

**CENTRO UNIVERSITARIO TECNOLÓGICO
CEUTEC**

FACULTAD DE PREGRADO

PROYECTO DE GRADUACIÓN

**“ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA EL DESARROLLO DE UNA
DISTRIBUIDORA DE MEDICAMENTOS EN LA ENTRADA, COPÁN”**

SUSTENTADO POR:

GABRIELA ALEJANDRA MORATAYA – 6161122

JOSE MARTIN GARCIA ELVIR – 61641477

RAFAEL FERNANDO REYES CANACA - 20941222

**PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE LICENCIATURA EN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

SAN PEDRO SULA, CORTÉS, HONDURAS, C.A.

ENERO, 2021

CENTRO UNIVERSITARIO TECNOLÓGICO

CEUTEC

LICENCIATURA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

RECTOR

MARLON ANTONIO BREVÉ REYES

SECRETARIO GENERAL

ROGER MARTÍNEZ MIRALDA

VICERRECTORA ACADÉMICA CEUTEC

DINA ELIZABETH VENTURA DÍAZ

DIRECTORA ACADÉMICA CEUTEC

IRIS GABRIELA GONZALES ORTEGA

SAN PEDRO SULA, CORTÉS, HONDURAS, C.A.

ENERO, 2021

**“ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA EL DESARROLLO DE UNA
DISTRIBUIDORA DE MEDICAMENTOS EN LA ENTRADA COPAN”**

TRABAJO PRESENTADO EN EL CUMPLIMIENTO DE LOS

REQUISITOS EXIGIDOS PARA OPTAR AL TÍTULO DE:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ASESOR:

EDWIN AMAYA

TERNA EXAMINADORA:

NOMBRES COMPLETOS DE TODOS LOS MIEMBROS DE TERNA

GIULIANA BONILLA

JESSICA ANDARA

LAURA LARA

SAN PEDRO SULA, CORTÉS, HONDURAS, C.A.

ENERO, 2021

DEDICATORIA

A Dios, por darme la sabiduría necesaria a lo largo de todo este tiempo para culminar este proyecto con el mayor de los éxitos y satisfacción personal.

A mi familia, por ser el pilar más importante, ya que me inspiraron para poder cumplir este sueño y meta profesional.

A mis amigos, compañeros de trabajo, universidad y de este proyecto, por el apoyo recibido en este proceso académico.

JOSÉ MARTÍN GARCÍA ELVIR

A Dios, por darme la fuerza, vida y medios para poder continuar con mis estudios a pesar de las circunstancias.

A mis padres, por el apoyo incondicional que han brindado a lo largo de mi vida, al forjar valores en mi persona, y de esa manera volverme un hombre íntegro y de metas.

A mis amigos y compañeros de trabajo, que me brindaron su apoyo a lo largo de mi vida estudiantil para así poder culminarla y llevar a cabo mis metas.

RAFAEL FERNANDO REYES CANACA

Llena de regocijo y de amor dedico este proyecto a cada uno de mis seres queridos quienes han sido pilares fundamentales en este proceso, como a mis padres que me han apoyado desde el primer día de universidad, a mis compañeros de clase que me ayudaron a crear vínculos de amistad que han perdurado en todo este proceso, dedico también a mis abuelos que siempre me han apoyado con sus palabras de aliento.

GABRIELA ALEJANDRA MORATAYA

AGRADECIMIENTO

Nuevamente doy gracias a Dios primeramente por darme la fuerza, la sabiduría y los deseos de superarme y alcanzar mis metas

Dar gracias a mi familia, a mi padre Martín García, a mi madre Delmy Elvir, y mis hermanos Juan García y Ivis García por apoyarme y ayudarme en mis momentos difíciles, y brindarme los instrumentos necesarios para poder finalizar mis estudios, sin el apoyo de ellos no podría llegar a mi meta.

Por último, a mis amigos y compañeros (Nelly, Eleazar, Jasón, Rafael Reyes, Rafael Zambrano, Daniel, Julio, Fabricio, Balbina, Helen López) que siempre estuvieron apoyándome y dándome aliento para seguir adelante.

JOSÉ MARTÍN GARCÍA ELVIR

A Dios por permitirme tener vida y fuerzas para lograr esta meta, por haberme cuidado en medio de los desastres naturales y de salud que han sido caracterizados en este último de año.

A mi mejor, Luis Fernando Banegas, quien me inspiró y motivó desde el principio de mi carrera para seguir adelante a pesar de las dificultades que se presentaran.

A mi grupo de amigos, Jayson, José Martín, Nelly, Eleazar por ser un apoyo incondicional en mis últimos años de estudio.

Finalmente, a mis padres y familiares, quienes estuvieron ahí para verme lograr mis sueños y siempre brindaron el apoyo y cariño en todo momento.

RAFAEL FERNANDO REYES CANACA

En primeras instancias agradezco infinitamente a Dios por brindarme la sabiduría necesaria, a mi familia por el apoyo en cada momento vivido en el transcurso de este recorrido, a mis amigos por sus palabras de motivación y a la universidad juntos con sus catedráticos por

todo el conocimiento adquirido, no ha sido sencillo el proceso, pero nunca me dejó sola Dios y estoy a un paso de culminar esta etapa cumpliendo una meta más en mi vida.

Es para mí una gran satisfacción poder dedicarles a ellos que con mucho esfuerzo, esmero y trabajo me lo he ganado.

GABRIELA ALEJANDRA MORATAYA

RESUMEN EJECUTIVO

El estudio presente se ha elaborado con fines académicos, con solicitud final previa opción al título de “licenciados en administración de empresas.” Denominado al proyecto de graduación, el cual se elaboró en un período de tiempo de diez semanas, mismo que tiene como fin integrar todos los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera de administración de empresas para optar al título de pregrado establecido por la universidad.

El objetivo del proyecto es la realización de un estudio de pre-factibilidad que tiene como fin conocer la posibilidad y rentabilidad de crear una distribuidora de medicamentos ubicada en la ciudad de La Entrada, Copán. Este proyecto fue inspirado por la situación actual que desde el año 2020 ha afectado a la sociedad a nivel global, como ser la pandemia a causa del COVID-19; esto debido a que se ha dejado en evidencia ciertas áreas de mejoras en zonas vulnerables, al no tener la posibilidad de adquirir medicamentos e insumos médicos con la misma facilidad que las ciudades principales del país. De igual manera, se ha observado un serio problema en la regulación de precios en los medicamentos e insumos médicos, especialmente los que pueden ser considerados de primera necesidad por parte de sus distribuidores minoristas más grandes como las farmacias.

Después de conversaciones con profesionales de la salud en el área de La Entrada, Copán, surgió la idea de la creación de la Distribuidora de Medicamentos FARMAMED, de los cuales como modelo de negocio solamente existen dos de ellos en toda la región hasta la fecha, los que son manejados como “bodegas de medicamentos” ya que su modelo de negocio se basa en la venta directa dentro del establecimiento. Debido a ello, las farmacias se han convertido en las principales fuentes de medicamentos en los alrededores, y algunas clínicas privadas y establecimientos médicos que cuentan con sus botiquines médicos los cuales solamente pueden ser utilizados internamente en la comercialización y consumo siguiendo así la ley de venta y distribución de

medicamentos aprobado por el Congreso Nacional y publicado en el Diario Oficial la Gaceta en 1991.

A lo largo del proyecto se ha contado con la dirección y apoyo del director del Centro de Salud de la ciudad de La Entrada, Copán, el Dr. Edvin Rafael Reyes Reyes, quien mostró su interés en conocer los resultados obtenidos a lo largo de la investigación y desarrollo del mismo con el interés de tomar el proyecto y poder ejecutarlo a finales del año 2021 bajo la supervisión y apoyo de algunos de los integrantes del presente grupo de graduación.

A lo largo del proyecto, se realizó un estudio del mercado el cual mostró un interés positivo por parte de los establecimientos médicos y médicos independientes encuestados, mostrando también nuevas regiones en las cuales deben ser tomadas en cuenta al momento de realizar las estrategias de venta y comercialización en el área.

Luego del análisis de los resultados obtenidos por medio de las encuestas aplicadas, se pudo determinar que el proyecto es factible con una TIR del 35.97% según el escenario esperado, con un Índice de Rentabilidad del 1.77.

Palabras claves: Distribuidora de Medicamentos, Bodega de Medicamentos, Estudio de Prefactibilidad, COVID-19, Regulación de precios, Modelo de negocio.

ABSTRACT

The present study has been prepared for academic purposes, with a final application prior to the title of "graduates in business administration." Called the graduation project, which was developed in a period of ten weeks, which aims to integrate all the knowledge acquired throughout the career of business administration to qualify for the undergraduate degree established by the university.

The objective of the project is to carry out a pre-feasibility study that aims to determine the possibility and profitability of creating a drug distributor located in the city of La Entrada, Copán. This project was inspired by the current situation that since 2020 has affected society globally, such as the pandemic caused by COVID-19; This is due to the fact that certain areas of improvement in vulnerable areas have been revealed, since they do not have the possibility of acquiring medicines and medical supplies with the same ease as the main cities of the country. In the same way, a serious problem has been observed in the regulation of prices in medicines and medical supplies, especially those that may be considered essential by their largest retail distributors such as pharmacies.

After conversations with health professionals in the area of La Entrada, Copán, the idea of creating the “Distribuidora de Medicamentos” FARMAMEDI emerged, of which as a business model there are only two of them in the entire region to date, those that are managed as “drug warehouses” since their business model is based on direct sales within the establishment. Due to this, pharmacies have become the main sources of medicines in the surroundings, and some private clinics and medical establishments that have their medical kits which can only be used internally in marketing and consumption, thus following the sales law. and distribution of drugs approved by the National Congress and published in the Official Gazette in 1991.

Throughout the project, we have had the direction and support of the director of the Health Center of the city of La Entrada, Copán, Dr. Edvin Rafael Reyes, who showed his interest in knowing the results obtained throughout the research and development of the same with the

interest of taking the project and being able to execute it at the end of the year 2021 under the supervision and support of some of the members of the present graduation group.

Throughout the project, a market study was carried out which showed a positive interest on the part of the surveyed independent medical and medical establishments, also showing new regions in which, they should be taken into account when carrying out sales strategies and marketing in the area.

After analyzing the results obtained through the applied surveys, it was determined that the project is feasible with an TIR of 35.97% according to the expected scenario, with a Profitability Index of 1.79.

Keywords: Drug Distributor, Drug Warehouse, Pre-feasibility Study, COVID-19, Price regulation, Business model.

Tabla de Contenido

CAPÍTULO I..... 1

1.1 INTRODUCCIÓN 1

CAPÍTULO II PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN..... 3

2.1 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA 3

2.2 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA 4

2.2.1 ENUNCIADO DEL PROBLEMA 4

2.2.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA..... 6

2.3 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN 6

2.4 JUSTIFICACIÓN..... 6

CAPÍTULO III OBJETIVOS DEL PROYECTO 9

3.1 OBJETIVO GENERAL..... 9

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS 9

CAPÍTULO IV MARCO TEÓRICO..... 10

4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL 10

4.1.1 ANÁLISIS DEL MACROENTORNO..... 10

4.1.1.1 FACTOR DEMOGRÁFICO..... 12

4.1.1.2 FACTOR SOCIO-CULTURAL..... 13

4.1.1.3 FACTOR ECONÓMICO..... 14

4.1.1.4 FACTOR TECNOLÓGICO..... 15

4.1.1.5 FACTOR POLÍTICO..... 16

4.2 MARCO LEGAL 16

4.2.1 REGISTRO MERCANTIL 17

4.2.2 REGISTRO TRIBUTARIO NACIONAL (RTN) 17

4.2.3 REQUISITOS GENERALES DEL RTN PARA PERSONAS JURÍDICAS 18

4.2.4 REQUISITOS PARA PERMISO DE OPERACIÓN (ARSA) 19

4.2.5 CÓDIGO DE SALUD EN HONDURAS 20

4.2.3 LEY GENERAL DE MEDICAMENTOS EN HONDURAS 27

4.2.6 DEPARTAMENTOS REGULARIZADORES Y SANCIONES (DIARIO OFICIAL LA GACETA)..... 29

4.3 TEORÍAS DE SUSTENTO 32

4.3.1 TEORÍA DE LAS NECESIDADES DE ABRAHAM MASLOW 32

4.3.2 TEORÍA FORMULISTA 34

4.4 CONCEPTUALIZACIONES	35
CAPÍTULO V. METODOLOGÍA	41
5.1 CONGRUENCIA METODOLÓGICA.....	41
5.1.2 OPERACIÓN DE LAS VARIABLES.....	42
5.1.3 HIPÓTESIS DE INVESTIGACIÓN.....	42
5.2 ENFOQUE Y MÉTODOS	42
5.3 ALCANCE Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	44
5.3 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	45
5.3.1 POBLACIÓN Y MUESTRA.....	45
5.3.1 POBLACIÓN	45
5.3.2 MUESTRA.....	46
<i>5.3.3 Tipo de muestreo</i>	<i>47</i>
<i>5.3.4 Unidad de análisis</i>	<i>47</i>
<i>5.3.5 Unidad de respuesta</i>	<i>47</i>
<i>5.4 Técnicas e instrumentos aplicados</i>	<i>48</i>
<i>5.4.1 Instrumentos</i>	<i>48</i>
<i>5.4.2 Técnicas</i>	<i>48</i>
<i>5.4.2.1 Encuestas</i>	<i>49</i>
<i>5.4.2.2 Entrevistas</i>	<i>49</i>
5.5 FUENTES DE INFORMACIÓN.....	49
5.5.1 FUENTES PRIMARIAS	50
5.5.2 FUENTES SECUNDARIAS.....	50
5.6 LIMITANTES DEL PROYECTO.....	51
5.7 LIMITANTES DE LA INVESTIGACIÓN.....	51
5.8 CRONOLOGÍA DE TRABAJO	52
CAPÍTULO VI RESULTADOS Y ANÁLISIS	53
6.1 DEFINICIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO	53
6.1.1 PROBLEMA	54
6.1.2 SOLUCIÓN	54
6.1.3 PROPUESTA ÚNICA DE VALOR	55
6.1.4 VENTAJA COMPETITIVA	55
6.1.5 SEGMENTO DE CLIENTES	55
6.1.6 ESTRUCTURA DE COSTOS	55
6.2 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	55

6.2.1 VISIÓN.....	56
6.2.2 MISIÓN.....	56
6.3 PROPIEDAD INTELECTUAL.....	56
6.4 ESTUDIO DE MERCADO	57
6.4.1 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA E INDUSTRIA	57
6.4.2 ANÁLISIS DE LAS FUERZAS DE PORTER.....	57
6.4.3 ANÁLISIS DE CONSUMIDOR.....	60
6.4.4 RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS	60
6.4.5 ESTIMACIÓN DE TENDENCIA DE MERCADO.....	70
6.4.6 ANÁLISIS FODA	71
6.4.7 FACTORES CRÍTICOS.....	72
6.4.8 ESTRATEGIA DE MERCADO Y VENTAS	73
6.4.8.1 MARKETING MIX	73
6.4.8.2 PRECIO	73
6.4.8.3 PLAZA.....	74
6.4.8.4 PRODUCTO	74
6.4.8.5 PROMOCIÓN / PUBLICIDAD.....	74
6.4.8.6 ESTRATEGIA DE VENTAS.....	75
6.5 ESTUDIO TÉCNICO.....	76
6.5.1 DISEÑO DEL PRODUCTO.....	76
6.5.2 INSTALACIONES	77
6.5.3 PLANIFICACIÓN DE LA PRODUCCIÓN	80
6.5.4 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	80
6.6 ESTUDIO FINANCIERO.....	86
6.6.1 PLAN DE INVERSIÓN	86
6.6.2 ESTRUCTURA DE CAPITAL.....	88
6.6.3 ESTADO DE RESULTADOS.....	89
6.6.4 BALANCE GENERAL	90
6.6.5 FLUJO DE EFECTIVO DEL PROYECTO	90
6.6.6 ANÁLISIS FINANCIERO	91
6.6.6.1 TÉCNICAS DE PRESUPUESTO DE CAPITAL.....	92
6.6.6.2 PERÍODO DE RECUPERACIÓN	92
6.6.6.3 VAN, TIR E IR.....	92
6.6.7 PUNTO DE EQUILIBRIO	93

6.6.8 ANÁLISIS DE ESCENARIOS.....	95
6.6.2 PRUEBA DE HIPÓTESIS.....	97
CAPÍTULO VII CONCLUSIONES	98
CAPÍTULO VIII RECOMENDACIONES	99
CAPÍTULO IX BIBLIGRAFÍA	100
CAPÍTULO X ANEXO.....	105
ANEXO 1: ENCUESTA APLICADA.....	105
ANEXO 2: ENTREVISTA AL DIRECTOR DEL CENTRO DE SALUD DE LA ENTRADA, COPÁN.....	110
ANEXO 3: COTIZACIÓN DE MEDICAMENTOS	111
ANEXO 4: APLICACIÓN PARA PRÉSTAMO PYME INVIERTA – BANPAIS.....	115

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 5.1: MATRIZ METODOLÓGICA	41
TABLA 5.2: OPERACIÓN DE LAS VARIABLES	42
TABLA 5.3: ENFOQUE Y MÉTODOS	43
TABLA 5.4: DATOS PARA EL CÁLCULO DE POBLACIÓN	46
TABLA 5.5: DATOS PARA CALCULAR LA MUESTRA.....	46
TABLA 5.6: TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN	48
TABLA 5.7: CRONOLOGÍA DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN.....	52
TABLA 6.1 LEAN CANVAS.....	54
TABLA 6.4: ANÁLISIS FODA.....	71
TABLA 6.5: MATRIZ FODA.....	72
TABLA 6.2: DESCRIPTOR DE PUESTO ADMINISTRADOR GENERAL	82
TABLA 6.3: DESCRIPTOR DE PUESTO ATENCIÓN AL CLIENTE	83
TABLA 6.4: DESCRIPTOR DE PUESTO VENDEDOR.....	84
TABLA 6.5: DESCRIPTOR DE PUESTO AUXILIAR DE ALMACÉN	85
TABLA 6.6: PLAN DE INVERSIÓN	86
TABLA 6.7: DESGLOSE DE PLAN DE INVERSIÓN.....	87
TABLA 6.8: PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS	87
TABLA 6.9: PLANILLAS	87
TABLA 6.10: ESTRUCTURA DE CAPITAL.....	88
TABLA 6.11: ESTADO DE RESULTADOS	89
TABLA 6.12: BALANCE GENERAL.....	90
TABLA 6.13: FLUJOS DE EFECTIVO OPERATIVO	91
TABLA 6.14: ANÁLISIS FINANCIERO	91
TABLA 6.15: PERÍODO DE RECUPERACIÓN.....	92
TABLA 6.16: PUNTO DE EQUILIBRIO	93
TABLA 6.17: ESTRATEGIA DE COMPRA EN UNIDADES.....	94

TABLA 6.18: PROYECCIÓN DE VENTAS E INGRESOS	95
TABLA 6.19: ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD	96

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 6.5.2.1 MAPA DE COPAN	11
FIGURA 4.1: PIRÁMIDE DE MASLOW	34
FIGURA 5.1: ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN.....	44
FIGURA 5.2: POBLACIÓN DEL MUNICIPIO DE NUEVA ARCADIA	45
FIGURA 6.3.1 LOGO	56
FIGURA 6.2: MODELO DE LAS CINCO FUERZAS DE PORTER.....	58
FIGURA 6.4.4.1: CLÍNICA MÉDICA PROPIA	60
FIGURA 6.4.4.2: UBICACIÓN DE CLÍNICAS	61
FIGURA 6.4.4.3: EXPERIENCIA EN LA RAMA.....	62
FIGURA 6.4.4.4: TENDENCIA DE MÉDICOS LABORANDO EN DISTINTOS ESTABLECIMIENTOS.....	62
FIGURA 6.4.4.5: MERCADOS POTENCIALES EN LA ZONA.....	63
FIGURA 6.4.4.6: ENCARGADO DE COMPRAS.....	63
FIGURA 6.4.4.7: ENCARGADO DE COMPRAS.....	64
FIGURA 6.4.4.8: PRESUPUESTO MENSUAL DE COMPRA DE MEDICAMENTOS.....	65
FIGURA 6.4.4.9: PREFERENCIA DE ESTABLECIMIENTOS PARA COMPRA DE MEDICINAS E INSUMOS MÉDICOS	65
FIGURA 6.4.4.10: MEDICAMENTOS CON MAYOR ROTACIÓN.....	66
FIGURA 6.4.4.11: TIPO DE MEDICAMENTO DE PREFERENCIA	67
FIGURA 6.4.4.12: INSUMOS MÉDICOS CON MAYOR ROTACIÓN	67
FIGURA 6.4.4.13: PREFERENCIA PARA ESCOGER PROVEEDOR	68
FIGURA 6.4.4.14: PREFERENCIA DE COMUNICACIÓN CON PROVEEDOR	68
FIGURA 6.4.4.15: PREFERENCIA PARA OFERTAS Y PROMOCIONES	69
FIGURA 6.4.4.16: IDENTIFICAR ACEPTACIÓN DEL MERCADO	70
FIGURA 6.4.5.1 DEMANDA DE MEDICAMENTOS	70
FIGURA 6.1: MEZCLA DEL MARKETING	75

FIGURA 6.5.3.1 PLANIFICACION DE PROCESO DE COMPRA	77
FIGURA 6.5.2.1 MAPA DE COPAN	78
MICROLOCALIZACIÓN	79
FIGURA 6.5.2.2 UBICACIÓN DE DISTRIBUIDORA DE MEDICAMENTOS	79
FIGURA 6.5.2.3 CROQUIS DE PLANTA DE DISTRIBUIDORA INTERNA	79
FIGURA 6.5.4 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	81

Glosario

Alcance de la investigación: indica el resultado lo que se obtendrá a partir de ella y condiciona el método que se seguirá para obtener dichos resultados, por lo que es muy importante identificar acertadamente dicho alcance antes de empezar a desarrollar la investigación.

