración 24: Estructura del establecimiento.



Zavala, E. (2022). Estructura del establecimiento. San Cristóbal.

4. PROCESO DERECHO EMPRESARIAL

Con el fin de agregar formalidad al negocio, se realizaron los trámites y permisos pertinentes.

- **Adquisición a Farmaenlace Cia Ltda. la franquicia de Farmacias Económicas**

Los requisitos solicitados por Farmaenlace Cia Ltda. (Farmaenlace, 2022):

- ✓ Formulario de solicitud de franquicias
- ✓ Información financiera
- ✓ Referencias
- ✓ Información del proyecto

- **Servicio de Rentas Internas / SRI**

Se debe inscribir en los registros del SRI, proporcionando los datos de actividades económicas y comunicar oportunamente los cambios que se presenten a lo largo del funcionamiento del mismo (SRI, 2022. P. 1).

Para legalizar Farmacias Económicas y tener permiso del SRI se debe tener los siguientes documentos:

- ✓ Cédula de identidad (Presentación)
- ✓ Certificado de votación (Presentación)
- ✓ Documento para registrar el establecimiento del domicilio del contribuyente
- ✓ Escritura pública de constitución
- ✓ Nombramiento del representante legal
- ✓ Solicitud de inscripción y actualización general del Registro Único de Contribuyentes (RUC) sociedades, sector privado y público

- **Ministerio de Salud Pública**

Los requisitos que se deben cumplir para poder ejercer normalmente las actividades (MSP Ecuador, 2022) son:

- ✓ Solicitud al señor director firmada por el bioquímico farmacéutico y propietario.
- ✓ Copia del Ruc
- ✓ Copia de la cedula de ciudadanía del propietario o representante legal del establecimiento.
- ✓ Documentos que acrediten la personería jurídica cuando corresponda.
- ✓ Copia del título del profesional bioquímico responsable técnico del establecimiento, debidamente registrado en el ministerio de salud pública.
- ✓ Croquis de ubicación del establecimiento.
- ✓ Permiso de bomberos.
- ✓ Certificados ocupacionales de salud del personal que labora en el establecimiento solicitar en el proceso de vigilancia sanitaria, previo a los exámenes vdlr-sangre y heces y propietario del establecimiento.
- ✓ Licencia para el manejo de psicotrópicos.
- ✓ Certificados de cumplimiento buenas prácticas de dispensación de los medicamentos y farmacias.
- ✓ Contrato de trabajo con el bioquímico farmacéuticos en el que contaría el horario que no podrá ser menor a cuatro horas diarias.
- ✓ Presentar el permiso del año anterior (si fuera el caso).

- **Permiso de funcionamiento de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria.**

Los requisitos solicitados para acceder al permiso por parte de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA, 2022) son:

- ✓ Número de Registro Único de Contribuyentes (RUC).

- ✓ Título del responsable técnico (Químico Farmacéutico o Bioquímico Farmacéutico) registrado previamente en el Ministerio de Salud Pública y en la ARCSA.
- ✓ Contrato de trabajo con el profesional Químico Farmacéutico o Bioquímico Farmacéutico, cuando estos laboren como mínimo cuarenta (40) horas semanales, debidamente registrado ante la autoridad competente; en el caso de los profesionales que laboren por menos horas se podrán presentar: contrato de trabajo, o el contrato de prestación de servicios profesionales en el ámbito legal correspondiente.

- **Patente Municipal**

La patente municipal se paga una vez por año y su valor está calculado por cada municipio, en este caso el Municipio de San Cristóbal (GADMSC, 2022). Los requisitos que se solicitan son:

- ✓ Formulario de solicitud para registro de patente
- ✓ Copia de cédula de identidad
- ✓ Copia de certificado de votación
- ✓ Copia de Registro Único de Contribuyentes (RUC)
- ✓ Copia de certificado de funcionamiento de bomberos del año actual
- ✓ En caso de tener RUC traer declaración de impuesto a la renta del ejercicio económico anterior para personas obligadas a llevar contabilidad.

- **Bomberos**

El permiso de Bomberos se paga una vez por año, se otorga previa a la inspección y cumpliendo los requisitos (Bomberos S.C., 2022) como son:

- ✓ Permiso de funcionamiento municipal
- ✓ Copia de RUC
- ✓ Copia del pago predial urbano
- ✓ Contar con señalética

- ✓ Extintor
- ✓ Rótulo del ECU911

- **IESS (Instituto Ecuatoriano de Seguridad social)**

El Registro Patronal en el Sistema de Historia Laboral, se lo obtiene en el IESS y no tiene ningún costo (IESS, 2021).

- ✓ Ingresar a la página web del IESS www.iess.gob.ec.
- ✓ Escoger la opción empleador-registro nuevo empleador.
- ✓ Ingresar el número de RUC o cédula de ciudadanía y escoger el sector al que pertenece (privado, público o doméstico).
- ✓ Ingresar los datos obligatorios que se encuentran marcados con asterisco.
- ✓ Terminar con el registro patronal, imprimir la solicitud de clave y el acuerdo de uso de la información.
- ✓ Acercarse a las agencias del IESS a los Centros de Atención Universal, portando los documentos que han sido solicitados, para obtener la clave patronal.

5. PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL

5.1.Objetivo de área

Para Farmacias Económicas su objetivo es la protección del Medio Ambiente de Galápagos, y es una de las principales responsabilidades, así como cuidar que ésta se lleve a cabo en todas las funciones y áreas de la actividad que realizará el establecimiento. El personal estará completamente comprometido en generar el menor impacto al medio ambiente, por lo que se debe proceder en cada situación con un comportamiento responsable tanto dentro como fuera de la farmacia.

5.2.Impacto ambiental

Identificación de impactos ambientales que pueda ocasionar Farmacias Económicas

Los problemas de tipo medioambiental que Farmacias Económicas identifica en el desenvolvimiento de sus actividades pueden dividirse fundamentalmente en tres campos:

- ✓ Residuos.
- ✓ Vertidos / aguas.
- ✓ Energía Eléctrica.

1. Residuos

- ✓ Productos de limpieza.
- ✓ Sustancias químicas.
- ✓ Envases y empaques de productos.
- ✓ Deshechos de la ejecución de limpieza (trapos sucios, suciedad extraída,).
- ✓ Residuos urbanos (papeles, cartones, envoltorios,)

2. Vertidos / Aguas

La contaminación del agua por vertidos que se genera producto del aseo del local y del uso de jabones y demás productos de limpieza.

- ✓ Suciedades arrastradas por dichas aguas (sólidos en suspensión, elementos químicos).
- ✓ Sustancias químicas existentes debido a los productos de limpieza utilizados.

3. Energía Eléctrica

La contaminación generada por la utilización de energía eléctrica para el uso de los equipos, máquinas, y demás artefactos eléctricos, radica en la operatividad del establecimiento.

- ✓ Equipos de Computación, impresoras
- ✓ Luces del establecimiento y equipos de frío

Medidas para contrarrestar los impactos generados por Farmacias Económicas.

- ✓ Utilizar los productos y equipos más respetuosos con el medio ambiente y la salud laboral.
- ✓ Realizar formación continuada al personal para garantizar una correcta manipulación, dosificación y uso de los productos y procedimientos de limpieza.
- ✓ Reducir la generación de residuos durante el servicio y hacer una correcta gestión de los mismos, utilizando las respectivas clasificaciones de residuos.
- ✓ Evitar el desperdicio innecesario de agua
- ✓ Reducir, reciclar y reutilizar.

5.3. Impacto social

Igualdad de género

La igualdad de género se refiere a la igualdad de derechos, responsabilidades y oportunidades de las mujeres y los hombres que se pueda tener a lo largo de la vida de la empresa. Farmacias Económicas priorizará la participación igualitaria de hombres y mujeres.

Generar empleo

Farmacias Económicas generará empleos a las personas del sector, tanto a profesionales y no profesionales de acuerdo a los perfiles para los cargos solicitados, capacitándolos y formando un personal con amplio conocimiento.

Atracción de empleados

Farmacias Económicas mantendrá una política que incluya una gestión empresarial que sea eficiente y responsable de manera que los empleados y trabajadores se sientan motivados y seguros del lugar de trabajo y empiecen a rendir al máximo en sus actividades encomendadas a cada uno.

6. PROCESO FINANCIERO

6.1. Introducción

En el siguiente capítulo se puntualiza el análisis financiero de la farmacia y para esto fueron utilizadas las siguientes herramientas, con el fin de analizar la viabilidad económica financiera de la franquicia de Farmacias Económicas a ser implantada en la Isla San Cristóbal, Galápagos.

6.2. Activos Fijos

El activo fijo se refiere al bien que posee una empresa o negocio, sea tangible o intangible. Una de sus características es que no pueden convertirse en liquidez a corto plazo. Los activos fijos son necesarios para el funcionamiento de una empresa, se toman en cuenta los edificios, vehículos, quipos industriales y de seguridad, equipos de computación y muebles (Kueski, 2020), de los cuales se obtiene una sumatoria total de activos fijos para la empresa de: \$15.789,30. (Ver tabla 26).

Tabla 26. Activos Fijos.

ACTIVOS FIJOS	
Muebles y enseres	\$10.857,00
Equipos y Maquinarias	\$1.628,75
Equipos y paquetes informáticos	\$3.222,29
Equipos Ind./ seguridad	\$81,26
Total	\$15.789,30

Zavala, E. (2022). Activos Fijos. San Cristóbal.

6.3. Activos diferidos

Concierno a todos los gastos, inversiones para poner en marcha o para la creación de la empresa si fuese este el caso. Los activos diferidos comprenden el costo de la franquicia de Farmacias Económicas que es de \$10.000, el permiso de funcionamiento del ARCSA que es de \$61,20; la patente municipal que tiene un valor de \$33,60 y el permiso de los Bomberos por un valor de \$21,00 lo que nos da un total de activos diferidos de \$10.115,80. (Ver tabla 27).