Costos: al valor que se da a un consumo de factores de producción dentro de la realización de un bien o un servicio como actividad económica.

Diseño de la investigación: se define como los métodos y técnicas elegidos por un investigador para combinarlos de una manera razonablemente lógica para que el problema de la investigación sea manejado de manera eficiente.

Encuestas: es una técnica que se lleva a cabo mediante la aplicación de un cuestionario a una muestra de personas. Las encuestas proporcionan información sobre las opiniones, actitudes y comportamientos de los ciudadanos.

Enfoque mixto: representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos.

Estudio de mercado: tienen una función primordial en el mundo de las ventas, son los que te permiten apuntar bien antes de disparar.

Estudio financiero: es el análisis de la capacidad de una empresa para ser sustentable, viable y rentable en el tiempo.

Estudio técnico: permite proponer y analizar las diferentes opciones tecnológicas para producir los bienes o servicios que se requieren, lo que además admite verificar la factibilidad técnica de cada una de ellas.

Instrumentos: sirven para recoger los datos de la investigación. De la misma manera, el autor manifiesta que un instrumento de medición adecuado, es el que registra los datos observables, de forma que representen verdaderamente a las variables que el investigador tiene por objeto.

Matriz: el objeto con que se representan las conexiones en la anterior página es una matriz. En general, una matriz es un conjunto ordenado en una estructura de filas y columnas. Los elementos de este conjunto pueden ser objetos matemáticos de muy variados tipos, aunque de forma particular, trabajaremos exclusivamente con matrices formadas por números reales.

Modelo de negocio: es una herramienta previa al plan de negocio que te permitirá definir con claridad qué vas a ofrecer al mercado, cómo lo vas a hacer, a quién se lo vas a vender, cómo se lo vas a vender y de qué forma vas a generar ingresos.

Muestra: es un subconjunto fielmente representativo de la población.

Muestreo: es indispensable para el investigador ya que es imposible entrevistar a todos los miembros de una población debido a problemas de tiempo, recursos y esfuerzo.

Población: es el conjunto total de individuos, objetos o medidas que poseen algunas características comunes observables en un lugar y en un momento determinado.

Precio: es la cantidad necesaria para adquirir un bien, un servicio u otro objetivo. Suele ser una cantidad monetaria.

Unidad de análisis: son los elementos en los que recae la obtención de información y que deben de ser definidos con propiedad, es decir precisar, a quien o a quienes se va a aplicar la muestra para efectos de obtener la información.

CAPÍTULO I

1.1 Introducción

El Real de Minas de Tegucigalpa, atrajo a muchos españoles que empezaron a llegar después de 1579 cuando comenzó a trascender la riqueza de los mineros de plata y oro en la región montañosa del repartimiento que don Pedro de Alvarado hizo a los capitanes Lope de Cáceres y Gregorio Muñoz. A medida que iba creciendo el pueblo con castellanos, indígenas, mestizos, etc. Las necesidades fueron aumentando, siendo una de las mas grandes la atención a las enfermedades. Fue entonces cuando los yerbateros comenzaron a actuar en comunión con los curanderos aborígenes que conocían las propiedades medicinales de las plantas en la región (...) esto dio lugar que en 1,761 se creara el primer boticario aprobado y autorizado para expender medicamentos en la Villa. (Valenzuela, Las farmacias del Ayer, 2019)

La creación y comercialización de la medicina en Honduras data desde el año 1761; iniciando con la comercialización y distribución de medicina natural, lo cual continuo con la importación de medicamentos desde Guatemala y España, siendo los ungüentos, pomadas, polvos medicinales, aceites purgantes de ricino y castor, entre otros, los medicamentos mas utilizados de la época. (Valenzuela, Las Farmacias del Ayer, 2019)

En la historia, los medicamentos han sido parte vital de las necesidades básicas del ser humano; iniciando con la medicina natural, los fármacos han ido evolucionando y posicionándose en nuestras vidas ya sea por prevención o necesidad. En el 2017 se calculaba que el mercado mundial farmacéutico tendría un crecimiento del 37% en el transcurso de cinco años.

Honduras disminuyó su importación de medicamentos a partir del 2002 creando sus primeros laboratorios farmacéuticos, los cuales satisfacen un 25% de las necesidades del país en los medicamentos más usados y recetados; este posicionamiento creado por los laboratorios farmacéuticos necesarios ha creado la oportunidad de obtener y distribuir fármacos a precios más razonables, ya que los aranceles de importación e introducción han disminuido.

Actualmente, el mundo atraviesa por una pandemia, como es el COVID-19; la cual no solamente ha generado nuevas necesidades, sino que ha dejado expuestas muchas deficiencias que han existidos a nivel global, abarcando tanto países desarrollados como subdesarrollados.

Aprovechando estas oportunidades que la pandemia ha creado al hacer tangible una falta de regularización en la comercialización de medicamentos, surgió la idea de la creación de una bodega de medicamentos ubicada en La Entrada, Copán; un punto estratégico rodeado de municipios con un alto poder adquisitivo, con una variedad de clínicas privadas tanto locales como en sus zonas aledañas, lo cual genera una oportunidad de expansión en la comercialización y distribución de medicamentos.

CAPÍTULO II PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

2.1 Antecedentes del Problema

La salud es una necesidad básica tanto como la educación, comida, libertad, entre otras; la salud se ha visto impactada con el tiempo debido a nuevas enfermedades que han ido surgiendo alrededor de la historia, esto se atañe a nuevos virus, contaminación ambiental, malos hábitos, etc.; lo cual ha hecho de los medicamentos una necesidad para poder combatir con ello.

Los remedios curativos son tan antiguos como la propia humanidad. Hasta finales del siglo XIX, todos los medicamentos eran naturales, pero debido al desarrollo de la química orgánica, se fueron separando las drogas conocidas hasta entonces las sustancias químicas contenidas en ellas y que eran las responsables de su acción, naciendo así el concepto de principio activo. Una vez conocida la estructura química, se trató de imitar mediante síntesis, lo que supone también la obtención de productos relacionados. De este modo se generó la moderna Farmacología. (Portal Farma, 2017)

La farmacia más antigua que existe en la actualidad se encuentra en la ciudad de Florencia, Francia; aunque la fecha oficial de la apertura de la farmacia es 1612, su historia comienza cientos de años antes. En torno al siglo XIII, los frailes dominicos que se asentaron en la Basílica de Santa María Novella comenzaron a cultivar diferentes hierbas con las que creaban sus propios medicamentos. Como parecía que sus remedios eran eficaces, fue en 1612 que montaron la primera farmacia y abrieron al público. Aunque sus medicamentos no solo se dirigían a los habitantes de Florencia en general, sino también a la realza, ya que el establecimiento se nombró “*Fonderia de Sua Altezza Reale,*” que quiere decir “Botica de Su Alteza Real. (Eva, 2020)

La distribución y comercialización de medicamentos siempre ha existido en la sociedad; sin embargo, en su comercialización de los nuevos tiempos, han existido medios que han sido utilizados por las clínicas y centros médicos hasta el momento, como ser laboratorios farmacéuticos, visitantes médicos, vendedores de medicamentos independientes o farmacias.

El COVID-19 ha mostrado una necesidad de crear nuevos medios de distribución y comercialización de medicamentos en ciertas zonas del país, debido a que el impacto que ha tenido el virus se vio reflejado en el desabastecimiento de medicamentos, encarecimiento sin regulación de fármacos e insumos médicos por parte de las cadenas farmacéuticas, entre otros.

A la fecha del 29 de octubre del 2020, se estiman casos confirmados por el COVID-19 de 96,150 personas en el territorio nacional, de las cuales 2,433 casos confirmados han sido del departamento de Copán. Según entrevistas con médicos al frente de la pandemia, los casos no confirmados por COVID-19, son mayores al 100% en comparación a las estadísticas compartidos por los medios nacionales, considerando específicamente al departamento de Copán, ya que éstos mismos no han sido confirmados debido a la falta insumos necesarios. A esto, una segunda crisis sanitaria se ha visto añadida, la cual es el dengue, que brota en tiempos de lluvia y tiene un impacto mayor en las áreas rurales comparado a las urbanas.

La pandemia ha creado nuevas costumbres y expectativas, los cuales han sido denominados “La nueva realidad” popularmente; en base a esta misma nueva realidad, se debe buscar un balance entre satisfacer las necesidades humanas, y crear un modelo de negocio que sea rentable y asequible en las comunidades.

2.2 Definición del Problema

Este proyecto tiene como propósito el desarrollo de un estudio de pre-factibilidad para una distribuidora de medicamentos en el departamento de Copán; ubicándose en una de las zonas más céntricas y comerciales del área como es La Entrada, Copán. Esto podrá brindar a las clínicas privadas un acceso rápido y a un mejor precio sobre los medicamentos más utilizados, aumentando su posibilidad de comercialización interna.

2.2.1 Enunciado del Problema

A causa de la pandemia actual del COVID-19, muchas empresas y comercios han tenido que replantear sus modelos de negocios. En el área de la salud, la oferta y demanda ha sido utilizada para rentabilizar la salud aumentando los precios en los medicamentos y servicios

médicos; esto ha desencadenado otro problema, lo cual ha sido el desabastecimiento de medicamentos en zonas rurales o lejanas a las ciudades principales como ser San Pedro Sula y Tegucigalpa, quienes cuentan con laboratorios farmacéuticos locales que han podido surtir con mayor prontitud las necesidades locales.

Según las últimas noticias, Honduras ha asegurado su acceso a la vacuna contra el COVID-19 a través del mecanismo Gavi Covax, el cual fue creado para que todos los países puedan tener acceso equitativo a la misma; esto mediante la Secretaria de Relaciones Exteriores y Cooperación Internacional a través de la misión permanente de Honduras en Ginebra; esta alianza ha sido denominada “Alianza GAVI.” (Secretaria de Salud, 2020); cabe mencionar que, a pesar de haber asegurado el acceso a la vacuna, esto define una fecha en específico ni una estrategia clara de vacunación, lo que genera siempre la necesidad del acceso rápido a medicamentos para tratar síntomas inmediatos por cualquier enfermedad, para así disminuir el riesgo de una fatalidad.

Según datos brindados por el director del Centro de Salud de La Entrada, Copán, el Dr. Edvin Rafael Reyes, en la zona existen aproximadamente 30 clínicas privadas en este momento, de las cuales 4 de ellas son 24 horas y tienen sus salas de hospitalización; también se encuentra 1 Centro de Salud, 1 Centro de Triage, Fundación Manos Amigas, ASHOMPLAFA, Clínica Materno Infantil, Clínica de la Cruz Roja, y 2 Sistemas Médicos empresariales las cuales son afiliadas al IHSS, pero sus insumos son comprados por la empresa directamente.

Los Centros de Triage son manejados por las municipalidades, los cuales tienen el presupuesto tanto de los pagos de planilla como la de compra de medicamentos e insumos; partiendo de ello, una distribuidora de medicamentos local tiene la posibilidad de insertarse en el mercado para suplir la necesidad inmediata de otros tipos de instituciones a largo plazo.

Partiendo de lo anterior, el propósito de la siguiente investigación es realizar un Estudio de Pre-factibilidad para el desarrollo de una distribuidora de medicamentos orientada a la zona Occidente del país; teniendo un espacio físico en La Entrada, Copán y brindando la oportunidad

de entrega a domicilio para las comunidades cercanas como ser Florida, Santa Rita, Copán Ruinas, San Nicolás, San Antonio, y Chalmeca, todas ciudades del departamento de Copán.

2.2.2 Formulación del Problema

Con base a lo anterior, se plantea la siguiente interrogante:

¿Es factible una distribuidora de medicamentos ubicada en La Entrada, Copán?

2.3 Preguntas de Investigación

Buscando resolver el problema de investigación, se han formulado las siguientes preguntas:

¿Cuáles son los principales factores de interés para los encargados de compras de las clínicas privadas en La Entrada, Copán para escoger a sus proveedores?

¿Qué estrategias de compra y comercialización de medicamentos e insumos médicos serán utilizadas por la distribuidora de medicamentos ubicada en La Entrada, Copán?

¿La TIR demuestra que una distribuidora de medicamentos ubicado en La Entrada, Copán es factible?

2.4 Justificación

La venta de medicamentos es uno de los negocios más grandes de todos los tiempos; antes, el sector farmacéutico debía importar todos sus medicamentos, pero, a partir del 2002, Honduras fue creciendo como un productor y exportador de medicamentos, aportando en la actualidad al menos un 20% de los medicamentos que son vendidos en el país. (Murillo, 2018)

Hoy en día, la distribución y comercialización de medicamentos se caracteriza por medio de visitantes médicos, laboratorios farmacéuticos, farmacias y bodegas; los cuales, dependiendo del cliente final, cuenta distintas ofertas en precios. Los laboratorios farmacéuticos y visitantes

médicos tienen el mismo modelo de negocio, el cual conlleva bonificaciones en base a la compra realizada; un ejemplo puede ser que, en la compra de 20 cajas de Acetaminofén, se le regala 1 caja, en la compra 50 cajas, se le regalan 5 cajas, lo cual va amortizando el precio unitario del producto. Sin embargo, esto causa el sobreabastecimiento de inventario por parte del comprador, lo cual aumenta tanto su inversión inicial como el riesgo de expiración sobre su producto.

Honduras cuenta actualmente con 12 laboratorios farmacéuticos que son parte de la Asociación de Fabricantes de Productos Farmacéuticos en Honduras, mejor conocido como la ANAPROHFAR; la ANAPROHFAR está compuesta por los siguientes laboratorios: Laboratorios Andifar, Laboratorios Corinfar, Droguería Nacional, Laboratorios Farsiman, Laboratorios Finlay, Laboratorios Francelia, Laboratorios Henie, Infarma, Laboratorios Karnel, Laboratorios MC, Laboratorios Pharmaceutica, y Laboratorios Quimifar. (ANAPROHFAR, 2017)

Partiendo de lo anterior, se puede identificar a los principales proveedores potenciales de la distribuidora de medicamentos propuesta para La Entrada, Copán. Esto brinda la oportunidad de desarrollar una estrategia de negociación con cada una de ellas, y así poder conocer cuáles son las que ofrecen los mejores beneficios para poder crear una relación comercial a largo plazo. Los medicamentos están divididos en distintos tipos, como ser antibióticos, analgésicos, antiinflamatorios, antipiréticos, dermatológicos, expectorantes, etc. Estos pueden existir en distintas presentaciones, como ser inyectables, vía oral, en crema o en spray. Cada laboratorio se caracteriza en la producción de ciertos tipos en específico, lo cual requiere tener distintos proveedores para cubrir las necesidades y tener precios más accesibles.

Aparte de los medicamentos, también hay otros productos que son utilizados por los establecimientos médicos, como ser las jeringas, gasas, algodón, sueros, etc. Cada uno de estos productos es de uso regular por las clínicas y centros médicos, los cuales tienen un papel importante en el inventario de la bodega de medicamentos para su comercialización.

El COVID-19 ha expuesto un déficit en el sistema médico nacional, desde la falta de equipos médicos como una mala gestión en la regulación sobre los costos de insumos de primera

necesidad. Debido a ello, las clínicas privadas y centros médicos asistenciales han cambiado su enfoque en cómo manejar sus negocios, creando nuevos centros médicos asistenciales privados los cuales cuentan con su propio inventario de medicamentos, utensilios e insumos médicos para no depender de lo volátil del mercado en base a la situación actual.

Es por ello, que en el presente trabajo de investigación se pretende realizar un Estudio de pre-factibilidad para el desarrollo de una distribuidora de medicamentos en la zona de La Entrada, Copán. Esto se basa al crecimiento exponencial de las clínicas privadas y centros asistenciales privados en la zona, al igual que la integración de nuevos médicos dentro de la comunidad que están buscando maneras de poder ingresar al mercado, cubriendo las necesidades básicas e inmediatas de sus clientes.

De igual manera, el desarrollo de esta distribuidora de medicamentos busca un flujo de inventario enfocándose en medicamentos clave, los cuales representan a las 52 líneas de medicamentos más utilizadas y recetadas por el mercado meta. Esto para tener un mayor poder de negociación sobre los proveedores en productos específicos, y ofrecer precios más accesibles a los clientes.

CAPÍTULO III OBJETIVOS DEL PROYECTO

3.1 Objetivo General

Realizar un estudio de pre-factibilidad para determinar la rentabilidad de una distribuidora de medicamentos ubicado en La Entrada, Copán.

3.2 Objetivos Específicos

3.2.1 Identificar los principales factores de las clínicas médicas privadas para escoger a sus proveedores en La Entrada, Copán.

3.2.2 Definir estrategias de compra y comercialización de medicamentos e insumos médicos para aumentar la competitividad de la distribuidora de medicamentos en La Entrada, Copán.

3.2.3 Determinar si es factible una distribuidora de medicamentos en la ciudad de La Entrada, Copán.

CAPÍTULO IV MARCO TEÓRICO

4.1 Análisis de la situación actual

La OPS/OMS en Honduras contribuye de manera sustancial a la Secretaría de Salud en su objetivo de lograr el acceso universal a medicamentos de calidad por parte de la población hondureña, mediante el alineamiento a las prioridades del Estado y una oportuna armonización con el resto de Agencias del Sistema de Naciones Unidas.

Para desarrollar la gestión del suministro de medicamentos de forma transparente y eficiente, la OPS/OMS ha puesto a disposición permanente de la Secretaría de Salud su personal técnico especializado que junto a otras agencias de Naciones Unidas y el personal técnico de la Secretaría han trabajado en el análisis y reordenamiento de los procesos de adquisición y el desarrollo de un sistema de información para almacenamiento y distribución de medicamentos e insumos para la salud. Este equipo forma parte de comisiones técnicas para la revisión de pliegos de licitación, elaboración de fichas técnicas para adquisición, entre otras.

Otra contribución importante ha sido la revisión y adaptación de la plataforma de Manejo y Control de Inventario de Vacunas y otros insumos en formato web (wVSSM por sus siglas en inglés) a la red de almacenes de medicamentos e insumos. Esta la primera vez que un país de la región utilizará la plataforma para otros productos diferentes a las vacunas y sus insumos. (HONDURAS, s.f.)

4.1.1 Análisis del macroentorno

El macroentorno se emplea para definir aquellas fuerzas externas que van a tener un impacto indirecto sobre la organización, y que existen independientemente de que haya actividad comercial o no. Debemos tener en cuenta también, que la empresa no podrá ejercer ninguna influencia sobre el macroentorno (Alba Ranis Franquet, 2020).

Mediante el análisis del macroentorno, se podrán determinar los factores que pueden influir en el nuevo emprendimiento, como ser la bodega de medicamentos. Para ello, se deben

4.1.1.1 Factor demográfico

El factor económico describe las características de la población en un sitio específico: su edad, tasas de natalidad y mortalidad, los movimientos migratorios, grupos étnicos, entre otros (Jorge Irigaray Garcia de la Serrana, 2020).

La Entrada de Copán es parte del municipio de Nueva Arcadia, siendo una ciudad ubicada en un punto estratégico entre Santa Rosa de Copán y Copán Ruinas. Según los datos obtenidos por el INE (Instituto Nacional de Estadística de Honduras) el municipio de Nueva Arcadia cuenta con una población hasta el 2019 de 44,861 personas; las cuales están compuestas de 21,352 hombres y 23,499 mujeres. De esta población, se encuentra que 32,005 personas residen en el área urbana, y 12,846 personas en el área rural. ((INE Honduras, 2019).

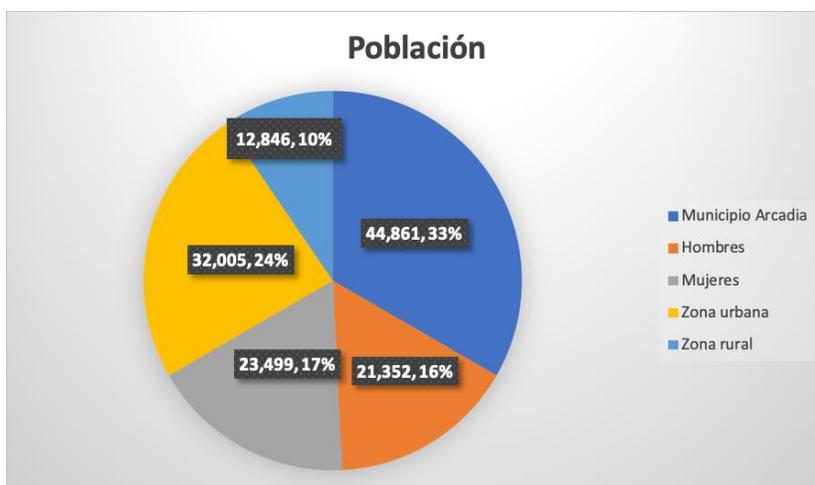


Figura 4.1.1.1 Población en el Municipio de Nueva Arcadia
Fuente: (INE Honduras, 2019)

Según estas mismas estadísticas brindadas por el INE, el 18% de la población se dedica a la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca. El otro 17% de la población se dedica al comercio al por mayor y al por menor, y cuentan con un 11% que se dedica a las industrias de manufactura.



Figura 4.1.1.1 Rubros de trabajo en el Municipio de Nueva Arcadia
Fuente: (INE Honduras, 2019)

La Entrada, Copán es la ciudad con mayor comercio dentro del municipio de Nueva Arcadia; esto se debe a su ubicación estratégica sobre la carretera Panamericana, que tiene acceso a El Salvador y Guatemala, al igual que zonas turísticas como Copán Ruinas, Santa Rosa de Copán, entre otros.

4.1.1.2 Factor socio-cultural

En el factor socio-cultural conviene resaltar aspectos como el nivel de desarrollo, las tradiciones, las costumbres y las distintas formas de interacción entre los miembros de la sociedad. (Jorge Irigaray Garcia de la Serrana, 2020)

Según el INE, “el 76% de los establecimientos económicos del municipio de Nueva Arcadia pertenece al sector comercio al por mayor y al por menor, al igual que reparación de vehículos” (INE Honduras, 2019). La mayor parte de la comunidad que vive en el municipio de Nueva Arcadia, especialmente en la ciudad de La Entrada, Copán, son familias que han vivido durante generaciones, donde los propietarios de los comercios se han dedicado a la agricultura, ganadería, y otros trabajos de campo.

Partiendo de lo anterior, el factor cultural es muy importante, ya que muchas relaciones comerciales se llevan a cabo por el vínculo que ha existido a través de los años entre los propietarios de viejos y nuevos establecimientos, creando un factor de confianza y lealtad por parte del cliente.

4.1.1.3 Factor económico

Son las tendencias relacionadas con el poder adquisitivo de las familias y países; esto tiene que ver con el nivel de renta, el producto interno bruto, nivel de desempleo, los tipos de interés, la inflación, políticas monetarias, entre otros. (Alba Ranis Franquet, 2020).

De acuerdo con el Banco Central, la economía de Honduras tendrá una contracción que oscilará entre el 7% y 8% de su Producto Interno Bruto (PIB) debido al COVID-19. (Forbes Staff, 2020)

Las estadísticas proyectadas por el Banco Central no habían calculado el efecto de otros desastres naturales, como ser el azote de las tormentas tropicales ETA y IOTA en el territorio nacional, los cuales han afectado a varias familias especialmente los departamentos del sur, centro y norte del país.

Estas mismas lluvias tuvieron un impacto sobre los cultivos y la ganadería, los cuales han sido perdidos en las zonas del norte del país, especialmente en el departamento de Cortés que fue uno de los más afectados en ambas tormentas tropicales.

A nivel nacional esto ha sido de mucho impacto, sin embargo, las zonas del occidente del país no se vieron tan afectadas, lo que representa una oportunidad para explotar la comercialización de su producto, siendo el municipio de Nueva Arcadia una zona en la que el 18% de su población se dedica a la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca.

Debido a la alta producción en la zona rural del municipio de Nueva Arcadia, hay un flujo constante de dinero en la producción y comercialización de productos agrícolas; de igual manera los habitantes de las zonas rurales se desplazan a las ciudades más cercanas para hacer sus compras de víveres y atención médica, aumentando así la demanda en los centros médicos.

Otra ventaja competitiva que está existiendo, es el cambio de mentalidad de muchas personas que vienen de las zonas rurales, las cuales, si cuentan con los recursos necesarios, evitan los centros médicos públicos para disminuir su riesgo a cualquier contagio aumentando así la demanda de los establecimientos médicos privados.

4.1.1.4 Factor tecnológico

El factor tecnológico es aquello relacionado con los avances científicos y tecnológicos, que se expresaran físicamente en la planta, el equipo y los servicios. Pero más que tomar una fotografía de estos la clave está en el movimiento, es decir, en los cambios tecnológicos que se dan con cada vez mayor rapidez. Especial énfasis se debe poner atención en los cambios tecnológicos producidos en los productos y los cambios tecnológicos en los procesos. (Conexion Esan, 2016)

La tecnología evoluciona a diario y se ha vuelto indispensable, tal como lo dijo el escritor José Krutch, “la tecnología hizo posible las grandes poblaciones; ahora las grandes poblaciones hacen que la tecnología sea indispensable.” Tomando esa cita, se determina que es indispensable mantenerse al día con los avances tecnológicos para que el modelo de negocio sea competitivo.

En el área tecnológica, basado a la población meta actual, lo principal que se debe tomar en cuenta es contar con un sistema de facturación e inventarios, lo cual permita tener un control en tiempo real de la existencia de producto actual, costos, y sobre todo que facilite el análisis en la tendencia de ventas para conocer mejor las preferencias del mercado y así realizar las compras de manera estratégica y eficiente.

Se implementará el sistema de WhatsApp Business para poder tener un contacto directo con los clientes para aclarar cualquier duda, brindar cotizaciones, coordinar entregas, entre otros. De igual manera, se creará una página web la cual permita conocer los medicamentos disponibles para facilitar las órdenes en línea con pago contra-entrega.

4.1.1.5 Factor político

Tiene que ver con las condiciones en las que se materializa la acción política en un espacio, algo que incide necesariamente en el resto de aspectos de una sociedad. La política es como una gran manta que cubre todos los elementos anteriores y señala los mecanismos de integración entre ellos (Jorge Irigaray Garcia de la Serrana, 2020).

El señor Vicente León es actualmente el alcalde en La Entrada, Copán, quien es del mismo partido que el gobierno central, lo cual es el Partido Nacional (Wikipedia, 2020). Esto siempre ha demostrado una ventaja entorno a la ayuda recibida y los recursos con los que puede contar para el desarrollo de la comunidad. Debido a esto, La Entrada, Copán cuenta actualmente con un centro de triaje, el cual también cuenta con un centro de estabilización para pacientes con sintomatología similar al COVID-19, al igual que cuenta con un Centro de Salud y Materno Infantil, los cuales son financiados por la municipalidad local.

En base a lo mencionado anteriormente, la ciudad de La Entrada, Copán se ha caracterizado en esta pandemia por haber agilizado el apoyo a las familias necesitadas habilitando un centro de triaje; de igual manera, las clínicas apoyadas por ONG's han aumentado sus presupuestos para ayudar en el área de salud lo cual convierte una ventaja en tener un proveedor local de medicamentos que pueda satisfacer la demanda actual.

4.2 Marco Legal

El marco legal tiene la intención de revisar el aspecto legal sobre el que se desenvuelve nuestra investigación. Está basado en códigos o leyes locales o nacionales que inciden en el proyecto. (INTERGAMBUS, 2018)

4.2.1 Registro mercantil

El registro de la empresa, se hace en las diferentes cámaras de comercio, sin embargo, también está disponible realizarse en línea a través de www.miempresaenlinea.org en el cual se puede realizar el registro desde cualquier país. (QuickERP, 2019)

Los requisitos para realizar el registro mercantil varían, ya que depende si el registro será realizado como comerciante individual o una sociedad.

En el presente proyecto, el registro de la distribuidora de medicamentos se realizará como comerciante individual, quien necesitará los siguientes requisitos para llevar a cabo su trámite:

- Escritura de la empresa. Se tramita con un notario público, en la escritura se establece el nombre o razón social y las actividades comerciales de la misma;
- RTN del comerciante individual;
- Cédula de identidad del comerciante individual;
- Copia de un recibo público a nombre del comerciante individual que indique claramente la dirección de la residencia.

Con los documentos anteriormente mencionados, se debe presentar a la ventanilla de la cámara de comercio respectiva, presentar los documentos, hacer el pago respectivo por servicios registrales según el tipo de sociedad. Dicho trámite se lleva un período de 24 horas para ya contar con el registro de misa.

4.2.2 Registro Tributario Nacional (RTN)

Después del registro mercantil, se debe realizar el trámite de solicitud del RTN en el Servicio de Administración de Rentas (SAR), el cual es realizado en un día. Los requisitos para solicitar el Registro Tributario Nacional Numérico como comerciante individual son los siguientes:

- Llenar formulario DEI-410 Declaración Jurada de Inscripciones e inicio de actividades;
- Copia de la escritura de constitución de comerciante individual, o nota de parte del notario autorizante con indicación del número del instrumento, el nombre comercial, domicilio y giro de la actividad económica;
- Copia de la tarjeta de identidad;

- Persona jurídica.

4.2.3 Requisitos generales del RTN para personas jurídicas

- Llenar y firmar declaración jurada de inscripciones, inicio de actividades y actualización al Registro Tributario Nacional con el formulario SAR-410 (Persona jurídica)
- Llenar y firmar el Formulario Anexo 410-B Declaración Jurada de Inscripciones, inicio de actividades y actualización al Registro Tributario Nacional.
- Original y fotocopia del documento que acredite su constitución.
- Fotocopia de la tarjeta de identidad o carné de residencia del representante legal el cual debe previamente estar inscrito en el Registro Tributario Nacional.
- Fotocopia de la tarjeta de identidad, pasaporte o carné de residencia de los administradores de hecho y derecho, integrantes de una administración concursal, liquidadores de sociedades y entidades en general, administradores legales o judiciales de herencias públicas o de capital mixto u otro responsable subsidiario de la administración.
- Fotocopia de la tarjeta de identidad, pasaporte o carné de residencia del socio Persona Natural.
- Comprobante de domicilio. Original y fotocopia de uno de los siguientes documentos que contenga la dirección exacta:
 - En caso de bienes propios:
 - Recibo de un servicio público.
 - Recibo de suscripción de servicios privados (internet, cable, telefonía).
 - En caso de arrendamiento:
 - Contrato de alquiler o arrendamiento comercial.

Para terminar, el último requisito necesario es realizar la solicitud del permiso de operación, el cual se realiza en la municipalidad y el tiempo puede depender, el cual puede demorar un período de hasta 6 meses o más.

4.2.4 Requisitos para permiso de operación (ARSA)

Para poder ejercer como un puesto para la venta de medicamentos, se debe contar con un permiso sanitario otorgado por la Agencia de Regulación Sanitaria (ARSA). Esta misma, cuenta con los siguientes requisitos para poder brindar estos permisos (Agencia de Regulación Sanitario, 2020):

1. Presentar la solicitud.
 - a. Con el título que indique: SE SOLICITA LICENCIA SANITARIA (NUEVA, RENOVACIÓN O MODIFICACIÓN), con los siguientes datos:
 - b. Órgano al que se dirige: Agencia de Regulación Sanitaria
 - c. Nombre y generales del propietario o representante legal del establecimiento.
 - d. Nombre del regente o responsable técnico del establecimiento.
 - e. Razón o denominación social de la sociedad, cuando aplique.
 - f. Nombre del establecimiento.
 - g. Dirección exacta del establecimiento, incluyendo teléfono y correo electrónico.
 - h. Actividad o actividades a las que se dedicará.
 - i. Vigencia solicitada dos (2), cuatro (4), seis (6) años
 - j. Lugar y fecha de la solicitud.
 - k. Firma del solicitante
2. Poder otorgado al profesional del derecho.
 - a. Ya sea original y copia para su cotejo o autenticada.
3. Fotocopia de la escritura de constitución de la sociedad o de comerciante individual.
 - a. Debidamente inscrita en el Registro de la propiedad.
4. Fotocopia del carnet del profesional responsable que actuará como regente, o director médico.
 - a. Cuando aplique.
5. Presentación de planos.
 - a. De las instalaciones físicas, eléctricas, agua potable y agua residuales del establecimiento o Croquis del Establecimiento.
6. Recibo de pago.
 - a. Por los servicios prestados.

7. Declaración jurada tipo ARSA.
 - a. Debidamente autenticada.

4.2.5 Código de Salud en Honduras

La salud es un tema muy importante, el cual, a nivel nacional, cuenta con distintas normativas para regular su uso como su comercialización, y por esto juega un papel importante para conocer mejor el mercado. El código de salud fue actualizado y aprobado por el Congreso Nacional en el año 2013. (Congreso Nacional de Honduras, 1991)

En este documento, no solamente habla de las normativas en el área de la salud, sino también disposiciones por parte del estado en distintos escenarios, como ser emergencias, epidemias, entre otras.

El actual modelo de negocios, recae en la clasificación brindada por los Artículos número 164 y 165 como “puesto de ventas de medicamentos”. El Artículo número 165 describe a un puesto de ventas de medicamentos como “Son puestos de venta de medicamentos, los establecimientos destinados en forma restringida, únicamente al expendio de medicamentos que la autoridad competente autorice, y en los que se prohíbe la preparación de recetas y manejo de medicamentos controlados.” (Congreso Nacional de Honduras, 1991)

A continuación, presentamos los artículos con mayor relevancia para comprender el alcance y restricciones de un puesto de ventas de medicamentos, al igual que los entes reguladores, clasificación de instituciones médicas, entre otros detalles:

Artículo ° 1: la salud considerada como un estado de bienestar integral, biológico, psicológico, social y ecológico es un derecho humano inalienable y corresponde al Estado, así como a todas las personas naturales o jurídicas, el fomento de su protección, recuperación y rehabilitación.

Artículo ° 2: el presente Código es de orden público y en caso de conflicto prevalecerá sobre cualquier otra norma.

Artículo ° 3: corresponde a la Secretaría de Estado en el Despacho de Salud pública, que para los efectos de la presente Ley se llamará "LA SECRETARIA", la definición de la política nacional de salud, la normalización, planificación y coordinación de todas las actividades públicas y privadas en el campo de la salud. En los niveles departamental y municipal actuará por medio de las jefaturas regionales y áreas sanitarias, respectivamente, bajo un racional principio de coordinación y descentralización administrativa.

Artículo ° 4: se faculta a LA SECRETARIA para que mediante resolución delegue o reasigne en cualquier tiempo y en cualquiera de sus unidades, dependencias y otros organismos constituidos de conformidad con la Ley, las actividades propias del sector salud.

Artículo ° 5: para los efectos de coordinación funcional, el Sector Salud está constituido por las dependencias e instituciones siguientes:

- a) La Secretaría de Estado en el Despacho de Salud Pública.
- b) La Secretaría de Estado en los Despachos de Gobernación y Justicia.
- c) La Secretaría de Estado en los Despachos de Trabajo y Previsión Social.
- d) La Secretaría de Estado en los Despachos de Salud Pública
- e) La Secretaría de Estado en los Despachos de Recursos Naturales.
- f) La secretaría de Estado en los Despachos de Planificación, coordinación y Presupuesto
- g) El Instituto Hondureño de Seguridad Social, el Servicio Autónomo Nacional de Acueductos y Alcantarillados y los Organismos autónomos a los que su propia Ley les encomiende actividades en la materia.
- h) Las municipalidades, en lo que se refiere a las obligaciones que este Código les impone.
- i) Los organismos públicos y privados, nacionales o extranjeros y los internacionales que en virtud de Ley, convenio o tratado.

Artículo ° 6: el presente Código y las normas de salud en general, se aplicarán en consecuencia con los convenios y tratados internacionales que sobre salud sean suscritos por el Estado de Honduras.

Artículo ° 133: corresponde a LA SECRETARIA el registro de los productos químicos, farmacéuticos, cosméticos, biológicos y de las materias primas de uso farmacéutico, ejerciendo conjuntamente con el Colegio Químico Farmacéutico de Honduras la inspección y control sanitario. La elaboración de especialidades farmacéuticas del Colegio Químico Farmacéutico de Honduras realizará los análisis químicos cualicuantitativos y demás correspondientes, en calidad de laboratorio oficial para el control de calidad de los medicamentos.

Artículo ° 134: en la venta o suministro de productos farmacéuticos en hospitales y policlínicas privadas a pacientes que reciban tratamiento médico, el porcentaje de utilidad no excederá del 25% sobre el costo original siendo obligatorio el desglose en la factura del o de los medicamentos utilizados con su respectivo valor para su debida comprobación.

Artículo ° 135: se declara como política del Estado:

- a) Asegurar el suministro adecuado de medicamentos de calidad óptima al precio más bajo posible.
- b) Enfatizar las bases científicas para el uso de medicamentos con el objeto de obtener la mejor efectividad terapéutica al menor costo posible
- c) Promover la seguridad terapéutica el uso de presentaciones farmacéuticas más de un principio activo
- d) Promover e incentivar el uso de terminología genérica en la importación, fabricación, distribución, comercialización, propaganda y promoción, receta y entrega de medicamentos
- e) Promover la producción nacional, tanto para el consumo interno como para exportación, a través de la inversión de fondos nacionales y externos, estableciendo mecanismos que no perjudiquen la capacidad ya existente.

Artículo ° 136: se entenderá por producto farmacéutico, cualquier sustancia natural o sintética o mezcla de ellas, que se destine a la administración del ser humano, con fines de curación, atenuación, tratamiento, prevención o diagnóstico de las enfermedades o sus síntomas asociados.

Artículo ° 140: la elaboración, manipulación, expendio y suministro de productos farmacéuticos, sólo se podrá hacer en establecimientos debidamente autorizados y reconocidos por la autoridad correspondiente.

Artículo ° 141: sólo podrán importar productos farmacéuticos las personas naturales o jurídicas debidamente autorizadas por la autoridad competente.