Tabla 27. Activos diferidos

ACTIVOS DIFERIDOS	
Costo de la Franquicia	\$10.000,00
Permisos funcionamiento ARCSA	\$61,20
Patentes municipales	\$33,60
Bomberos	\$21,00
Total	\$10.115,80

Zavala, E. (2022). Activos Diferidos. San Cristóbal.

6.4. Capital de trabajo

El capital de trabajo es la cantidad necesaria de recursos para que una empresa o institución financiera pueda realizar sus operaciones con normalidad. El capital de trabajo es el dinero con que se cuenta para hacer funcionar el negocio en el día a día, lo que implica el dinero suficiente para compra de mercancías, pago de salarios, de servicios públicos, arrendamientos, entre otros (Peñaloza, 2008).

En lo que concierne a Farmacias Económicas, mensualmente se tendrá un valor por sueldos y salarios de \$3.318,57; servicios básicos (agua, luz, teléfono, internet) el valor de \$120,00; material de oficina de \$28,95; material de limpieza \$37,19; alquiler del local \$500,00; los gastos de publicidad de \$39,50; costo por compra de mercadería de \$3.333,33; y de gastos financieros por préstamo \$571,10. Dando un total de gasto mensual de \$ 7.948,64. Este valor fue multiplicado por 12

meses que se estipula el capital de trabajo dando un total de \$ 95.383,67 (Ver tabla 28).

Tabla 28. Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	12 meses
Sueldos	39.822,79
Servicios Básicos	1.440,00
Material Oficina	347,40
Material Limpieza	446,28
Alquiler Local	6.000,00
Publicidad	474,00
Compra de Mercadería	40.000,00
Gastos Financieros	6.853,20
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	95.383,67

Zavala, E. (2022). Capital de trabajo. San Cristóbal.

La inversión total son todos los gastos que se efectúan, teniendo en cuenta activos fijos, diferidos y capital de trabajo para 12 meses de la empresa es de \$121.288,77. (Ver tabla 29).

Tabla 29. Detalles de inversión

TOTAL DE INVERSIÓN	
Activo Fijo	15.789,30
Activo Diferido	10.115,80
Capital De Trabajo /12 meses	95.383,67
Total De Inversión	121.288,77

Zavala, E. (2022). Capital de trabajo. San Cristóbal.

6.5. Sueldos

A continuación, se detalla el cuadro de sueldos con todos los beneficios legales, incluido el aporte al IESS, con valores mensuales y anuales (*Ver tabla 30*).

Tabla 30. Sueldos

CARGOS	Nro.	Sueldo	Décimo	Décimo	Aporte IESS	Aporte IESS	Costo Mensual USD	Costo Anual USD
		Total	Tercero	Cuarto	Patronal (12,15%)	Personal (9,45%)		
GERENTE GENERAL	1	\$1.200,00	\$100,00	\$63,86	\$145,80	\$113,40	\$1.396,26	\$16.755,07
GUARDALMACÉN	1	\$850,00	\$70,83	\$63,86	\$103,28	\$80,33	\$1.007,64	\$12.091,67
ASESORA DE VENTAS	1	\$766,27	\$63,85	\$63,86	\$93,10	\$72,41	\$914,67	\$10.976,05
TOTAL	3	\$2.816,27	\$234,69	\$191,57	\$342,18	\$266,14	\$3.318,57	\$39.822,79

Zavala, E. (2022). Sueldos. San Cristóbal.

El total de sueldo a pagar incluido todos los beneficios legales es de \$39.822,79 anual.

6.7. Depreciación activos fijos

La depreciación es la disminución del valor del activo fijo que se produce por su uso y desgaste, lo cual disminuye su valor económico. La depreciación de los activos fijos se realizará de acuerdo a la naturaleza de los bienes, a la duración de su vida útil y la técnica contable. Para que este gasto sea deducible, no podrá superar los siguientes porcentajes: (Castro, 2011)

- Instalaciones, maquinarias, equipos y muebles 10% anual.
- Vehículos, equipos de transporte y equipo caminero móvil 5% anual.
- Equipos de cómputo y software 33,33% anual

En esta tabla 31, se verá la cuantificación económica del desgaste por el paso del tiempo de los bienes. Los activos fijos para Farmacias Económicas son los siguientes: maquinarias y equipos industriales / seguridad 10%, equipos de computación con un 33.33 % y muebles y enseres con el 10 % dando así un total de \$2.330,69.

Tabla 31. Depreciación de activos fijos

DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS			
		% DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN
Maq. Y Equipos Ind./ seguridad	1.710,01	10%	171,00
Equipos de Computación	3.222,29	33,33%	1.073,98
Muebles y Enseres	10.857	10%	1.085,70
TOTAL DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS			2.330,69

Zavala, E. (2022). Depreciación de activos fijos. *San Cristóbal*.

6.8 Amortizaciones

Este es el valor que recupera la empresa por constitución de la misma. La Amortización del establecimiento es de un 20% que a su vez equivale a \$2.023,16, ya que el monto por constitución equivale a \$10.115,8 (*Ver tabla 32*).