Artículo ° 142: los productos farmacéuticos deben ser presentados para su distribución, comercialización, suministro y uso, con nombres genéricos o con nombres comerciales. Son nombres genéricos los de aquellos productos presentados en fórmula farmacéutica o singularmente designados con su nombre técnico general reconocido por la farmacopea oficial.

El producto genérico puede ser simple o una combinación de dos o más genéricos. Son productos farmacéuticos con nombre comercial aquellos presentados bajo una denominación particular de intervención y bajo marca de fábrica registrada.

Artículo ° 143: no se permitirá la sustitución de un producto de marca comercial recetado por el médico, excepto cuando se autorice expresamente el uso del medicamento genérico.

Artículo ° 144: el registro de los productos farmacéuticos se hará de acuerdo con las normas y requisitos que al efecto establezcan los reglamentos.

Artículo ° 149: se prohíbe la venta y suministro de productos farmacéuticos con fecha de caducidad cumplida.

Artículo ° 150: los estupefacientes, psicotrópicos y cualesquiera otras sustancias que puedan producir dependencia o hábito, se sujetarán al control y vigilancia del Gobierno de la República de Honduras y a las normas y reglamentaciones establecidas en los convenios internacionales que éste celebre.

Artículo ° 151: la secretaria elaborará, revisará y actualizará la lista de medicamentos que deberán someterse a control especial, teniendo en cuenta los riesgos que presentan para la salud.

Artículo ° 153: los establecimientos farmacéuticos, sean laboratorios químico-farmacéuticos, droguerías o farmacias estatales o privadas, que manejen estupefacientes, psicotrópicos o sus preparaciones, están obligados a llevar libros oficiales para control de dichos productos, conforme al modelo que se establezcan según reglamento.

Artículo ° 154: la venta o suministro de productos que contengan estupefacientes, psicotrópicos y otras sustancias sometidas a control en las farmacias, sólo podrán hacerse mediante prescripción facultativa de acuerdo a reglamentación especial.

Artículo ° 155: LA SECRETARIA elaborará el listado del Cuadro Básico de Medicamentos de las instituciones del Estado, utilizando nombres genéricos de acuerdo a estándares internacionales reconocidos, para lo cual el Gobierno establecerá los mecanismos para favorecerla portación, distribución y comercialización de los medicamentos del cuadro básico o de los principios activos necesarios para su elaboración en el país.

Artículo ° 156: se consideran instituciones de salud todos los establecimientos públicos o privados, en los cuales se brinda atención dirigida fundamentalmente a la prevención, curación y rehabilitación de la salud.

Artículo ° 157: la instalación, ampliación, modificación, traslado y funcionamiento de los establecimientos públicos y privados de asistencia médica tales como: Hospitales, maternidades, clínicas, policlínicas, sanatorios, dispensarios, asilos, casas de reposo, establecimientos de óptica, laboratorios de salud, bancos de sangre, de tejidos y órganos, instituciones de fisioterapia, psicoterapia, centros de diagnóstico, droguerías, laboratorios y botiquines de emergencia, deberán ser autorizados por LA SECRETARIA. Las farmacias y puestos de venta de medicinas están sujetos además a las regulaciones de carácter profesional que establezca el Colegio Químico Farmacéutico de Honduras. El personal profesional que laborará en estos establecimientos deberá ser previamente acreditado por el Colegio correspondiente.

Artículo ° 164: para los efectos de este Código y sus reglamentos son establecimientos farmacéuticos: Las farmacias, las droguerías, los laboratorios farmacéuticos, los puestos de venta de medicamentos y los botiquines médicos.

Artículo ° 165: se entiende por farmacia, el establecimiento que se dedica a la preparación de recetas y al expendio y suministro de medicamentos directamente al público. Las farmacias también podrán importar medicamentos. Se entiende por droguería, todo establecimiento dedicado a la importación depósito, distribución y venta de medicamentos al por mayor, en donde es prohibido el suministro directo al público y la preparación y despacho de recetas. Son laboratorios farmacéuticos, todos aquellos establecimientos que se dedican a la fabricación de medicamentos, a la manipulación de materias primas para la elaboración o preparación de los mismos y a la elaboración o manipulación de cosméticos y alimentos de uso médico. Son puestos de venta de medicamentos, los establecimientos destinados en forma restringida, únicamente al expendio de medicamentos que la autoridad competente autorice, y en los que se prohíbe la preparación de recetas y manejo de medicamentos controlados. Cuando en una comunidad se instale una farmacia no podrán clausurarse los puestos de ventas de medicamentos ya existentes.

Artículo ° 166: son botiquines de emergencia médica, los establecimientos aprobados por la autoridad competente a solicitud de un médico colegiado y con goce de sus derechos, para que expendan productos farmacéuticos para uso emergente de sus pacientes solamente.

Artículo ° 167: todo establecimiento farmacéutico deberá contar con la presencia de un regente, a tiempo completo, se exceptúan de esta obligación los puestos de ventas de medicamentos y los botiquines de emergencia médica.

Artículo ° 168: el regente es el profesional químico farmacéutico que asume la dirección técnica y científica de un establecimiento farmacéutico y se responsabiliza de todo cuanto afecte la identidad, pureza y buen estado de sus medicamentos y productos, así como de las infracciones que en relación con la producción, manipulación y suministro de medicamentos se cometan en el establecimiento.

Artículo ° 169: el control técnico de los establecimientos farmacéuticos estará a cargo de LA SECRETARIA y el Colegio de Químicos Farmacéuticos de Honduras.

Artículo ° 170: las farmacias y puestos de venta de medicamentos, prestarán su servicio de acuerdo a reglamentación especial.

Artículo ° 171: los establecimientos mencionados en el Artículo 157 deberán ser registrados en el Colegio Profesional correspondiente o el de mayor afinidad según su actividad.

Las clínicas privadas están amparadas a la venta de medicamentos según el artículo número 166 que determina que “son botiquines de emergencia médica, los establecimientos aprobados por la autoridad competente a solicitud de un médico colegiado con goce de sus derechos, para que expendan productos farmacéuticos para uso emergente de sus pacientes solamente.” (Congreso Nacional, 1991)

4.2.3 Ley general de medicamentos en Honduras

Según la ley general de medicamentos en Honduras, aprobada por el congreso nacional en el año 2011 partiendo de los artículos 65 y 145 los cuales hablan de las disposiciones sobre las garantías de protección de la vida y la salud humana, como derechos fundamentales superiores e inalienables de la persona, al igual que determina las potestades regulatorias de dependencias del estado para la regulación, supervisión y control de los productos alimenticios, químicos, farmacéutico y biológicos. (Congreso Nacional de la República de Honduras, 2011)

La presente ley se ve orientada especialmente para los laboratorios farmacéuticos que tienen como fin la elaboración y distribución de medicamentos ya sea para el uso nacional o exportación. Esta misma ley, en el artículo 6, conceptualiza los términos generales que tienen un impacto ya sea sobre las buenas prácticas, así como los puntos de evaluación y sanción de la operación en la elaboración, distribución y comercialización de medicamentos. Entre las principales a tener en cuenta se encuentran las siguientes: dependiente, droguería, equivalentes farmacéuticos, equivalentes terapéuticos, falsificación farmacológica, facultativo, entre otros.

Según la presente ley, se determina en el artículo 10 a la Superintendencia General de Medicamentos (SGM) como el ente adscrito por la Secretaría de Salud, con independencia nacional, como órgano de regulación y vigilancia de los establecimientos médicos; Este mismo está enfocado en mayor parte en la elaboración de medicamentos, ya que solamente regula la legitimidad de los medicamentos distribuidos por entes comercializadores (farmacias, distribuidores de medicamentos, etc.)

Según el capítulo IV de la normativa subjetiva y técnica, sección, se habla de los medicamentos, los cuales van a depender de su clasificación, desarrollo y prescripción requerida. El artículo 19 de la ley presente, define los siguientes orígenes de medicamentos:

- Medicamentos de síntesis o semi-síntesis;
- Medicamentos naturales de origen vegetal o animal;
- Radiofármacos;
- Medicamentos homeopáticos;

- Medicamentos biotecnológicos;
- Fórmulas magistrales;
- Medicamentos biotecnológicos;
- Fórmulas magistrales;
- Medicamento hemo-derivado;
- Medicamento inmunológico;
- Medicamentos biológicos.

Los medicamentos según su desarrollo, cuentan con los siguientes lineamientos:

- Medicamentos registrados bajo patente y marca;
- Genéricos registrados con marca o sin marca;
- Medicamentos experimentales.

Los medicamentos según su prescripción requerida, cuenta con los siguientes lineamientos:

- Medicamentos de dispensación libre;
- Medicamentos de dispensación bajo prescripción médica;
- Medicamentos de dispensación especial;
- Medicamentos de uso continuado.

Según la sección V, de la ley general de medicamentos, si un establecimiento de venta de medicamentos cuenta con productos estupefacientes, sicotrópicos, o con regulación por medio del IHADFA, está en su obligación de contar con un regente, el cual es un profesional químico farmacéutico debidamente autorizado por la Junta de Vigilancia respectiva, y quien deberá permanecer en el establecimiento bajo su responsabilidad un tiempo mínimo determinado por la Superintendencia General de Medicamentos.

Según el artículo 45 en la sección V de la ley general de medicamentos, se prohíbe la venta de medicamentos de manera ambulatoria, con excepción de los clasificados como

medicamentos de venta libre, medicamentos naturales, siempre y cuando dicha venta se realice en condiciones que preserven la higiene, la integridad de los medicamentos y se evite el contrabando, el fraude y la falsificación de medicamentos.

Según el capítulo V, sección III, artículo 48 de la ley general de medicamentos, se define que un regente es obligatorio en el funcionamiento de las farmacias únicamente, debido a los tipos de medicamentos con los que se pueden distribuir a través de ellas.

La sección V, sección IV artículo 51 de la ley general de medicamentos, define que existen disposiciones comunes para los establecimientos farmacológicos las cuales establezcan la seguridad, legitimidad, medidas de control, manejo de desechos, horarios de atención establecidos, y sus disposiciones de seguridad operativa como ser advertencias, simbologías, etc.

4.2.6 Departamentos regularizadores y sanciones (Diario Oficial la Gaceta)

De igual manera, la publicación realizada por el Diario Oficial la Gaceta nos hace énfasis en cuáles son determinados como “medicamentos controlados”, los cuales por ley no pueden ser distribuidos en un establecimiento de venta de medicamentos. (Diario Oficial La Gaceta, 2005)

Medicamentos controlados:

a) Cualquier medicamento psicotrópico y estupefaciente sometido al régimen de control según los Convenios sobre sustancias estupefacientes y psicotrópicas respectivamente El control sobre este tipo de sustancias lo ejerce la Junta Nacional de Control de Drogas.

b) Una sustancia que pueda incorporarse en formas posológicas farmacéuticas sólo dentro de los límites específicos determinados por estudios

e) Una sustancia aprobada por la Secretaría de Salud, pero sujeta a restricciones que excluyan su uso en una proporción considerable de la población potencial de pacientes a los que estaría destinada.

Según el Capítulo III de la publicación en El Diario Oficial la Gaceta, se asignan “Ámbito de aplicación y competencias” a los siguientes departamentos, los cuales tienen distintas responsabilidades en la administración y regulación en el área de la salud (Diario Oficial La Gaceta, 2005):

I. Dirección General de Regulación Sanitaria

- a) Cierre definitivo de establecimientos de interés sanitario, mediante resolución motivada
- b) Cancelación de registros sanitarios de productos y licencias sanitarias de establecimientos, mediante resolución motivada
- e) Imposición de sanciones económicas desde veinte mil lempiras y un centavo (L 20,000.01) Hasta cincuenta mil lempiras (L 50,000.00), mediante resolución motivada.
- d) Certificar a profesionales y técnicos como inspectores sanitarios y proveedores de servicios de salud
- e) Otros asuntos no previstos en este Reglamento relacionados con su competencia y de conformidad con el ordenamiento jurídico vigente en el país.

II. Departamento de Control Sanitario de Productos, Servicios y Establecimientos de Interés Sanitario o Departamento Delegado

- a) Emitir dictámenes a las solicitudes que se deriven de la Dirección General de Regulación Sanitaria.
- b) Otorgar / denegar licencia sanitaria de establecimientos, según complejidad delegada mediante resolución motivada.
- e) Otorgar / denegar reconocimientos de registro sanitario de productos en el marco de tratados o convenios ratificados.
- d) Otorgar / denegar registro sanitario a productos según riesgo mediante resolución motivada.
- e) Otorgar / denegar Certificados de Libre Venta de productos para exportación de acuerdo a riesgo.
- f) Otorgar / denegar certificados de importación y exportación de productos controlados.
- g) Amonestaciones escritas
- h) Imponer sanciones económicas desde veinte Lempiras (L 20.00) hasta veinte mil lempiras (L 20,000.00), mediante resolución motivada.
- i) Aplicar las sanciones correspondientes de acuerdo a lo establecido en la Sección Segunda y Tercera del Capítulo IX de este Reglamento
- J) Cierre temporal de edificaciones y establecimientos, mediante resolución motivada.

- k) Suspensión de registro o licencia sanitaria, mediante resolución motivada.
- l) Decomiso de productos, sustancias y artefactos, mediante resolución motivada.
- m) Controlar la publicidad de productos, establecimientos de interés sanitario y servicios de salud, mediante resolución motivada.
- n) Resolver los asuntos que le delegue la Dirección General de Regulación Sanitaria.
- o) Lo no previsto en este Reglamento, pero relacionado con él y de conformidad con el ordenamiento jurídico vigente en el país.

III. Región de Salud Departamental

- a) Emitir informes de los asuntos que se den ven de la Dirección General de Regulación Sanitaria.
- b) Imponer sanciones económicas desde veinte lempiras (L 20.00) hasta veinte mil lempiras (L 20,000.00), mediante resolución motivada.
- e) Otorgar / denegar registro sanitario de productos, según riesgo delegado mediante resolución motivada.
- d) Otorgar / denegar licencia sanitaria de establecimientos, según complejidad mediante resolución motivada.
- e) Resolver los asuntos que le delegue la Dirección General de Regulación Sanitaria.
- f) Aplicar las sanciones correspondientes de acuerdo a lo establecido en la Sección Segunda y Tercera del Capítulo IX de este Reglamento.
- g) La liberación, decomiso, desnaturalización o destrucción de productos, sustancias y artefactos.
- h) Cierre temporal de establecimientos según complejidad delegada, mediante resolución motivada.
- i) Suspensión del registro y licencia sanitaria.
- j) Lo no previsto en este Reglamento, pero relacionado con él y de conformidad con el ordenamiento jurídico vigente en el país.

IV. Jefatura del Departamento de Regulación Sanitaria en las Regiones de la Salud

a) Dictaminar sobre la solicitud del registro sanitario de los productos de interés sanitario de acuerdo al riesgo, con el fin de ser otorgado o negado por la jefatura regional.

b) Dictaminar sobre solicitud de licencias sanitarias de establecimientos según complejidad, con el fin de ser otorgado o negado por la jefatura regional.

e) Emitir dictamen para la imposición de las sanciones siguientes:

1) Multas desde veinte lempiras (L 20.00) hasta veinte mil lempiras (L.20,000.00).

2) La liberación, decomiso, desnaturalización o destrucción de productos, sustancias y artefactos.

3) Cierre temporal de establecimientos según complejidad delegada.

d) Amonestaciones escritas.

e) Lo no previsto en este Reglamento, pero relacionado con él y de conformidad con el ordenamiento jurídico vigente en el país.

V. Inspectoría Sanitaria

a) Realizar inspecciones a productos, servicios y establecimientos de interés sanitario.

b) Efectuar la toma de muestras de los productos de interés sanitario.

e) Retener productos, sustancias y artefactos que se consideren riesgosos para la salud.

d) Ejecutar el decomiso, desnaturalización y destrucción de productos de interés sanitario, previa resolución.

e) Ejecutar o notificar las acciones y sanciones contempladas en el presente Reglamento según resolución emitida por autoridad competente.

e) Efectuar el requerimiento del representante o propietario del establecimiento a efecto de comparecer ante la autoridad competente para resolver los problemas o deficiencias encontradas.

d) Otras que le sean delegadas.

4.3 Teorías de sustento

4.3.1 Teoría de las necesidades de Abraham Maslow

La Pirámide de Maslow forma parte de una teoría psicológica que inquiriere acerca de la motivación y las necesidades del ser humano: aquello que lleva actuar tal y como se hace. Según Abraham Maslow, un psicólogo humanista, las acciones nacen de la motivación dirigida hacia el

objetivo de cubrir ciertas necesidades, las cuales pueden ser ordenadas según la importancia que tienen para el bienestar.

Las necesidades del “desarrollo del ser”, por su parte, son importantes para el crecimiento personal, y no tienen que ver con el déficit de algo, sino con el deseo de crecer como persona. Así pues, la pirámide de Maslow tiene 5 niveles de necesidades. Son los siguientes:

1. Necesidades fisiológicas Incluyen las necesidades vitales para la supervivencia y son de orden biológico. Dentro de este grupo, se encuentran necesidades como: necesidad de respirar, de beber agua, de dormir, de comer, de sexo, de refugio.

2. Necesidades de seguridad En esta parte de la pirámide de Maslow se incluyen las necesidades de seguridad son necesarias para vivir, pero están a un nivel diferente que las necesidades fisiológicas. Es decir, hasta que las primeras no se satisfacen, no surge un segundo eslabón de necesidades que se orienta a la seguridad personal, al orden, la estabilidad y la protección.

3. Necesidades de afiliación Maslow describe estas necesidades como menos básicas, y tienen sentido cuando las necesidades anteriores están satisfechas.

4. Necesidades de reconocimiento Este nivel de la jerarquía de necesidades humanas también es conocido como necesidades de estima, y tiene que ver con el modo en el que nos valoramos nosotros y nos valoran los demás, el resto de la sociedad.

5. Necesidades de autorrealización, Por último, en el nivel más alto se encuentra las necesidades de autorrealización y el desarrollo de las necesidades internas, el desarrollo espiritual, moral, la búsqueda de una misión en la vida, la ayuda desinteresada hacia los demás, etc. (Wikipedia, 2020)

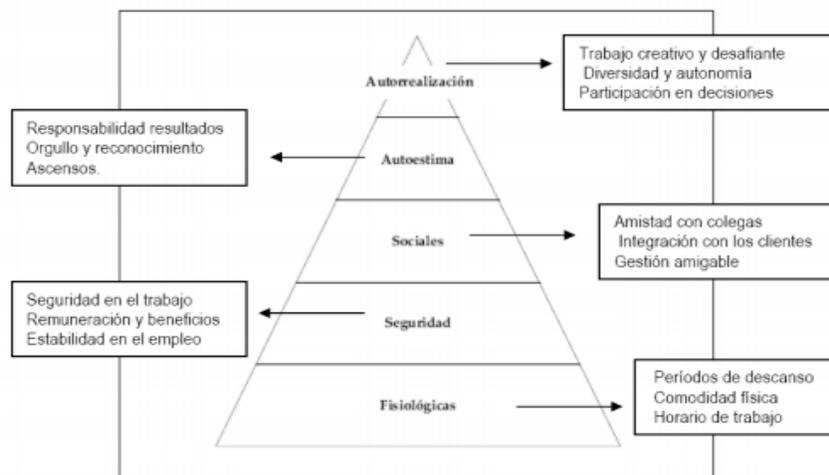


Figura 4.1: Pirámide de Maslow
Fuente: (Wikipedia, 2020)

4.3.2 Teoría Formulista

Estructura el proceso de venta en cuatro etapas diferenciadas, según una fórmula llamada A.I.D.A. que está compuesta por las iniciales de cada fase o etapa:

- Atención
- Interés
- Deseo
- Acción

1. Fase de llamar la atención: el vendedor debe llamar la atención del comprador/a durante los primeros momentos de contacto él. Si no es así la venta estará perdida. Las preguntas, las afirmaciones o las acciones son como un redoble de tambor. Captan la atención.
2. Fase de despertar interés: El vendedor tiene que procurar que el/la cliente se interese por el producto. Esta fase se suele desarrollar al mismo tiempo que la anterior.
3. Fase de crear deseo: Una vez atendido por él cliente, él vendedor tiene la oportunidad de crear un deseo por el producto. Es la etapa en la que tiene que convencer al cliente de que

su producto es el que mejor soluciona una necesidad específica que él tiene. El cliente pondrá objeciones, expresará inconvenientes y preguntará por las ventajas del producto. Tiene como fin eliminar la desconfianza que normalmente se tiene por una persona y un producto extraño. Una vez conseguido el interés del cliente, hay que crear o aumentar su deseo. El deseo es el hambre que nos hace comer. El deseo es la emoción que nos hace actuar.

4. Fase de mover a la acción: Esta es la última fase ya que toda actuación del vendedor se dirige a vender los productos que comercializa. Una vez creado el deseo por el producto, el vendedor tiene que procurar que el cliente realice la acción concreta de compra, realizándole una oferta o proposición y buscando la manera de cerrar el trato.

Las últimas preguntas que se hacen al cliente le moverán a la acción, a convertirse en cliente.

Ése es el cierre de la venta. Si las fases precedentes se han llevado a cabo con destreza, los últimos pasos son pura rutina: firmar el pedido y establecer la forma de pago y la fecha de entrega.

Esta teoría formulista, es practicada fundamentalmente en las empresas con una gestión orientada a la venta, donde todo proceso se basa en la actuación del vendedor. (iNegocios, 2018)

4.4 Conceptualizaciones

Distribuidora de medicamentos: entidad encargada de almacenar, distribuir y comercializar de forma mayorista a las entidades de Grupo de las Industrias Biotecnológica y Farmacéuticas y a las entidades del sector de la salud, medicamentos de producción nacional e importados; materias primas; materiales de envase; reactivos químicos; medios diagnósticos; artículos ópticos; dentales; productos químicos; materiales higiénico-sanitarios; materiales para

bancos de sangre; dermocosméticas medicinales; suplementos nutricionales; narcóticos y alcohol de uso médico. (BioCubaFarma, s.f.)

Aines: los fármacos antiinflamatorios no esteroideos (AINES) son un grupo de medicamentos ampliamente usados para tratar el dolor, la inflamación y la fiebre. En este grupo se incluyen medicamentos tan conocidos y usados como el ácido acetil-salicílico (AAS) (Aspirina®), Ibuprofeno, Indometacina, Diclofenaco, Piroxicam, etc. (Aisa, 2012)

Mecanismo de acción: en el ámbito de la medicina, este término se usa para describir la manera en que un medicamento u otra sustancia producen un efecto en el cuerpo. (Cáncer, 2011)

Medicamentos: sustancia o combinación de sustancias con propiedades para prevenir, diagnosticar, tratar o curar una enfermedad, o para restaurar la salud, que se presenta como tal y cuenta con el reconocimiento de la autoridad administrativa. (RAE, s.f.)

Fármaco: sustancia con composición química exactamente conocida y que es capaz de producir efectos o cambios sobre una determinada propiedad fisiológica de quien lo consume; un fármaco puede ser exactamente dosificado y sus efectos (tanto benéficos como perjudiciales) perfectamente conocidos, luego de utilizar dicho fármaco en un número de personas lo suficientemente grande. Ejemplos de fármacos son el acetaminofén, el propranolol y el haloperidol. (Levidence, s.f.)

Instituto Nacional de Estadísticas (INE): la Ley de Transparencia y la rendición de cuentas son garantía para un mejor desempeño del servidor público y del Gobierno en General para que los ciudadanos puedan fiscalizar, constituye un medio eficaz contra la corrupción. (Infotecnología, 2013)

Farmacia: el concepto refiere a la ciencia dedicada a la preparación y la combinación de productos que sirven para mantener o recuperar la salud (Merino, 2017)

Laboratorios farmacéuticos: son aquellas empresas físicas o jurídicas, que con antelación están autorizadas por la administración competente para fabricar de manera industrial medicamentos, o participar en alguna de las fases de desarrollo y venta de los mismos. (EUROINNOVA, s.f.)

Medicamentos controlados: medicamento u otra sustancia que el gobierno somete a control estricto debido a su capacidad de producir dependencia, abuso o adicción. Se controla la producción, el uso, la manipulación, el almacenamiento y la distribución de la sustancia. (Cáncer, s.f.)

Triaje: es un sistema de selección y clasificación de pacientes en los servicios de urgencia, basado en sus necesidades terapéuticas y los recursos disponibles para atenderlo. (social, s.f.)

ARSA: agencia de regulación sanitaria, institución que regula, autoriza, vigila y fiscaliza a los establecimientos, servicios y productos de interés sanitario, con el fin de brindar protección a la salud de la población nacional y extranjera en el país; a través de una gestión efectiva que reduzca la exposición a riesgos y a que a su vez contribuya con una mejora en el clima de negocios y la competitividad del país. (ARSA, 2020)

Superintendencia General de Medicamentos (SGM): créase la Superintendencia General de Medicamentos (SGM), como una unidad adscrita a la Secretaría de Salud, con independencia decisional, funcional y presupuesto asignado, la cual actuará como órgano de regulación y vigilancia conforme dispone en esta ley. (Congreso Nacional de la República de Honduras, 2011)

Equivalente farmacéutico: el que contiene la misma cantidad molar del mismo ingrediente farmacéutico activo, en la misma forma de dosificación, si cumple con los estándares comparables y si está destinado a ser administrado por la misma vía. La equivalencia farmacéutica no implica necesariamente equivalencia terapéutica, como las diferencias en los

excipientes y el proceso de fabricación y algunas otras variables que pueden dar lugar a diferencias en la acción del producto. (Congreso Nacional de la República de Honduras, 2011)

Equivalente terapéutico: dos productos son equivalentes terapéuticos si son equivalentes farmacéuticos y, además, después de su administración en la misma dosis, sus efectos con respecto a eficacia y seguridad son esencialmente iguales, lo cual es determinado mediante estudios apropiados de bio-equivalencia, farmacodinamia, estudios clínicos o in-vitro. Dos equivalentes terapéuticos son intercambiables. (Congreso Nacional de la República de Honduras, 2011)

Facultativo: profesional de la salud en las áreas de medicina, odontología y medicina veterinaria, legalmente autorizado e inscrito para el ejercicio de su profesión. (Congreso Nacional de la República de Honduras, 2011)

Vigilancia farmacológica: se refiere a las actividades relacionadas a vigilancia de los procesos de fabricación, distribución, prescripción, dispensación o venta con el fin de identificar incumplimiento de la normativa técnica y administrativa establecida en esta ley. (Congreso Nacional de la República de Honduras, 2011)

Fórmula magistral: todo medicamento destinado a un paciente determinado, preparado por el farmacéutico o bajo su dirección, según las normas técnicas de prescripción facultativa individualizada de medicamentos, sin que se requiera Registro Sanitario para su expendio. (Congreso Nacional de la República de Honduras, 2011)

Medicamento esencial: son los medicamentos que tienen comprobada eficacia, rango de seguridad aceptable, y sirven para satisfacer las necesidades de atención de salud de la mayor parte de la población. (Congreso Nacional de la República de Honduras, 2011)

Medicamento de venta libre: producto farmacéutico registrado, autorizado y publicado para su venta sin prescripción médica. (Congreso Nacional de la República de Honduras, 2011)

Medicamentos sin prescripción médica: aquellos destinados a procesos o condiciones que no necesiten un diagnóstico preciso y cuyos datos de evaluación toxicológica, clínica o de su utilización y vía de administración no exijan prescripción médica, mediante su dispensación en farmacias por un farmacéutico. Los prospectos y el etiquetado de los medicamentos que no requieran prescripción médica contendrán aquellas advertencias que convengan a su naturaleza y las orientadas a prevenir su uso indebido. (Congreso Nacional de la República de Honduras, 2011)

Regente: profesional químico farmacéutico debidamente autorizado e inscrito para ejercer su profesión, responsable de la dirección técnica de un establecimiento farmacéutico. (Congreso Nacional de la República de Honduras, 2011)

Registro sanitario: es el proceso técnico legal que asegura que el medicamento a comercializar cumple con los requisitos de calidad, seguridad y eficacia (Norma de producto o Norma CES), el cual culmina con la obtención de una certificación sanitaria emitida por la autoridad competente que habilita su comercialización y dispensación. El registro conlleva la autorización de la Superintendencia General de Medicamentos. (Congreso Nacional de la República de Honduras, 2011)

Principio Activo: toda sustancia o mezcla de sustancias de origen natural, humano, animal, vegetal, mineral, microbiológico, químico, biogénico sintético o semi-sintético que, poseyendo un efecto farmacológico específico, se le atribuye una actividad apropiada para constituir un medicamento. (Congreso Nacional de la República de Honduras, 2011)

Falsificación farmacológica: la adulteración, imitación de nombres, marcas, envases, contenidos y otras características de un producto para sustituirlo por otro distinto de inferior

calidad, seguridad y eficacia terapéutica y comercializarlo como producto original o como producto certificado.

CAPÍTULO V. METODOLOGÍA

5.1 Congruencia metodológica

Como parte de esta investigación se desarrollará la matriz metodológica, con el fin de que todo tenga una coherencia y lógica en dicha investigación. Dicha matriz lleva su respectivo nombre, formulación del problema, preguntas de investigación, objetivos y variables. Dicha tabla se utiliza para que el investigador evalúe la conexión lógica entre cada apartado y se desarrolle de la mejor forma posible el estudio.

En conclusión, dicha matriz brinda un panorama general de lo que se trata la investigación y lo que se quiere lograr, a través de un estudio realizado de forma ordenada con su lógica, todo va relacionado.

5.1.1 Matriz Metodológica

Tabla 5.1: Matriz Metodológica

Formulación del Problema	Preguntas de investigación	Objetivo		Variables	
		General	Específicos	Independientes	Dependiente
Considerando el aumento de clínicas médicas privadas debido a su mayor demanda, y la creación de nuevos centros asistenciales con fondos no centralizados, se genera la siguiente interrogante: ¿Es factible una distribuidora de medicamentos ubicada en La Entrada, Copán?	¿Cuáles son los principales factores de interés para los encargados de compras en de las clínicas privadas en La Entrada, Copán para escoger a sus proveedores?	Realizar un estudio de pre-factibilidad para determinar la rentabilidad de una distribuidora de medicamentos ubicado en La Entrada, Copán.	Identificar los principales factores de las clínicas médicas privadas para escoger a sus proveedores en La Entrada, Copán.	Estudio de mercado	Pre-factibilidad en el desarrollo de una distribuidora de medicamentos en la ciudad de La Entrada, Copán
	¿Qué estrategias de compra y comercialización de medicamentos e insumos médicos serán utilizadas por la distribuidora de medicamentos ubicada en La Entrada, Copán?		Definir estrategias de compra y comercialización de medicamentos e insumos médicos para aumentar la competitividad de la distribuidora de medicamentos en La Entrada, Copán.	Estudio técnico	
	¿La TIR demuestra que una distribuidora de medicamentos ubicado en La Entrada, Copán es factible?		Determinar si es factible una distribuidora de medicamentos en la ciudad de La Entrada, Copán.	Estudio financiero	

Figura 5.1.1: Pirámide de Maslow

Fuente: (Propia, 2020)

5.1.2 Operación de las variables

Tabla 5.2: Operación de las variables

VARIABLES INDEPENDIENTES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES
Estudio de mercado	Un estudio de mercado es una investigación utilizada por diversos ramos de la industria para garantizar la toma de decisiones y entender mejor el panorama comercial al que se enfrentan al momento de realizar sus operaciones.	Conocer el mercado meta, sus necesidades, comportamiento y oportunidades de negocio en La Entrada, Copán.	Mercado meta, macro entorno, micro entorno, oferta y demanda de medicamentos en La Entrada, Copán y zonas aledañas.	Oferta y demanda.
Estudio técnico	El estudio técnico comprende todo aquello que tiene relación con el funcionamiento y operatividad del proyecto en el que se verifica la posibilidad técnica de fabricar el producto o prestar el servicio, y se determina el tamaño, localización, los equipos, las instalaciones y la organización requerida para realizar la producción.	Identificar la oportunidad de negocio, competencia directa e indirecta, el capital humano requerido y estrategias de compra, venta, distribución y comunicación a ser implementadas en el desarrollo de la distribuidora de medicamentos en La Entrada, Copán.	Requisitos, regularizaciones, competencia, ventajas, proveedores, organigramas, oportunidad de expansión, lista de medicamentos para inventario.	Inmobiliario, insumos, talento humano, portafolio de productos.
Estudio financiero	Es el proceso a través del que se analiza la viabilidad de un proyecto. Tomando como base los recursos económicos que tenemos disponibles y el coste total del proceso de producción.	A través del estudio financiero, se evalúa el modelo de negocio planteado para conocer los costos de inversión y la viabilidad del mismo en un período de proyección a cinco años.	Inversiones, costos, gastos, viabilidad.	Tasa Interna de Retorno (TIR), Valor Actual Neto (VAN), Estado de Resultados, Proyecciones de ventas e ingresos.

Figura 5.2: Operación de las variables
Fuente: (Propia, 2020)

5.1.3 Hipótesis de Investigación

1. H_i : Si la TIR es mayor al 15% del costo de capital, se acepta el proyecto.
2. H_o : Si la TIR es menor al 15% del costo de capital, no se acepta el proyecto.

5.2 Enfoque y métodos

El enfoque del estudio es mixto, ya que este recolecta datos cuantitativos, los cuales se utilizarán para poder calcular una demanda en el mercado actual, al igual que conocer los rangos de compra por parte del mercado meta; y cualitativos para poder definir las características y beneficios que las clínicas médicas privadas encuentran atractivas para poder escoger a su proveedor de medicamentos.

Se utilizará un proceso investigativo transversal, en el cual se utilizarán datos en base a un período de tiempo sobre la población muestra, que se enfoca en los tipos de medicamentos e insumos médicos que serán distribuidos.

Los datos encontrados a través de las encuestas y entrevistas serán utilizados para responder las preguntas de investigación y así realizar estrategias tanto de compra como de comercialización y distribución de medicamentos e insumos médicos en la ciudad de La Entrada, Copán.

Tabla 5.3: Enfoque y métodos

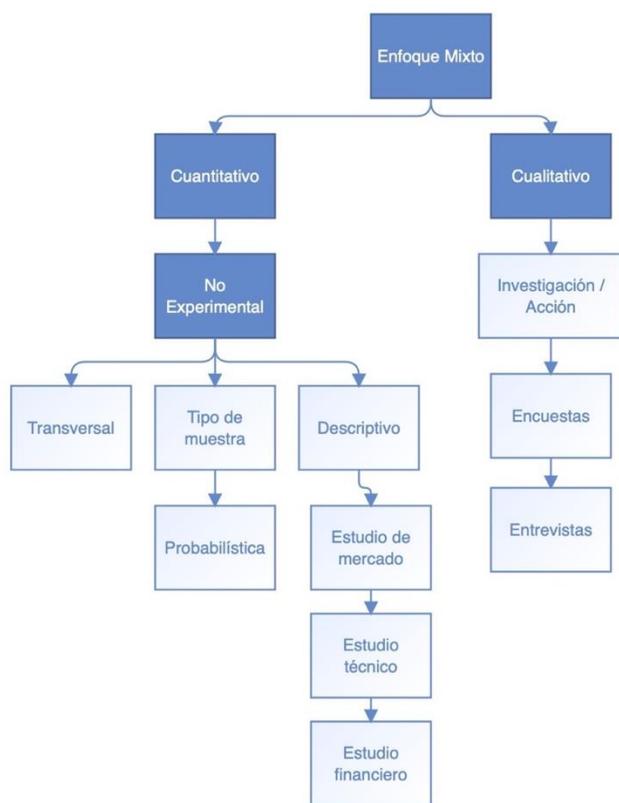


Figura 5.3.1: Enfoque y métodos

Fuente: (Propia, 2020)

5.3 Alcance y diseño de la investigación

Según Hernández, Fernández & Baptista (2010): “la respuesta a esta pregunta depende de dos factores: 1) el estado de conocimiento sobre el problema de investigación reportado en la literatura, y 2) la perspectiva que se pretenda dar al estudio.”

Debido a que el objetivo principal es realizar un estudio de pre-factibilidad para desarrollar una distribuidora de medicamentos que estará ubicada en La Entrada, Copán; se ha decidido utilizar la metodología mixta con un alcance correlacional, el cual se enfocará en identificar la relación en la asociación entre el mercado de las clínicas privadas y su preferencia para la compra de medicamentos e insumos médicos.

	Exploratoria	Descriptiva	Correlacional	Explicativa
Propósito	Examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes	Describir un fenómeno: especificar propiedades, características y rasgos importantes	Identificar relación o grado de asociación que existe entre dos o más variables en un contexto	Explicar las causas de relación entre variables (eventos, sucesos o fenómenos)
Utilidad	·Familiarizarse sobre fenómenos nuevos o relativamente desconocidos ·Establecer prioridades para estudios futuros	[Mostrar con precisión las dimensiones de un fenómeno.	· Predecir el valor de una variable a partir del valor de otra relacionada. · Explicar un fenómeno, aunque de manera parcial	Explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se manifiesta.
Método	Flexibles. Al final identifican conceptos o variables promisorias a estudiar en otra investigación	Identificar el fenómeno y los objetos/sujetos involucrados; definir las variables a medir; recolectar datos para medir las variables; concluir	Identificar variables; establecer hipótesis; medir cada variable; analizar la vinculación entre variables; probar o no las hipótesis	Describir y relacionar múltiples variables; explicar por qué se relacionan dichas variables
Relación con otros estudios	Prepara el terreno para otros estudios (descriptivo, correlacional o explicativo)	Son la base para investigaciones correlacionales	Proporciona la base para llevar a cabo estudios explicativos	Genera un sentido de entendimiento sobre un fenómeno
Amplitud de investigación	Amplia y dispersa	Focalizada a las variables	Focalizada a las variables	Diversas variables (más estructurado)
Meta del investigador	Investigar un problema poco estudiado o desde una perspectiva innovadora	Describir fenómenos, situaciones, contextos y/o eventos	Asociar variables que permita predecir	Determinar la causa de los fenómenos
Riesgo implicado	Alto	Bajo	Obtener relaciones falsas	
Rasgos del investigador	Gran paciencia, serenidad y receptividad	Precisión, ser observador	Análisis	Análisis, ser crítico

Figura 5.3.2: Alcance de la investigación

Fuente: (Fernández & Baptista, 2010)

5.3 Diseño de Investigación

La investigación no experimental: (Sampieri, 2014) Menciona que el diseño no experimental podría definirse como la investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, se trata de estudios en los que no hacemos variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables.

5.3.1 Población y muestra

La población (o universo) que se pretende estudiar debe definirse en forma rigurosa, ya que de la manera en que se haga tal definición dependerá la calidad de la muestra seleccionada y el éxito de los resultados. (Benassini, 2009)

5.3.1 Población

Según Toledo Díaz de León (2009): “La población de una investigación está compuesta por todos los elementos (personas, objetos, organismos, historias clínicas) que participan del fenómeno que fue definido y delimitado en el análisis del problema de investigación.” (p. 4)

Según el censo realizado por el INE en el 2019, se estima que la población total en el municipio de Nueva Arcadia era de 44,851 personas; de los cuales 32,005 viven en el área urbana, y 12,846 en el área rural.