Tabla 32. Porcentaje Amortización

AMORTIZACIONES			
PORCENTAJE AMORTIZACIÓN			
Gastos de Constitución	10.115,80	20%	2.023,16

Zavala, E. (2022). Porcentaje de amortización. *San Cristóbal*.

6.9. Tabla de amortización

A continuación, se presenta la tabla de amortización con estilo francés, que incluye el valor de \$48.951,45 que se pedirá a una entidad bancaria, calculando el pago en 5 años, con una tasa de interés del 14%. (Ver tabla 33).

Tabla 33. Amortización

PERIODO	DIVIDENDO	PAGO INTERÉS	PAGO CAPITAL	SALDO
0	-	-	-	48.951,45
1	14.258,75	6.853,20	7.405,55	41.545,90
2	14.258,75	5.816,43	8.442,33	33.103,58
3	14.258,75	4.634,50	9.624,25	23.479,32
4	14.258,75	3.287,11	10.971,65	12.507,68
5	14.258,75	1.751,07	12.507,68	-

Zavala, E. (2022). Amortización. San Cristóbal.

La tabla indica el manejo de pago de la suma de 48.951,45; Llegando al año 5, el pago de interés de \$1.751,07 y a su vez el pago capital de \$12.507,68, para que al final del periodo establecido nos dé un saldo de cero dólares.

6.10. Estructura capital

Una organización puede financiarse con recursos propios (capital) o con recursos pedidos en préstamo (pasivos). La proporción entre una y otra cantidad es lo que se conoce como estructura de capital, esta es la mezcla específica de deuda a largo plazo y de capital que la empresa utiliza para financiar sus operaciones. (Esparza, s.f.).

La estructuración de capital para el presente proyecto se encuentra formado de la siguiente manera: Capital Propio con la suma de \$72.337,32 que equivale a una

estructura del 60%; costo 13% con una tasa de descuento de 7,8 %; por consiguiente el Capital Financiero es de \$48.951,45 con una estructura del 40% , el costo es del 14 % que otorga el 5,7% de tasa de descuento; con un total de inversión de \$121.288,77 que en la suma total nos da una estructura del 100% y TMAR (tasa mínima de rendimiento) que es la suma de las tasas de descuento con un total de 13,3% valor indicador de la factibilidad de la empresa (*Ver tabla 34*).

Tabla 34. Estructura de capital.

ESTRUCTURA DE CAPITAL					
		Estructura	Costo	TD	
Capital Propio	72.337,32	60%	13%	7,8%	
Capital Financiero	48.951,45	40%	14%	5,7%	
TOTAL INVERSIÓN	121.288,77	100%		13,4%	TMAR

Zavala, E. (2022). Estructura de Capital. San Cristóbal.

6.11. Punto de equilibrio

En la siguiente tabla No.35, se aprecian los costos fijos que va a tener la empresa y son aquellos costos que la empresa debe pagar independientemente de su nivel de operación, es decir, produzca o no produzca debe pagarlos (Peñaloza, 2008). El valor se calculó con los valores para compra de mercadería, arriendo, sueldos y servicios básicos divididos para los 12 meses, el valor total mensual es de \$7.271,59 (*Ver tabla 35*).

Tabla 35. Costos fijos

COSTOS FIJOS	
Compra de Mercadería	3.333,00
Arriendo	500,00
Sueldos	3.318,59
Ser. Básicos	120,00
TOTAL	7.271,59

Zavala, E. (2022). Costos Fijos. San Cristóbal.

El margen de contribución es el resultado de restar los costes variables al precio de venta, es decir son los beneficios de una compañía sin considerar los costos fijos. Para Farmacias Económicas se tomó en cuenta el costo de una receta médica para diabéticos, que sería uno de las ventas principales en la farmacia. Entonces el valor o precio de esta receta sería de \$184,05, mientras que el costo sería de \$102,25 por lo que el margen de contribución será de \$81,80 (Ver tabla 36).

Tabla 36. Margen de contribución

MARGEN DE CONTRIBUCIÓN		
Precio	\$184,05	
Costo	\$102,25	
Ganancia	\$81,80	MARGEN DE CONTRIBUCIÓN

Zavala, E. (2022). Margen Contribución. San Cristóbal.

El punto de equilibrio es uno de los elementos centrales en cualquier tipo de negocio pues nos permite determinar el nivel de ventas necesario para cubrir los costes totales, es decir es la cantidad de producto o servicio que se debe vender para recuperar el dinero que se invirtió al iniciar el negocio, sin recibir ganancias. Una vez que la empresa alcanza el equilibrio entre los costos totales y los ingresos totales, tendrá posibilidades de ser rentable y empezará a producir ganancias (Moreno, 2021).

En la tabla 37, se puede observar que se deberá realizar 89 ventas mensuales, es decir 3 ventas diarias de la receta referenciada para que el negocio tenga su punto de equilibrio y no se gane ni se pierda y en la tabla 40 se puede observar que las ventas proyectadas para que exista una ganancia será de 125 ventas.

Tabla 37. Punto de equilibrio

	NÚMERO	VALOR	TOTAL
VENTA	89	4.832,85	16.361,08
COSTO	89	3.333,00	9.089,49
GASTO			7.271,59
PUNTO DE EQUILIBRIO			0

Zavala, E. (2022). Punto de Equilibrio. San Cristóbal.

Tabla 38. Ventas /costos

VENTAS PROYECTADAS			
NÚMERO	VALOR	VALOR	
125	23.006,25	276.075,00	VENTAS
125	12.781,25	153.375,00	COSTO

Zavala, E. (2022). Ventas Proyectadas. San Cristóbal.

6.12 Costo de ventas

El costo de venta se basa en un periodo de cinco años en el mismo que se tendrá las ventas proyectadas para conocer los valores del primer año. La tabla Nro. 39 es contemplada a 5 años con un crecimiento país del 1% aproximadamente, las ventas contempladas en el primer año rendirán una utilidad neta de \$40.138,58 mientras que para el año 5 se espera una utilidad neta de \$49.346,30.

Tabla 39. Costo de ventas.

COSTO DE VENTAS					
	1	2	3	4	5
Ventas	276.075,00	284.384,86	292.944,84	301.762,48	310.845,53
Costo De Ventas	153.375,00	157.991,59	162.747,13	167.645,82	172.691,96
Utilidad Bruta En Ventas	122.700,00	126.393,27	130.197,71	134.116,66	138.153,57
Gastos Administrativos	39.822,79	41.021,46	42.256,20	43.528,12	44.838,31
Servicios Básicos	1.440,00	1.483,34	1.527,99	1.573,99	1.621,36
Material Oficina	347,40	357,86	368,63	379,72	391,15
Material De Limpieza	446,28	459,71	473,55	487,80	502,49
Alquiler De Local	6.000,00	6.180,60	6.366,64	6.558,27	6.755,68
Publicidad	474,00	488,27	502,96	518,10	533,70
Depreciaciones	2.330,69	2.330,69	2.330,69	2.330,69	2.330,69
Amortizaciones	2.023,16	2.023,16	2.023,16	2.023,16	2.023,16
Utilidad Operativa	69.815,68	72.048,18	74.347,88	76.716,80	79.157,03
Gastos Financieros	6.853,20	5.816,43	4.634,50	3.287,11	1.751,07
Utilidad Antes De Impuestos	62.962,48	66.231,75	69.713,38	73.429,70	77.405,96
Base Impositiva	22.823,90	24.009,01	25.271,10	26.618,27	28.059,66
UTILIDAD NETA	40.138,58	42.222,74	44.442,28	46.811,43	49.346,30

Zavala, E. (2022).Costo de Ventas. San Cristóbal.

6.13. Flujo de caja

El flujo de caja se refiere a la información sobre los recursos que genera una empresa, tanto los flujos de entrada como de salida, en un periodo de tiempo específico, brinda la información sobre los ingresos y gastos, permitiendo determinar la solvencia y liquidez que posee la empresa (Esparza, s.f.) Para el primer año se tendrá un flujo neto de caja de \$37.086,88, mientras que para el 5 año esta aumentará a \$41.192,47 ya que en este año se recupera el capital de trabajo (Ver tabla 40).

Tabla 40. Flujo de caja

FLUJO DE CAJA						
	0	1	2	3	4	5
UTILIDAD OPERATIVA		69.815,68	72.048,18	74.347,88	76.716,80	79.157,03
DEPRECIACIÓN		2.330,69	2.330,69	2.330,69	2.330,69	2.330,69
AMORTIZACIÓN		2.023,16	2.023,16	2.023,16	2.023,16	2.023,16
- BASE IMPOSITIVA		22.823,90	24.009,01	25.271,10	26.618,27	28.059,66
- GASTOS FINANCIEROS		6.853,20	5.816,43	4.634,50	3.287,11	1.751,07
- PAGO CAPITAL		7.405,55	8.442,33	9.624,25	10.971,65	12.507,68
+ VALOR DE SALVAMENTO						-
+ CAPITAL DE TRABAJO						-
- REPOSICIÓN DE ACTIVOS				-		
= FLUJO NETO DE CAJA	-121.288,77	37.086,88	38.134,27	39.171,88	40.193,64	41.192,47

Zavala, E. (2022). Flujo de Caja. San Cristóbal.

6.14. Calculo del TIR y el VAN

Ya en la última parte del análisis financiero, se tiene el último paso que es el del cálculo del VAN y el TIR que consiste en:

6.14.1. VAN (Valor Actual Neto)

El VAN es un indicador financiero que sirve para determinar la viabilidad de un proyecto. El VAN o VPN es calculado a partir del flujo de caja anual, trasladando todas las cantidades futuras al presente. Es un VAN traer el valor presente de todas las proyecciones obtenidas en el flujo de caja menos la inversión; el VAN es bueno cuando es mayor a cero; por consiguiente, el VAN en la empresa es de \$15.894,26; por lo tanto, el negocio es factible.

6.14.2. TIR (Tasa Interna de Retorno)

La Tasa Interna de Retorno (TIR), es el porcentaje de beneficio o pérdida que conllevará cualquier inversión y está definida como la tasa de interés con la cual el valor actual neto o valor presente neto (VAN) es igual a cero. Se utiliza para

decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión. (Software DELSOL, s.f.)