EDAD	TOTAL	HOMBRE	MUJER	URBANO	RURAL
0-4	4,825	2,473	2,352	3,454	1,372
5-9	4,956	2,471	2,485	3,539	1,417
10-14	5,263	2,695	2,568	3,868	1,395
15-19	5,043	2,483	2,561	3,674	1,369
20-24	4,436	2,063	2,374	3,172	1,265
25-29	3,807	1,732	2,075	2,621	1,186
30-34	3,201	1,451	1,750	2,168	1,034
35-39	2,693	1,260	1,433	1,894	799
40-44	2,336	1,051	1,285	1,653	683
45-49	1,810	825	985	1,297	514
50-54	1,622	727	895	1,182	440
55-59	1,265	548	717	911	355
60-64	1,105	515	590	800	305
65-69	821	354	468	590	231
70-74	652	276	376	466	185
75-79	492	223	269	356	136
80+	522	206	316	362	160

Figura 5:2: Población del municipio de Nueva Arcadia
Fuente: (INE, 2019)

Para fines de investigación, la población meta como distribuidora de medicamentos son las clínicas privadas en la zona de La Entrada, Copán; según la entrevista realizada con el director del Centro de Salud de la ciudad, el Dr. Edvin Rafael Reyes, se estima una existencia de treinta clínicas locales.

Tabla 5.4: Datos para el cálculo de población

Elemento	Cantidad
Clínicas	30
Área	La Entrada, Copán
Estudio	2 semanas

Tabla 5.4: Población del municipio de Nueva Arcadia
Fuente: (Propia,2020)

5.3.2 Muestra

Para fines de la investigación, se tomarán en cuenta las clínicas privadas como el principal mercado meta, en el cual se han identificado treinta clínicas. Para el cálculo de la muestra, se ha utilizado la calculadora de muestra de Corporación AEM para obtener los siguientes resultados:

Tabla 5.5: Datos para calcular la muestra

Descripción	Valor
N	30
Z	95%
E	5%
n	28

Tabla 5.5: Población del municipio de Nueva Arcadia
Fuente: (Propia, 2020)

Dado que es una población finita de treinta clínicas privadas en el área de La Entrada, Copán, a pesar del cálculo de la muestra brinda un dato final de veintiocho clínicas a ser encuestadas, se tiene como meta encuestar a todas las clínicas existentes para obtener una mejor muestra y conocer los intereses de dichos establecimientos en el área.

5.3.3 Tipo de muestreo

Según Krippendorff, (1990): “Las unidades de muestreo son las unidades de materiales que, en su conjunto, conforman la realidad a investigar y que deben, en algún momento, ser recogidas y conservadas para permitir el estudio.” (p. 81)

Para propósitos de la investigación, se utilizará un tipo de muestreo probabilístico, ya que todas las clínicas dentro de La Entrada, Copán tienen la misma probabilidad de ser seleccionadas para aplicar la encuesta.

5.3.4 Unidad de análisis

La unidad de análisis es un segmento de contenido textual, auditivo o visual que se analiza para generar categorías (Sampieri, 2014).

Para este estudio se utilizará la unidad de análisis a treinta clínicas dentro de la ciudad de La Entrada, Copán. Todas estas clínicas cuentan con botiquín de emergencia, término utilizado para medicamentos de uso común (expectorantes, analgésicos, etc.) que pueden ser vendidos solamente a sus pacientes; las clínicas médicas son el principal mercado meta ya que pueden tener un interés sobre el modelo de negocio debido a los precios por producto sin la necesidad de hacer compras al por mayor para obtener mejores precios.

5.3.5 Unidad de respuesta

Para llevar a cabo el estudio de pre-factibilidad para la distribuidora de medicamentos ubicada en La Entrada, Copán, se hará a través de los resultados obtenidos en base a las encuestas a treinta clínicas locales, al igual que entrevista con el director del Centro de Salud local, y una representante del ARSA. La recopilación total de datos será de apoyo para la investigación.

5.4 Técnicas e instrumentos aplicados

Las técnicas son los recursos de que se dispone el investigador para su trabajo. Las técnicas necesitan los instrumentos para su realización. (*Las Técnicas y los Instrumentos - Metodología Ciencias Sociales*, s. f.)

Tabla 5.6: Técnicas e Instrumentos de Investigación

Técnicas	Instrumentos
Observación	Guía de observación
Encuesta	Hoja de encuesta
Entrevista	Cuestionario
Análisis de documentos	Guía de análisis de documentos

Tabla 5.6: Población del municipio de Nueva Arcadia

Fuente: (*Las Técnicas y los Instrumentos - Metodología Ciencias Sociales*, s. f.)

5.4.1 Instrumentos

Con el propósito de obtener las respuestas sobre el objetivo general y específicos de esta investigación, se hará uso de dos instrumentos necesarios para recopilar la información requerida, los cuales son la hoja de encuesta, instrumento complementario para “la encuesta” como técnica, y cuestionario, instrumento complementario para “la entrevista” como técnica.

Debido a la pandemia, las encuestas serán realizadas a través de WhatsApp y correo electrónico, y las entrevistas se realizarán a través de la plataforma Zoom; estos medios facilitarán la comunicación al igual que agilizará la recolección y tabulación de resultados.

5.4.2 Técnicas

Para las técnicas de investigación, se hará uso de las encuestas y entrevistas para obtener la información necesaria sobre el interés del mercado y la factibilidad del negocio.

5.4.2.1 Encuestas

Guillermo Westreicher, (2020) define las encuestas como: “un instrumento para recoger información cualitativa y/o cuantitativa de una población estadística. Para ello, se elabora un cuestionario, cuyos datos obtenidos serán procesados con métodos estadísticos.

Las encuestas están dirigidas hacia el mercado meta, el cual se definió como las clínicas médicas ubicadas en La Entrada, Copán; que serán aplicadas a las treinta clínicas existentes.

5.4.2.2 Entrevistas

Jonathan García-Allen, (2015) define las entrevistas como: “una técnica cualitativa de recogida de información en la que participan dos individuos (aunque pueden participar más). Ésta no se considera una conversación informal, pues tiene una intencionalidad, un objetivo.”

Se utilizará la técnica de entrevista con una representante del ARSA, la Dra. Ada Magdalena Martínez, quien dará una explicación más detallada sobre los requisitos, beneficios, responsabilidades, y todo lo necesario para iniciar la operación de una distribuidora de medicamentos.

Se ha entrevistado al director del Centro de Salud de La Entrada, Copán, el Dr. Edwin Rafael Reyes, quien ha sido de ayuda para conocer mejor el mercado local, la competencia en el rubro médico, los medicamentos con mayor rotación y facilitado el contacto de distintas droguerías para poder tener una lista de sus precios y conocer el poder de negociación con el que se cuenta.

5.5 Fuentes de Información

En este inciso se explican los medios a utilizar de los cuales se obtuvo toda la información detallada y relevante para el desarrollo y ejecución de este proyecto de investigación como ser: libros, tesis, artículos científicos, páginas web, periódicos digitales entre otros.

5.5.1 Fuentes Primarias

Constituyen el objetivo de la *investigación bibliográfica o revisión de la literatura* y proporcionan datos de primera mano (Danke, 1989). Ejemplos de éstas son: libros, antologías, artículos de publicaciones periódicas, monografías, tesis y disertaciones, documentos oficiales, reportes de asociaciones, trabajos presentados en conferencias o seminarios, artículos periodísticos, testimonios de expertos, películas, documentales, videocintas, foros y páginas de Internet, etcétera. (Hernández Sampieri & Fernández Collado, Metodología de la Investigación, 2004)

Revisar el material de origen primario puede ser valioso para mejorar su trabajo de investigación general porque:

- Son materiales originales,
- Fueron creados a partir del período de tiempo involucrado,
- No han sido filtrados a través de la interpretación o evaluación de otros, y
- Representar pensamientos o experiencias originales, informar sobre un descubrimiento o compartir información nueva. (Investigadores, 2020)
- Fuentes primarias en esta investigación:
- Libros consultados a través del CRAI
- Entrevistas a personal médico, Dr. Edwin Rafael Reyes, Director de Centro de Salud, La Entrada, Copan.
- Entrevista a personal médico, Dr. Magdalena , ARSA

Encuestas a personal médico en La Entrada, Copan.

5.5.2 Fuentes Secundarias

Para efectos de la presente investigación y poder llevar a cabo este estudio se tomarán en cuenta las siguientes fuentes de información secundarias como:

- ARSA
- Periódicos digitales; Gaceta
- Tesis de PREGRADO Y POSTGRADO de CEUTEC Y UNITEC.
- Libros sobre Metodología de la investigación.

- Sitios webs; Bio Cuba Farma, El desafío de una medicina.
- Diccionario.

Toda la información seleccionada es estricta y específicamente sobre la temática de la investigación.

5.6 Limitantes del Proyecto

Como limitantes del presente proyecto de pre factibilidad se encontraron varias barreras como ser:

- El motivo principal de nuestras limitantes es el cierre de las carreteras por motivo del resguardo del COVID-19.
- Fenómenos naturales: Huracán ETA, huracán IOTA, tormentas tropicales.
- Cortes de energía, interrupción de líneas telefónicas e internet por huracanes.
- Resistencia por parte de las farmacias en las zonas al encontrar a la nueva distribuidora médica como una amenaza.

5.7 Limitantes de la Investigación

Durante el proceso realizado hasta el día de hoy en la investigación, se encontraron las siguientes limitantes:

- El factor tiempo, ya que en ciertos capítulos a entregar se brinda poco tiempo para su entrega.
- La búsqueda de información fidedigna se realiza de una manera más acelerada y compleja como en el caso del marco teórico, apartado fundamental de esta investigación.

5.8 Cronología de Trabajo

Tabla 5.7: Cronología de trabajo de investigación

Actividad	Estado	Inicio	Fin	29/11/20	30/11/20	1/12/20	2/12/20	3/12/20	4/12/20	5/12/20	6/12/20	7/12/20	8/12/20	9/12/20
Definir la población y muestra	Completado	29/11/20	1/12/20											
Elaboración de instrumentos	Completado	1/12/20	4/12/20											
Aplicación de encuestas	Completado	4/12/20	7/12/20											
Análisis de resultados	Completado	7/12/20	9/12/20											

Tabla 5.7: Cronología de trabajo de investigación

Fuente: (Propia,2020)

CAPÍTULO VI RESULTADOS Y ANÁLISIS

6.1 Definición del modelo de negocio

Se puede definir un modelo de negocios como “un conjunto complejo de rutinas interdependientes que se descubren, ajusta y matizan mediante la acción”¹. El término más importante dentro de esta definición está dado por la palabra interdependientes. Y esta es una de las principales diferencias de esta herramienta. En términos generales se suele usar para definir cómo un negocio o empresa genera valor a través de la utilización de la cadena de valor. Si bien esta es una herramienta muy importante, la misma es muy estática, lineal y no muestra relaciones entre las actividades primarias y las actividades de apoyo.

El modelo de negocio debe tener en cuenta componentes para genera ingresos y posteriormente beneficios. Estos componentes deberían incluir: recursos y competencias para generar valor, organización de la empresa dentro de una red de valor dentro de los límites de la empresa y la proposición de valor para los productos y servicios suministrados. Con respecto a los recursos podemos citar el caso de American Airlines y el desarrollo del sistema Sabre. Este último, ha sido el sistema informático que, si bien se desarrolló en forma interna, terminó siendo una fuente de generación de ingresos ya que fue ofrecido a terceros. (Santos, 2020)

Tabla 6.1 Lean Canvas

Problema	Solución	Propuesta de valor	Ventaja competitiva	Segmento de clientes
Alza en los precios de los medicamentos e insumos médicos (jeringas, gasas, guantes, alcohol, etc.). Desabastecimiento de ciertos medicamentos localmente. Tiempo de espera incierto para la recepción de medicamentos por medio de visitadores médicos.	Precios establecidos solamente afectados por los costos pero no su demanda. Manejo eficiente de inventarios para disminuir el riesgo de desabastecimiento en base a crecimiento de la demanda. Ubicación céntrica y oportunidad de entrega a domicilio para disminuir tiempos de entrega.	Precio de mayorista en medicamentos y distribución de insumos médicos al por mayor para la comercialización interna de medicamentos en las clínicas médicas privadas sin importar la cantidad de compra.	Productos a un costo menor en comparación a los proveedores de medicamentos locales en la actualidad. Ubicación estratégica para un mejor posicionamiento de mercado. Implementación de estrategias tecnológicas y tradicionales para la comunicación con los clientes.	Clínicas médicas privadas.
	Métricas clave		Canales	
	Venta de medicamentos. Abastecimiento de inventario. Crecimiento de cartera de clientes. Satisfacción al cliente.		Digitales: Redes sociales (IG, FB) WhatsApp Business Llamadas telefónicas Correo electrónico Convencionales: Visitas puerta a puerta. Oficina en físico.	
Estructura de Costes		Fuentes de ingreso		
Gastos Administrativos.		Ventas al contado.		
Gastos Operativos.		Transferencia bancaria, efectivo, tarjeta de crédito o débito.		

Tabla 6.1: Lean Canvas

Fuente: (Propia, 2020)

6.1.1 Problema

Ante la pandemia actual del COVID-19 muchas empresas farmacéuticas se han visto afectadas por el desabastecimiento de medicamentos en distintas zonas del país, al igual que el encarecimiento de los medicamentos por su alta demanda y falta de regularización por las entidades pertinentes, y problemas en las entregas de medicamentos por medio de los laboratorios farmacéuticos o distribuidoras de medicamentos alrededor del país.

6.1.2 Solución

Al contar con una distribuidora de medicamentos localmente, el tiempo de entrega puede ser inmediato al tener la facilidad de movilizarse a recoger el producto, al igual que se brinda la oportunidad de entrega a domicilio; esto manteniendo los precios sobre los medicamentos de una manera justa y regulada.

6.1.3 Propuesta única de valor

Al enfocar el inventario en 52 tipos de medicamentos distintos, esto brinda la oportunidad de un poder de negociación sobre estos con los laboratorios farmacéuticos, pudiendo así brindar precios menores y disminuyendo el riesgo de sobreabastecimiento de los clientes.

6.1.4 Ventaja competitiva

Un precio competitivo sin la necesidad de comprar en grandes cantidades es muy importante para las clínicas médicas privadas, ya que ellos dependen mucho de su demanda, la cual fluctúa por temporadas, esto disminuye su inversión inicial brindándoles un retorno de inversión más rápido. La ubicación de la distribuidora de medicamentos es céntrica, lo cual brinda la oportunidad de recoger su producto cuando se requiera, un mejor posicionamiento de mercado, y una comunicación efectiva entre cliente-proveedor.

6.1.5 Segmento de clientes

El segmento de clientes principal son las clínicas médicas privadas; esto se debe a que estas mismas tienen el permiso de distribuir ciertos medicamentos dentro de sus establecimientos, siempre y cuando no sea venta abierta al público sino directamente para sus pacientes.

6.1.6 Estructura de costos

La estructura de costos se basará en la publicidad y gastos operativos que requiera la distribuidora de medicamentos.

6.2 Descripción del producto

La función que tendrá la distribuidora de medicamentos en La Entrada, Copán será la comercialización de medicamentos a un mejor precio, y abastecer a clínicas privadas que deseen comercializar medicamentos internamente a un precio de mayorista con una inversión menor comparada a la necesaria con los competidores para obtener este mismo beneficio.

6.2.1 Visión

Ser una empresa líder en la distribución y venta de medicamentos a través de los tres pilares de nuestra organización

- Compromiso y lealtad.
- Responsabilidad.
- Calidad de Nuestro Producto.

6.2.2 Misión

Ser una empresa líder en la distribución de productos de consumo masivo, satisfaciendo las necesidades del cliente a través de la calidad de nuestros productos, de servicio personalizado, mercadeo, eficiencia y rentabilidad, con responsabilidad frente a nuestros accionistas, colaboradores, proveedores, al estado y a la sociedad en general.

6.3 Propiedad intelectual



Figura 6.3.1 Logo
Fuente: (Propio, 2020)

Mediante una investigación en la cámara de comercio del departamento de Copán, se conoció que no hay ningún establecimiento bajo el nombre de FARMAMED I registrado, lo cual permite el uso del mismo para la distribuidora de medicamentos en La Entrada, Copán.

6.4 Estudio de Mercado

6.4.1 Análisis de la competencia e industria

Un estudio de mercado es una investigación utilizada por diversos ramos de la industria para garantizar la toma de decisiones y entender mejor el panorama comercial al que se enfrentan al momento de realizar sus operaciones.

Este tipo de estudio es especialmente útil para analizar aspectos como hábitos de compra, región de operación, requerimientos de productos o análisis de la competencia para asegurar el buen desempeño del negocio. (*¿Qué es un estudio de mercado?*, s. f.)

Dentro del análisis de la estructura de una industria es importante conocer todas y cada una de las actividades que desarrollan los diferentes agentes que participan en dicho sector, desde que se aprovisionan las materias primas iniciales hasta que el producto o servicio llega al usuario final.

Al conjunto de dichas actividades y sus eslabones es lo que se llama la cadena de valor del sector, cuyo análisis permite identificar en qué áreas de la industria se pueden desarrollar mayores ventajas competitivas y qué posibilidades de integración o desintegración vertical pueden darse. (CEUPE, s.f.)

6.4.2 Análisis de las fuerzas de Porter

Michael Porter – para muchos considerado el padre del marketing moderno junto con Kotler - desarrolló una herramienta para entender el contexto competitivo de una marca y analizar el mercado de su proyecto empresarial y así lograr una mejor estrategia en cuestión de plan de negocios. Y para conocer las bases de esta propuesta, estas son las cinco fuerzas

detectadas por Michael Porter en su libro *Competitive Strategy*, que son las encargadas de determinar las consecuencias de rentabilidad a largo plazo de un mercado o de un segmento. (A. *Modelo competitivo de Porter*, s. f.)

El modelo de las Cinco Fuerzas de Porter permite analizar una industria a través de la identificación y análisis de 5 fuerzas: la rivalidad entre competidores, la amenaza de entrada de nuevos competidores, la amenaza de ingreso de productos sustitutos, el poder de negociación de los proveedores, y el poder de negociación de los consumidores.

Las fuerzas de la amenaza de entrada de nuevos competidores, la amenaza de ingreso de productos sustitutos, el poder de negociación de los proveedores, y el poder de negociación de los consumidores afectan la fuerza de la rivalidad entre competidores, por lo que esta suele ser la fuerza más poderosa de las cinco. (*Las 5 fuerzas de Porter*, 2014)



Figura 6.2: Modelo de las cinco Fuerzas de Porter
Fuente: (Porter, 2015)

Nuevos Competidores: Competidores indirectos son los que tienen un mayor auge en La Entrada, Copán ya que están ingresando nuevas franquicias farmacéuticas en la zona, aparte de las farmacias locales que llevan años en el mercado local.

Clientes: Personas que harán uso de nuestro producto o servicios a cambio de dinero, son parte fundamental ya que ellos son los compradores del producto. El mercado meta de la distribuidora de medicamentos son las clínicas médicas privadas para iniciar sus operaciones, con la oportunidad de expandir su cartera de clientes en base a las oportunidades que el mercado brinde.

Producto Sustituto: Los productos sustitutos son aquellos bienes que pueden ser consumidos en el lugar de otros. Su característica principal es que tienen demandas relacionadas entre sí, es decir, que el consumidor sabe que puede sustituir uno por otro cuando lo crea oportuno. El mejor ejemplo para el área de medicamentos como producto sustituto son las medicinas naturales. Los productos sustitutos como las medicinas naturales son un factor de riesgo muy bajo, esto debido a que la mayoría de los médicos creen más en los fármacos químicos.

Proveedores: Los proveedores son vitales para la producción o comercialización de un producto, estos suelen tener un gran impacto en la organización. Dentro de la cadena de valor forman un gran valor estratégico, ya que ellos son los que abastecen a la distribuidora. Los proveedores iniciales para la distribuidora de medicamentos serán:

- Droguería IPF
- Droguería IMPOMO
- Droguería Francesca
- Droguería Dimedics
- Droguería Corinfar

Los proveedores mencionados anteriormente se basan a una relación comercial previa con cada uno de ellos, lo que facilita una pronta respuesta, precios más competitivos, facilidades de pago y mejores beneficios para iniciar.