TIR valor porcentual del flujo de caja (debe ser mayor al TMAR), en este caso el TIR de la empresa posee un valor de 18,04 % que en resumen brinda utilidad y rentabilidad a Farmacias Económicas, teniendo una diferencia del 4,53% con el TMAR (*Ver tabla 41*).

Tabla 41. VAN/ TIR

CÁLCULO DEL VAN Y EL TIR	
VAN	15.894,26
TIR	18,04%
TMAR	13,40%

Zavala, E. (2022).VAN y TIR. San Cristóbal.

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1. Conclusiones

El mercado farmacéutico, además de su impacto directo en la salud, tiene enorme importancia económica y financiera, lo imprescindible de su presencia muchas veces se vuelve determinante para la salud del ser humano, para ello la variedad de productos y su disponibilidad se vuelven prácticamente un plus de servicios en este tipo de negocios, y más aún si las situaciones geográficas como las de las Islas Galápagos nos impiden tener otra solución emergente.

Farmacias Económicas con su amplia experiencia en el mercado nacional, con una línea gráfica y marca de fácil reconocimiento y con un equipo de trabajo profesional, capacitado permanentemente, puede cubrir necesidades en el campo farmacéutico, cuidado personal, cosméticos, vitamínicos, artículos para bebés, entre otros.

El diagnóstico situacional elaborado en el Cantón San Cristóbal, permitió caracterizar a la zona donde estará situada Farmacias Económicas y del área de influencia del proyecto propuesto. Se analizaron aspectos como: lo social, preferencias, necesidades, geografía, demografía, y sobre todo conocer el aspecto económico de la población y dentro de ello su capacidad económica de consumo, toda esta información fue la base fundamental para la consecución y avance de la planificación de nuestro estudio. Se logró determinar que en el Cantón están ávidos por contar con un servicio y tipo de negocios como Farmacias Económicas, que les brinde variedad, respaldo, asesoría, garantía y que además servicios que proponga sentido de preferencia hacia los clientes mediante una tarjeta de descuentos.

Considerando que Farmacias Económicas desarrollará sus actividades comerciales en las Islas Galápagos, y siendo un parque nacional, el impacto ambiental que provocaría debido a su actividad será mínimo, resaltando el espíritu conservacionista y colaborativo para con organizaciones ambientalistas, sus estrategias de mitigación de este impacto la convierten en una franquicia amigable con el ambiente.

En el estudio financiero y económico se pudo establecer que el proyecto es factible, concuerda con lo esperado. Se tiene una tasa interna de retorno del 18,04% y un valor actual neto positivo de \$ 15.894,26 y una tasa de rendimiento mínimo del 13.40 lo que garantiza la ejecución del proyecto para la implementación de la franquicia de Farmacias Económicas en la Isla San Cristóbal, Provincia de Galápagos.

7.2. Recomendaciones

- Comercializar productos de calidad y con garantía de fabricación, con una visión de responsabilidad social, de respetando al consumidor, al medio ambiente, y a las costumbres de la comunidad local, sin dejar de lado al público consumidor transeúnte, los turistas nacionales y extranjeros.
- Brindar un servicio de calidad es un compromiso permanente para satisfacer las expectativas del cliente. Por lo tanto, es imperativo que se establezca una planificación para un estudio de mercado constante y tener de primera mano las nuevas necesidades o expectativas del cliente.
- La evaluación constante de los indicadores financieros y operativos del proyecto en operatividad, con la finalidad de corregir y planificar nuevas estrategias que permitan el cumplimiento de los objetivos planteados y a su vez sean contemporáneos a las nuevas exigencias del mercado.

7.3 Bibliografía

Castro, I. (2011). *Depreciación de Activos Fijos*. Recuperado el 24 de Agosto de 2021, de <https://todoconta.com/depreciacion-activos-fijos/>

Esparza, J. (s.f.). *Estructura de capital*. Recuperado el 25 de Agosto de 2021, de <http://web.uqroo.mx/archivos/jlesparza/acpef140/3.3a%20Estructura%20capital.pdf>

Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón San Cristóbal. (2004). *Ordenanza que establece la tasa para permisos anuales de funcionamiento de los establecimientos no turísticos*. San Cristóbal: Concejo Municipal.

Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón San Cristóbal. (2016). *Ordenanza Sustitutiva para la Determinación, Administración, Control y Recaudación del impuesto de Patente Anual Municipal de toda actividad económica en el cantón San Cristóbal*. San Cristóbal: Concejo Municipal.

Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social. (2022). *IESS*. Obtenido de www.iess.gob.ec

Kueski, S. (2020). *Qué es un activo fijo: definición*. Recuperado el 23 de Agosto de 2021, de <https://kueski.com/blog/finanzas-personales/emprender/que-es-un-activo-fijo/>

Moreno, M. (2021). *El Punto de Equilibrio del negocio y su importancia estratégica*. Recuperado el 25 de Agosto de 2021, de <https://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-economia/el-punto-de-equilibrio-y-su-importancia-estrategica>

Peñaloza, M. (2008). *Administración del capital de trabajo*. Recuperado el 23 de Agosto de 2021, de <https://www.redalyc.org/pdf/4259/425942157009.pdf>

SERVICIO NACIONAL DE RENTAS INTERNAS. (2022). *SRI*. Obtenido de www.sri.gob.ec

Software DELSOL. (s.f.). *Tasa interna de retorno (TIR)*. Recuperado el 25 de Agosto de 2021, de <https://www.sdelisol.com/glosario/tasa-interna-de-retorno-tir/>

9. ANEXOS

9.1 Anexo 01 Preguntas de la encuesta

PROYECTO DE TITULACIÓN UNIVERSITARIO ESTUDIO DE MERCADO SOBRE CADENAS FARMACEUTICAS

La presente encuesta un proyecto para la titulación Universitaria, y a su vez es parte de un estudio de mercado, y tiene como objetivo determinar la preferencia de establecimientos, aceptación y consumo de productos farmacéuticos. En este contexto, le solicitamos encarecidamente el responder con honestidad las siguientes preguntas:

***Obligatorio**

1. ¿Cuál es su edad? *

Marca solo un óvalo.

Entre 15 y 18 años
 Entre 19 y 29 años
 Entre 30 y 44 años
 Entre 45 y 64 años
 65 años o más

2. ¿En qué Barrio o sector vive? *

Marca solo un óvalo.

Barrio Peñas Altas
 Barrio Central
 Barrio Frio
 Barrio Algarrobos
 Barrio Los Cactus
 Barrio San Francisco
 Barrio Estación Terrena
 Barrio Manzanillo
 Barrio Palmeras
 Barrio Playa de Oro
 Barrio Divino Niño
 Otro Barrio / Sector Urbano
 Pároq. El Progreso y sector Rural
 No vive aquí.

3. ¿Con que frecuencia acudes a una Farmacia? *

Marca solo un óvalo.

Poco frecuente (1 – 2 veces x mes)
 Frecuente (3 – 4 veces x mes)
 Muy frecuente (+ 5 veces x mes)
 Nunca

4. ¿Cuánto consume usted mensualmente en una farmacia? *

Marca solo un óvalo.

0 – 5 dólares
 6 – 11 dólares
 12 – 17 dólares
 18 – 23 dólares
 24 – 29 dólares
 Más de 30 dólares

5. ¿Qué factores hacen que una farmacia sea de su preferencia? (Seleccione máximo 2) *

Selecciona todos los que correspondan.

LOS PRECIOS
 LA ATENCIÓN AL CLIENTE
 LA UBICACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO
 LA VARIEDAD DE PRODUCTOS

6. ¿Porque tipos de productos usted acude a una farmacia? (Seleccione máximo 3) *

Selecciona todos los que correspondan.

Medicinas
 Productos preventivos (Vitaminas y suplementos Alimenticios)
 Productos de cuidado y aseo personal
 Productos para bebés
 Productos cosméticos

7. ¿Que farmacia suele usted visitar regularmente? *

Marca solo un óvalo.

Farmacia Sana Sana
 Farmacia San Cristóbal
 Farmacia Cruz Azul (4 esquinas)
 Farmacia Cruz Azul (Mercado)
 Farmacia Su Farmacia

8. De su elección anterior, ¿porque eligió esa farmacia? *

Marca solo un óvalo.

Por la atención
 Por el prestigio
 Por el precio
 Por las promociones

9. ¿Te gustaría tener descuentos especiales en tus compras en farmacia mediante una tarjeta de afiliación? *

Marca solo un óvalo.

SI
 NO

10. ¿Te gustaría tener una nueva opción en Franquicias de Farmacia? *

Marca solo un óvalo.

SI
 NO

MUCHAS GRACIAS

9.2 Anexo 02 Equipos y paquetes informáticos



XTRATECH INTEL C15 10MA/2.9GHZ/8GB/480GB-SSD/DVD/TMP/UBUNTU
Xtratech
\$699.99
Disponibilidad: En stock SKU: R3085D0A

Seleccione su forma de pago:

[Ver Precio Tarjeta Bancaria](#) [Ver Precio con Crédito](#)

— 1 + [Añadir Al Carrito](#)

[Comprar ahora](#) [Compra por WhatsApp](#)



IMPRESORA EPSON MATRICIAL TMU220-806 USB/CON FUENTE/NEGRA/SIN CORTADOR AUTO/ERC38B (2A)
Epson
\$289.99
Disponibilidad: En stock SKU: TMU220D

Seleccione su forma de pago:

[Ver Precio Tarjeta Bancaria](#) [Ver Precio con Crédito](#)

— 1 + [Añadir Al Carrito](#)

[Comprar ahora](#) [Compra por Whatsapp](#)
[Agregar a Wishlist](#)

Impresoras / Impresoras de Inyeccion / IMPRESORA MULTIFUNCIONAL EPSON TINTA CONTINUA L4260 WIFI DUPLEX



IMPRESORA MULTIFUNCIONAL EPSON TINTA CONTINUA L4260 WIFI DUPLEX
Epson
\$399.99
Disponibilidad: En stock SKU: L4260

Seleccione su forma de pago:

[Ver Precio Tarjeta Bancaria](#) [Ver Precio con Crédito](#)

— 1 + [Añadir Al Carrito](#)

[Comprar ahora](#) [Compra por WhatsApp](#)

CAJON DE DINERO ZKTECO NEGRO INTERFAZ RJ11



Varias Marcas
\$73.68
Disponibilidad: En stock SKU: ZKC0508

Seleccione su forma de pago:

[Ver Precio Tarjeta Bancaria](#) [Ver Precio con Crédito](#)

— 1 + [Añadir Al Carrito](#)

[Comprar ahora](#) [Compra por WhatsApp](#)

LECTOR DE CODIGO DE BARRAS UNITECH M5836 1D INTERFACE USB CABLE Y STAND



Varias Marcas
\$59.99
Disponibilidad: En stock SKU: U58-MS36

Seleccione su forma de pago:

[Ver Precio Tarjeta Bancaria](#) [Ver Precio con Crédito](#)

— 1 + [Añadir Al Carrito](#)

[Comprar ahora](#)

9.3 Anexo 03 Maquinarias y Equipos



VITRINA INDURAMA 380 LITROS

Modelo: VFV-520

- Ruedas de alta resistencia
- Mayor capacidad de almacenamiento y exhibición
- Niveladores

Marca: Indurama

Compra en Línea **\$1,149.76**

Precio normal \$2,448.30

*Precios Incluyen IVA.
*Precios pueden variar sin previo aviso.

Disponibilidad: En stock

Cantidad

¡Hola! ¿En qué puedo ayudarte?

Televisores Muebles Línea blanca Nuestras marcas Ofertas Paga tu cuota aquí SOLICITA TU CRÉDITO DIF



AGREGAR AL CARRITO

~~\$229.00~~
\$199.00
(incluido IVA)

Indurama Dispensador / DAI003 / Cromo con Negro

SKU: 109502

Se el primero en comentar este producto **Compartir**

Salud y Equipamiento Médico > Equipamiento Médico > Otros Compartir | Vender uno



Nuevo | 11 vendidos

Balanza Para Adulto Con Tallmetro Dijital

U\$S 279⁹⁹

[Ver los medios de pago](#)

Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Quito
[Ver costos de envío](#)

Cantidad: **1 unidad** (7 disponibles)

Comprar ahora

9.4 Anexo 04 Mobiliario



Nuevo

Silla Tipo Secretaria Espera Paris 0060

U\$S 65

[Ver los medios de pago](#)

Entrega a acordar con el vendedor
Loja, Loja
[Ver costos de envío](#)

Cantidad: **1 unidad** (1000 disponibles)

[Comprar ahora](#)



Nuevo | 106 vendidos

Silla De Espera Secretaria Oficina Escritorio Muha

U\$S 45

[Ver los medios de pago](#)

Entrega a acordar con el vendedor
Iñaquito, Quito
[Ver costos de envío](#)

Cantidad: **1 unidad** (436 disponibles)

[Comprar ahora](#)

[Volver al listado](#) | [Hogar y Muebles](#) > [Hogar, Muebles y Jardín](#) > [Muebles para el Hogar](#) > [Escritorios](#) [Compartir](#) | [Vender](#)



Nuevo | 150 vendidos

Escritorio O Mesa Moderna En L Para Hogar U Oficina, Fenix

U\$S 100

[Ver los medios de pago](#)

Entrega a acordar con el vendedor
Calderon (Carapungo), Quito
[Ver costos de envío](#)

Color: **Bianco**

Cantidad: **1 unidad** (49 disponibles)

[Comprar ahora](#)



Nuevo | 6 vendidos

Estanterias Metalicas Reforzadas (Somos Fabricantes)

U\$S 62

[Ver los medios de pago](#)

Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Quito
[Ver costos de envío](#)

Color: **Bianco**

Cantidad: **1 unidad** (44 disponibles)

[Comprar ahora](#)

6 meses de garantía de fábrica.

9.5 Anexo 05 Equipos Industriales de Seguridad

Almacenes y Oficinas > Herramientas Industriales > Otros Compartir | Vender uno igual



Nuevo | 19 vendidos

Extintor Co2 Recargable 10libras ♥

U\$S 45²⁶

[Ver los medios de pago](#)

📦 Entrega a acordar con el vendedor
Cumbaya, Quito
[Ver costos de envío](#)

Cantidad: **1 unidad** ▾ (81 disponibles)

[Comprar ahora](#)

Decoración y Muebles > Hogar, Muebles y Jardín > Seguridad para el Hogar > Otros Compartir | Vender uno igual



Nuevo | 53 vendidos

Detector De Humo Sensor Hagroy 4 Hilos Contra Incendios ♥

U\$S 12

[Ver los medios de pago](#)

📦 Entrega a acordar con el vendedor
Guayaquil, Guayaquil
[Ver costos de envío](#)

Cantidad: **1 unidad** ▾ (147 disponibles)

[Comprar ahora](#)