6.4.3 Análisis de consumidor

Cuando se habla de análisis del consumidor, se refiere a descifrar la manera en la que piensan los clientes y todos los aspectos que podrían influenciar en sus decisiones de compra. La problemática surge al darse cuenta que el comportamiento ante un mismo estímulo es diferente en cada persona o hasta algunas veces es distinto al repetirlo varias veces en la misma persona, dando a entender que es un campo muy complejo, que demanda suma delicadeza y dedicación.

Entre los factores que afectan en la toma de decisión se encuentran: la personalidad y sus estilos de vida, la cultura, influencias familiares, la clase social, influencia de los grupos de referencia, la percepción, las actitudes, el aprendizaje, etc. Como se puede observar no solo los grupos a los que pertenece tienen peso en la elección, también los grupos referentes influyen, cosa que antes no se daba, demostrándonos los cambios que se producen en este campo con el paso de los años. (Idrogo et al., s. f.)

6.4.4 Resultados de las encuestas

En el trayecto de este capítulo se dará a conocer el resultado de las encuestas aplicadas a 28 médicos en la ciudad de La Entrada, Copán con su análisis.

1. ¿Cuenta usted con su propia clínica médica?

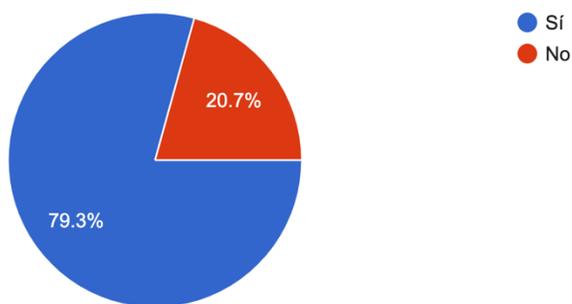


Figura 6.4.4.1: Clínica médica propia
Fuente: (Propia, 2020)

Análisis: La gráfica anterior demuestra que, de 28 personas encuestadas, el 79.3% cuentan con sus propias clínicas médicas. Esta cantidad de negocios brinda la oportunidad de

conocer el comportamiento del mercado en La Entrada, Copán con respecto a la compra de medicamentos e insumos médicos para uso propio o venta.

2. En caso que su respuesta anterior haya sido un "Sí". ¿En qué ciudad está ubicada?

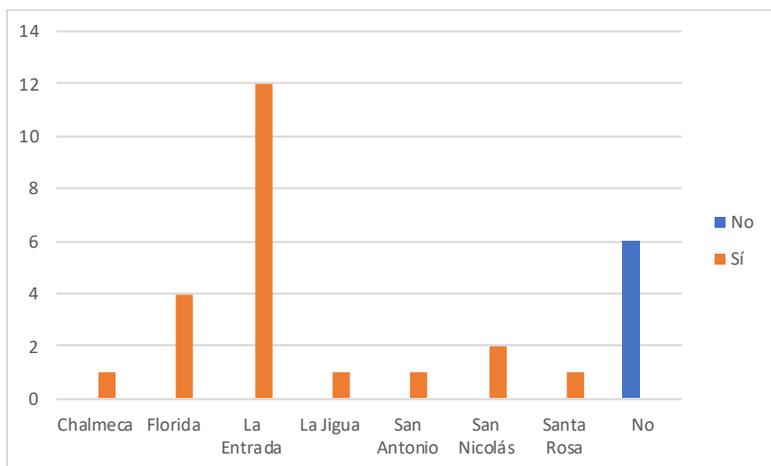


Figura 6.4.4.2: Ubicación de clínicas
Fuente: (Propia, 2020)

Análisis: La gráfica anterior demuestra que la mayoría de las clínicas privadas están ubicadas en La Entrada, Copán; teniendo también mercados potenciales dentro del municipio de Nueva Arcadia ciudades como Chalmecca, Florida, La Jigua, San Antonio, San Nicolás y Santa Rosa de Copán. La mayoría de las ciudades nombradas anteriormente se ubican carretera a Copán Ruinas, lo cual se tomará en consideración para definir la ubicación del local en físico.

3. ¿Cuánto tiempo ha laborado como médico?

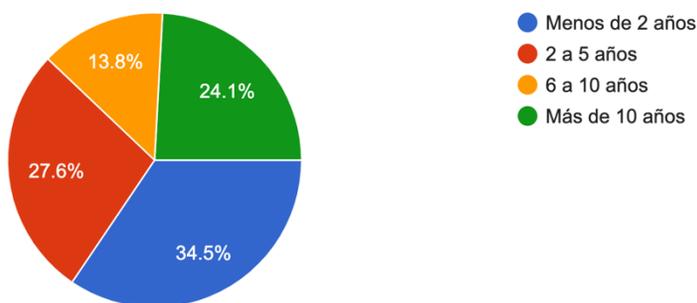


Figura 6.4.4.3: Experiencia en la rama
Fuente: (Propia, 2020)

Análisis: La gráfica anterior busca conocer la experiencia en los médicos encuestados, lo cual servirá como referencia sobre la veracidad y confianza de las respuestas sobre las preferencias del consumidor, tipo de medicamentos principales y maneras de comunicación efectiva para cada mercado.

4. ¿Labora usted en algún establecimiento médico distinto a clínica médica propia?

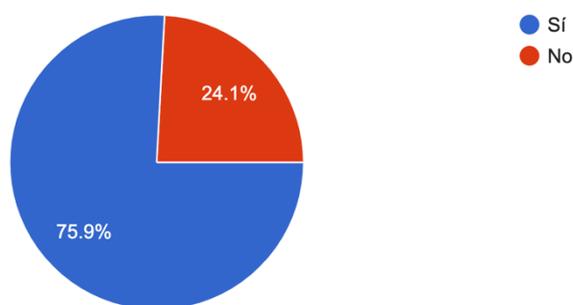


Figura 6.4.4.4: Tendencia de médicos laborando en distintos establecimientos
Fuente: (Propia, 2020)

Análisis: La gráfica anterior tiene como fin conocer otros establecimientos médicos que operan dentro del municipio de Nueva Arcadia, esto para desarrollar estrategias de ventas en otros mercados los cuales tienen distintos procesos para la compra de medicamentos e insumos médicos. Los resultados anteriores demuestran que el 75.9% de los médicos encuestados laboran en otros establecimientos distintos a una clínica médica propia.

5. En caso la respuesta anterior sea un “Sí”, escoja la(s) que apliquen:

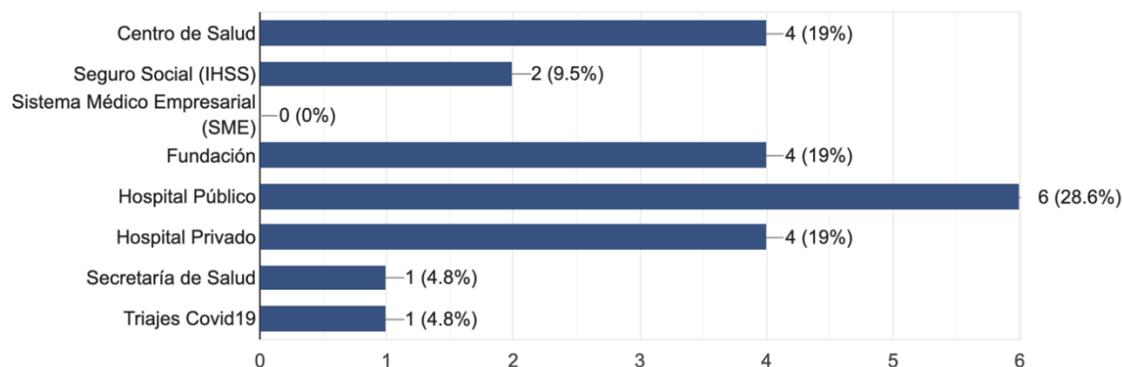


Figura 6.4.4.5: Mercados potenciales en la zona
Fuente: (Propia, 2020)

Análisis: La gráfica anterior muestra los establecimientos médicos ubicados en el municipio de Nueva Arcadia, lo cual demuestra que tres de los mencionados anteriormente, Centro de Salud, Seguro Social y Hospital Público son entidades públicas que compran insumos en base a licitaciones dirigidas a la Secretaría de Salud.

6. ¿Compra usted medicamentos e insumos médicos para el uso o venta dentro de su establecimiento?

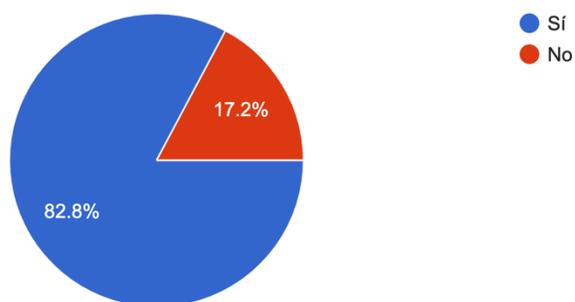


Figura 6.4.4.6: Encargado de compras
Fuente: (Propia, 2020)

Análisis: La gráfica anterior tiene como fin identificar los encargados de compra de medicamentos e insumos médicos dentro de sus establecimientos, los cuales el 82.8% de los encuestados se hacen cargo de la compra de ello. El 17.2% de los encuestados que marcaron

“no” como respuesta, son los mismos que en la pregunta 1 que no cuentan con su propia clínica médica.

7. ¿Cada cuánto compra medicamentos e insumos médicos para su establecimiento?

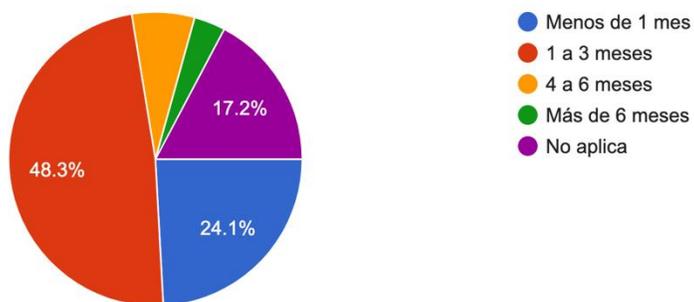


Figura 6.4.4.7: Encargado de compras
Fuente: (Propia, 2020)

Análisis: La gráfica anterior sirve como barra para conocer el comportamiento del mercado actual en la compra de medicamentos e insumos médicos ya sea para su uso propio o venta. Según la tendencia, se puede determinar que el 72.4% de los encuestados realizan compras mensuales. El 17.2% que eligieron “no aplica” han sido los mismos que mencionaron anteriormente que no cuentan con sus clínicas médicas propias por el momento. Las personas que escogieron de 4 a 6 meses y más de 6 meses son los mismos que hacen compras por montos menores a L. 5,000.00 al mes, lo cual significa que no venden medicamento, sino que compran insumos médicos (gazas, jeringas, sueros, etc.) para su uso.

8. ¿Cuánto invierte usted mensualmente para la compra de medicamentos y/o insumos médicos para su establecimiento?

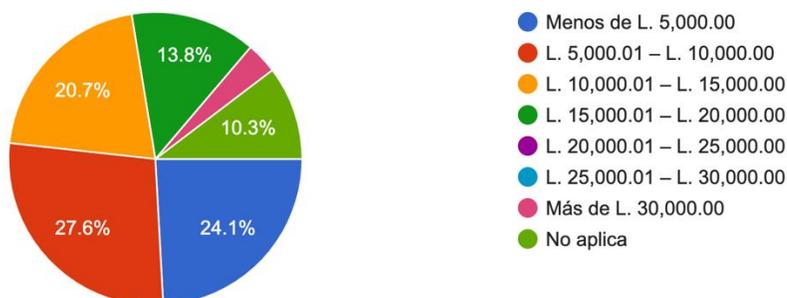


Figura 6.4.4.8: Presupuesto mensual de compra de medicamentos
Fuente: (Propia, 2020)

Análisis: La gráfica define la media del presupuesto de compra de los médicos y clínicas médicas encuestadas para poder definir un promedio de los ingresos mensuales potenciales como distribuidor de medicamentos en la zona. Las personas que escogieron los montos “menos de L. 5,000.00” mostraron una tendencia en realizar sus compras solamente en farmacias, lo cual se podría definir como compras de medicamentos básicos e insumos médicos especialmente para su uso interno.

9. ¿En qué establecimientos compra usted medicamentos y/o insumos médicos para su uso o venta?

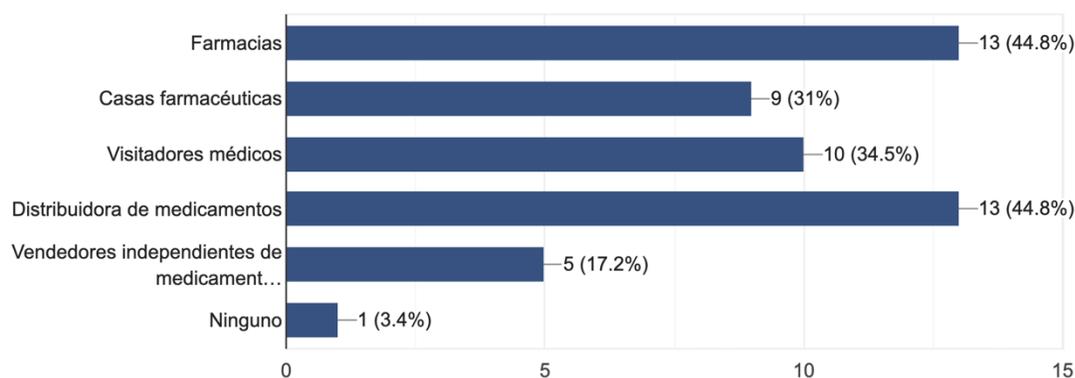


Figura 6.4.4.9: Preferencia de establecimientos para compra de medicinas e insumos médicos
Fuente: (Propia, 2020)

Análisis: Esta gráfica muestra la tendencia del mercado en la compra de medicamentos e insumos médicos ya sea para su venta o consumo. Esta misma demuestra una tendencia que los médicos con más de 10 años en la industria, tienen una preferencia por visitantes médicos, distribuidoras de medicamentos y vendedores independientes. Las farmacias mostraron una tendencia en personas que compran montos menores a L. 5,000.00 dado que se utilizan más que todo para insumos médicos básicos con uso recurrente. Las casas farmacéuticas son usadas por personas con una experiencia mayor a 5 años en la industria.

10. ¿Cuáles considera usted que son los 20 medicamentos más importantes para mantener en inventario dentro de un establecimiento médico?

Producto	Detalle	Producto	Detalle	Producto	Detalle	Producto	Detalle
Acetaminofén	Suspensión 120ml	Cefadroxilo	Tabletas x100	Hiocina	Tabletas x100	meloxicam	Tabletas x10
acetaminofén	Tabletas x100	Cefadroxilo 125	Suspensión 60	ibumetin	Jarabe 120ml	Metronidazol	Jarabe 120ml
acetaminofén	Jarabe 60ml	Cefadroxilo 250	Suspensión 100ml	Ibuprofeno	tabletas	nitaxozanida	Tabletas x6
Acetaminofén	Tabletas x100	ceftriaxona	Ampollas 1g	Ibuprofeno	Jarabe	nitaxozanida	Suspensión 60ml
Acetaminofén	Jarabe	Ceftriaxona	Ampollas	Ibuprofeno	Crema	Nitaxozanida	Tabletas x60
Acetaminofén	Tabletas x100	Ceftriaxona finlay	Ampollas 1g	Ibuprofeno	Jarabe 120ml	Quimopin	Jarabe 120ml
Ambroken C	Jarabe	Celedexa	Jarabe	Ibuprofeno	Tabletas x60	saluvit	Tabletas x100
Amikacina	Ampollas	Celedexa	tabletas	IP Brol	Tabletas x50	saluvit	Jarabe 120mlñ
Amoxicilina	Tabletas x100	Claritromicina	Suspensión 60ml	IP Brol	Jarabe 120ml	sinofar	Tabletas x50
amoxicilina	Suspensión 100ml	Complejo B	Ampollas	Lansoprazol	Capsulas x 30	sinofar	Jarabe 120ml
amoxicilina	Tabletas x100	Complevit	Tabletas x30	Iansoprazol	Tabletas x100	Sinofar D	Tabletas x50
amoxicilina	Susp preparada	Complevit	Jarabe 240ml	Lansoprazol	Tabletas x100	Sinofar D	Jarabe 60ml
amoxicilina	Suspensión 100ml	desketoprofeno	Tabletas x10	Lansoprazol	Tabletas x60	tervinafina	Tabletas x10
Antiácido	Jarabe	Desketoprofeno	Tabletas x100	Levocetiricina	Tabletas x100	tervinafina	Crema
antipasmódico	Tabletas x100	dilabrom	Jarabe 120ml	loratadina	Tabletas x50	Trimetropin	Tabletas x60
antipasmódico	Jarabe 120ml	dologesic	Tabletas x100	loratadina	Jarabe 60ml	viroken	Tabletas
Azitomicina	Tabletas x60	Esomepraken	Tabletas	Loratadina	Tabletas x100	viroken	Jarabe
azitromicina	Tabletas x5	Esomeprazol	Tabletas x60	Loratadina	Jarabe 120ml		
azitromicina	Suspensión 15ml	fluconazol	Tabletas x10	Loratadina	Tabletas x100		
Cefadroxilo	Tabletas x 50	Fluconazol	Tabletas x10	Loratadina	Jarabe 120ml		

Figura 6.4.4.10: Medicamentos con mayor rotación

Fuente: (Propia, 2020)

Análisis: Esta lista tiene como fin identificar los medicamentos con mayor rotación en el mercado, lo cual garantizará un flujo de efectivo constante con una rotación de inventario fluida. Esta lista se usará como barra para realizar la cotización de medicamentos con distintos proveedores y así encontrar las opciones más rentables y con mejores beneficios.

11. ¿Qué tipo de medicamentos prefiere para la compra y venta en un establecimiento?

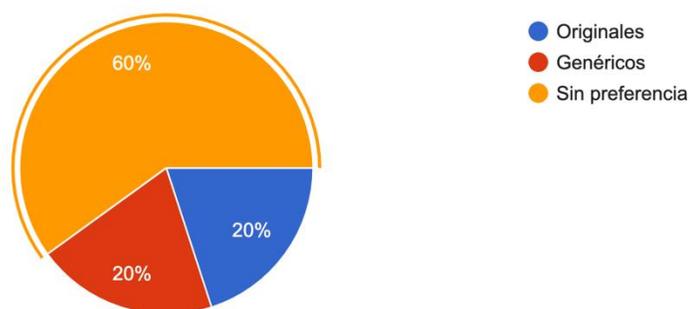


Figura 6.4.4.11: Tipo de medicamento de preferencia
Fuente: (Propia, 2020)

Análisis: La gráfica anterior tiene como finalidad conocer la preferencia de los médicos en el uso de medicamentos, sean originales o genéricos. El 60% de la población entrevistada marcó “sin preferencia” lo cual puede interpretarse que la preferencia del médico se encuentra en el principio activo por sobre el nombre comercial del producto.

12. ¿Cuáles considera usted que son los 10 insumos médicos más importantes para mantener en inventario dentro de un establecimiento médico?

Gazas	Jeringas
Guantes	Alcohol
Esparadrapo	Sondas
Yodopovidona	Gel
Jabón antiséptico	Agujas
Hilo sutura	Yeso
Equipo de cirugía menor	Mariposa
Espéculos	Catéter
Mascarillas	Kit de sutura
Algodón	Vendas

Figura 6.4.4.12: Insumos médicos con mayor rotación
Fuente: (Propia, 2020)

Análisis: La lista anterior detalla los insumos médicos de mayor rotación y que son necesarios en un establecimiento médico. Estos insumos son los que tienen mayor movimiento

entre las personas que tienen un presupuesto menor a L. 5,000.00 y que puede ser distribuido dentro de una distribuidora de medicamentos y vendidos al por mayor.

13. Para usted, ¿Qué aspecto considera más atractivo al comprar medicamentos e insumos médicos para su venta y/o consumo dentro de un establecimiento médico?

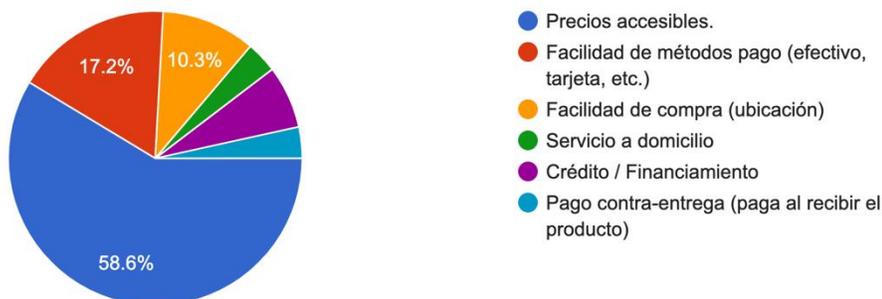


Figura 6.4.4.13: Preferencia para escoger proveedor
Fuente: (Propia, 2020)

Análisis: La gráfica anterior busca encontrar el aspecto principal para los clientes potenciales para escoger su proveedor. El 58.6% de los encuestados está más interesado en precios accesibles para la compra de medicamentos e insumos médicos, al igual que el 17.2% prefiere tener alternativas en el método de pago como ser pago con tarjeta, transferencia, etc.

14. ¿Cuál considera el método más efectivo para la comunicación con un proveedor de medicamentos e insumos médicos?

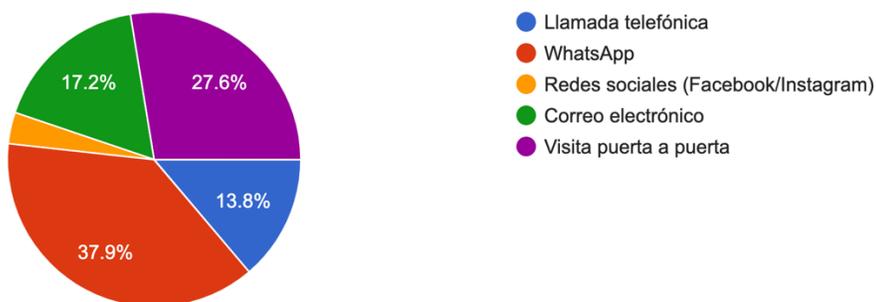


Figura 6.4.4.14: Preferencia de comunicación con proveedor
Fuente: (Propia, 2020)

Análisis: La gráfica tiene como finalidad encontrar el método más atractivo para los clientes para su comunicación, ya sea para realizar órdenes o cotización de producto. WhatsApp y Visita Puerta-Puerta son las más atractivas, seguidos por correo electrónico. Se implementará WhatsApp Business para mantener una comunicación fluida con los clientes, al igual que se abrirá un correo electrónico y se realizará estrategia de ventas junto con los vendedores para poder brindar el servicio de visita médica.

15. ¿Qué método preferiría para conocer las promociones vigentes de su proveedor de medicamentos e insumos médicos?

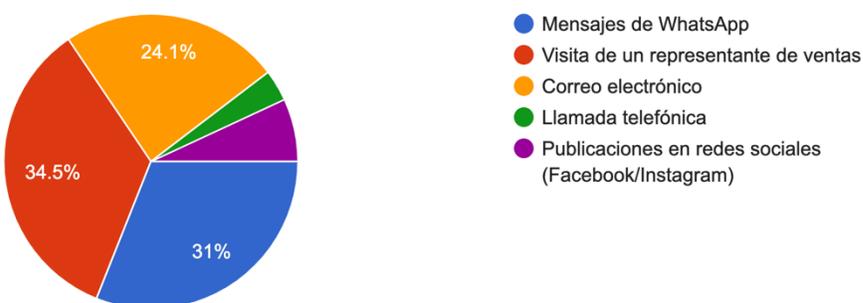


Figura 6.4.4.15: Preferencia para ofertas y promociones
Fuente: (Propia, 2020)

Análisis: La gráfica anterior tiene como finalidad conocer la preferencia del mercado meta para conocer las promociones vigentes dentro de la distribuidora de medicamentos. 34.5% de los encuestados prefieren a un representante de ventas que los visite para brindar esta información, seguido por un 31% por mensajes de WhatsApp y un 24.1% el uso de correo electrónico.

16. ¿Consideraría una distribuidora de medicamentos ubicada en La Entrada, Copán como su proveedor?

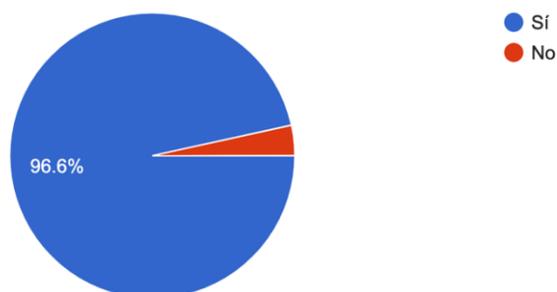


Figura 6.4.4.16: Identificar aceptación del mercado
Fuente: (Propia, 2020)

Análisis: La gráfica anterior muestra la aceptación del mercado meta para consumir en nuestro establecimiento. Después de haber entrevistado 28 personas, podemos determinar que el 96.6% de la población encuestada estaría interesada en el producto propuesto en caso cumplan con lo descrito anteriormente como ser precios competitivos, comunicación efectiva y uso de nuevas herramientas para ofrecer el producto.

6.4.5 Estimación de tendencia de mercado

Es una estimación razonable de las posibles Ventas de un producto, de un grupo de productos o de servicios, para todo un sector de un mercado, durante un periodo concreto y bajo condiciones ideales de demanda. (*La estimación de la Demanda en Proyectos de negocio - wiki EOI de documentación docente, s. f.*)

Crecimiento		2%				
Demanda de Medicamentos						
Productos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
Medicamentos	8,198	8,362	8,530	8,700	8,874	9,052
Total	8,198	8,362	8,530	8,700	8,874	9,052

Cantidad demanda anual	Crecimiento del 2% anual
Medicamentos	L 402.08 Crecimiento basado en la Inflación
Porcentaje de ventas al contado será de 100%	
Porcentaje de ventas al credito será 0%	
Politica de crédito a 30 días	

Figura 6.4.5.1 Demanda de medicamentos
Fuente: Propio (2020)

La demanda tendrá un incremento del 2% cada año, por lo tanto, se considera que la venta de medicamentos será el servicio que genere más ingresos a la empresa.

6.4.6 Análisis FODA

Un análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas), o SWOT Analysis en inglés, es una herramienta de planeación y toma de decisiones que te ayuda a entender los factores internos y externos de una situación que quieras mejorar, innovar o incluso prevenir. También se le conoce como análisis DAFO, y algo importante por saber es que al realizarlo debes asegurarte de que cada elemento escrito en este ejercicio pueda medirse. (OCC Mundial, 2021)

Tabla 6.4: Análisis FODA

FORTALEZAS	Precios competitivos a las clínicas médicas privadas sin necesidad de hacer compras grandes.	OPORTUNIDADES	Nuevos centros asistenciales públicos no abastecidos por el gobierno central ni el ministerio de salud.
	Uso tecnológico para el control de inventarios, comunicación y satisfacción al cliente.		Oportunidad de expansión de servicios a localidades aledañas.
	Conocimiento del comportamiento del mercado en base a los productos de mayor rotación.		Alza en la demanda de clientes en clínicas privadas debido a la conscientización por síntomas y el evitar contagios en lugares públicos.
DEBILIDADES	Nuevos en el mercado como una distribuidora de medicamentos.	AMENAZAS	Resistencia por parte de los competidores indirectos (farmacias) locales que genere una competencia desleal.
	Relación con pocos proveedores; limita la oportunidad de negociación de plazos de pago y precios.		Fluctuación desmedida en los precios de los insumos médicos (gazas, jeringas, alcohol, etc.).
	Control sobre el tiempo de respuesta por parte de los vendedores y atención al cliente.		Incumplimiento por parte de los proveedores en sus tiempos de entrega.

Fuente: (Propia, 2020)

Partiendo de lo anterior, el cual tomó como base los hallazgos encontrados al analizar las Fuerzas de Porter, se puede proceder a crear estrategias para discipar o disminuir las amenazas y debilidades encontradas y así aumentar las posibilidades de éxito del proyecto propuesto; para ello, se ha realizado una Matriz FODA y así poder comparar factores clave para el beneficio del proyecto.

Tabla 6.5: Matriz FODA

Matriz FODA: FARMAMEDI	Fortalezas (F)	Debilidades (D)
Oportunidades (O)	<p>Estrategia FO: parte principal de las fortalezas es la implementación de medios tecnológicos, como ser WhatsApp Business para mensajería, redes sociales, sistema de control de inventarios, etc. Se pueden dar a conocer las promociones vigentes para así introducir la empresa en nuevos mercados aledaños.</p> <p>De igual manera, por la ubicación estratégica y los precios brindados, se puede aprovechar el aspecto cultural en los cuales los encargados de compras de los nuevos centros asistenciales pueden ser fácilmente localizados para así poder discutir los requisitos y la oportunidad para ser sus proveedores.</p>	<p>Estrategia DO: al utilizar medios como WhatsApp Business se puede medir el tiempo de respuesta de los vendedores y atención al cliente, lo que debe ser parte de sus KPI's; de igual manera, se puede implementar una encuesta al final del día hacia las personas que contactaron, para así conocer cuál fue su nivel de satisfacción con la interacción y poder encontrar aspectos de mejora para cuidar la atención al cliente en todo momento.</p> <p>Al contar con pocos proveedores para iniciar, se debe cuidar los tiempos de pago y mantener una comunicación constante con el proveedor, lo cual será responsabilidad del administrador general.</p> <p>Se deben realizar inventarios semanales para así disminuir la oportunidad de desabastecimiento de medicamentos, de igual manera el sistema de inventarios debe permanecer actualizado para facilitar los tiempos de órdenes de compra.</p>
Amenazas (A)	<p>Estrategia FA: al conocer el comportamiento de mercado y los productos con los que se iniciará, es importante comunicarse con los proveedores potenciales para empezar a negociar precios con anticipación, para así poder disminuir la posibilidad que las farmacias locales puedan ejercer una fuerza contra los proveedores para evitar que puedan surtirle a la distribuidora de medicamentos.</p> <p>Dentro de esta misma negociación, se deben discutir garantías y responsabilidades de entrega de productos debidamente documentados y pactados por ambas partes.</p>	<p>Estrategia DA: para los insumos médicos, debido a su fluctuación de precios, se puede empezar analizar la posibilidad de importar estos desde India y China, que son muchos más baratos y se encuentran exentos de impuestos para su importación e introducción al país.</p> <p>Al ser nuevos en el mercado, se puede utilizar como un factor a favor de los primeros proveedores, los cuales tendrían sus medicamentos en primera fila para ser vendidos y así aumentar el flujo de sus productos dentro de la distribuidora de medicamentos.</p>

Fuente: (Propia, 2020)

6.4.7 Factores críticos

Relación con los proveedores: Este tipo de riesgo podría afectar considerando que entre menor sea la base de proveedores, menor poder de negociación se tendrá. Dado el ingreso a un mercado nuevo, puede existir una competencia desleal para evitar que ciertos proveedores puedan brindar sus servicios y productos al menos por el primer año de operación de la distribuidora de medicamentos.

Experiencia en control de costos: La estructura de costos podría afectada ya que pueden incrementar; Esto se ve reflejado mayormente en los insumos médicos (gazas, jeringas, sueros, etc.) ya que cuentan con menor regulación comparada a los medicamentos.

Riesgo competitivo: Este tipo riesgo podría existir debido a la competencia indirecta, las cuales han sido farmacias locales que llevan años en el mercado local. Estas mismas pueden ejercer una fuerza y una competencia desleal para dificultar la relación con otros proveedores.

Riesgo monetario: La inflación de Honduras se calcula en un 4% anual basados a la página oficial del Banco Central de Honduras (BCH); Esto mismo impacta en los precios y de igual manera si la moneda baja, la importación de nuevos medicamentos o insumos médicos se vuelven menos rentable con el tiempo, o se debe reevaluar los precios de venta y distribución.

6.4.8 Estrategia de mercado y ventas

6.4.8.1 Marketing Mix

El objetivo del marketing mix es analizar el comportamiento de los mercados y de los consumidores, para generar acciones que busquen retener y fidelizar a los clientes mediante la satisfacción de sus necesidades. (Emanuel Olivier Peralta, 2020)

El marketing mix comprende cuatro aspectos claves, por ello le llaman las 4P's del Marketing Mix, los cuales son: precio, plaza, producto y promoción/publicidad. Para la estrategia del marketing mix, se han establecido las siguientes:

6.4.8.2 Precio

El precio es un factor de suma importancia ya que es la oferta directa que como empresa se brinda; La distribuidora de medicamentos se basa en un modelo de negocios como las bodegas de medicamentos, en otras palabras se brindan precio de mayorista a compradores minoristas, siempre teniendo un margen de negociación que se le pueden brindar a clientes que compren en mayores cantidades para así asegurar un flujo de ventas constante.

6.4.8.3 Plaza

La plaza tiene que ver con la ubicación, lo cual para la distribuidora de medicamentos se determinó en un nuevo centro comercial que a su vez es un supermercado, Supermercado Peña; La ventaja competitiva sobre su ubicación, es la alta afluencia de personas en la zona, facilidad de acceso ya que el transporte público que se traslada desde la zona de Copán Ruinas tiene que pasar por esa zona para llegar al centro de la ciudad, y en base a las encuestas se determinó un alto interés en médicos que cuentan con consultorios ubicados en la zona antes mencionada.

Esto mismo brinda una facilidad de distribución en caso algunos clientes soliciten el envío de su producto a sus clínicas, lo cual incurrirá en un costo adicional para ellos para entrega ya que este modelo de negocios se caracteriza por entregas dentro del establecimiento solamente.

6.4.8.4 Producto

El producto se basa en lo que se distribuirá a través de la distribuidora de medicamentos, lo cual será orientada en su mayoría a la venta de medicamentos e insumos médicos, con oportunidad de aumentar su inventario a otro tipo de productos médicos en un futuro en base a la demanda que se observe dentro del mercado. Los medicamentos e insumos médicos principales se definieron en base a las encuestas aplicadas y entrevistas, en los que se realizó la interrogante sobre los medicamentos con mayor rotación o más recetados; Esto aumentará el flujo de ventas y disminuirá el riesgo de vencimiento del producto en el establecimiento a largo plazo.

6.4.8.5 Promoción / Publicidad

La promoción contempla los aspectos que harán que la distribuidora de medicamentos pueda ser conocida al igual que sus productos. Para la promoción, se utilizará canales digitales como ser WhatsApp Business, correo electrónico, llamadas telefónicas; de igual manera se implementarán estrategias de visitas médicas por parte del equipo de ventas, el cual iniciará con una persona, pero tiene oportunidad de crecimiento en base a la demanda que se observe.

6.4.8.6 Estrategia de ventas

La estrategia de ventas se basa a los medios y métodos que serán utilizados para garantizar el movimiento del producto. Según las encuestas realizadas, se pudo observar una alta aceptación por el mercado local, al igual que por mercados aledaños (La Jigua, Florida, Chalmecca, Copán Ruinas, Santa Rita, etc.); Habiendo visto esta tendencia, parte principal en la estrategia de ventas es identificar las distintas clínicas médicas y establecimientos médicos de la zona, de esta manera el mercado aumentará y por ende también los ingresos.

Debido a la pandemia actual, el gobierno de la república descentralizó los recursos para compras de medicamentos e insumos médicos para los centros de salud y centros de triaje en todo el país; La Entrada, Copán cuenta actualmente con un centro de salud y un centro de triaje, los cuales pueden ser clientes potenciales y crear una relación a largo plazo también con otras regiones en los alrededores de carácter público pero que no tienen necesidad de entrar a una licitación para poder ser sus proveedores.



Figura 6.1: Mezcla del marketing
Fuente:(Propia, 2020)

6.5 Estudio Técnico

6.5.1 Diseño del producto

El diseño del producto es la creación de nuevos productos para ser vendidos por una empresa. Es un acercamiento de forma sistemática, a la artesanía, conceptualizan y evalúan ideas convirtiéndolas en productos tangibles. (Mott Glosario, 2019)

La distribuidora de medicamentos FARMAMEDDI se caracteriza por ser un almacén y distribuidora de medicamentos, enfocándose en la venta para iniciar de una variedad de los 52 medicamentos con mayor venta dentro de los establecimientos médicos, con un plan de crecimiento de inventario cada dos meses en base a la demanda.

Como principales proveedores, se iniciará con las casas farmacéuticas IPF, Corinfar, Dimedics, Francesca e IMPOMO. Cada uno de ellos cuenta compite con precios entre productos, los cuales dan un poder de negociación en la compra de productos en específico con ellos.

El almacenamiento de los medicamentos será dentro de las instalaciones de la distribuidora de medicamentos, la cual cuenta con espacio suficiente para el inventario inicial con una capacidad de almacenamiento disponible para crecer un 40% en base a la necesidad del mercado.

El proceso de compra se ve definido con los pasos a continuación:

1. Definir los proveedores actuales y proveedores potenciales.
2. Al definir los proveedores, solicitar las cotizaciones para la lista de medicamentos en los cuales se está interesado en adquirir.
3. Al recibir las cotizaciones, se debe definir qué medicamentos cuentan con mejor precio entre proveedores.
4. Definir los beneficios por parte del proveedor, desde los descuentos sobre el producto hasta el los plazos de pago.
5. Definir los tiempos de entrega al hacer la orden de compra.

6. El administrador general brinda la información al propietario para que autorice la orden de compra en base a la necesidad actual.
7. El propietario entrega la orden de compra firmada al administrador general para que proceda hacer el pedido.
8. El administrador general recibe la compra y revisa que se encuentre completa.
9. El auxiliar de bodega ayuda en la descarga y despacho del producto, al igual que realiza el inventario inicial.
10. El personal de atención al cliente realiza un inventario confirmatorio para asegurar que todo haya sido contabilizado adecuadamente.
11. La hoja final se entrega al administrador general para la actualización del sistema y mantener un dato actualizado para no caer en el desabastecimiento.

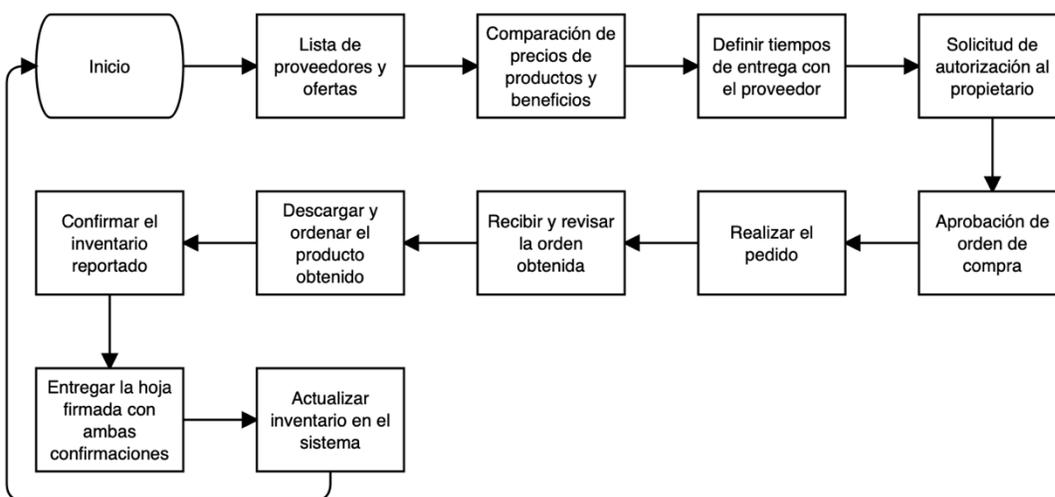


Figura 6.5.3.1 Flujograma de proceso de compra
Fuente: (Propia, 2020)

6.5.2 Instalaciones

Se prevé un espacio físico debido a la necesidad de un almacén para albergar los medicamentos en stock, no hay necesidad de un espacio con refrigeración debido a que se manejara solo producto de alta duración y así reducir riesgos de pérdida de medicamentos por problemas técnicos.

6.5.2.1 Macrolocalización

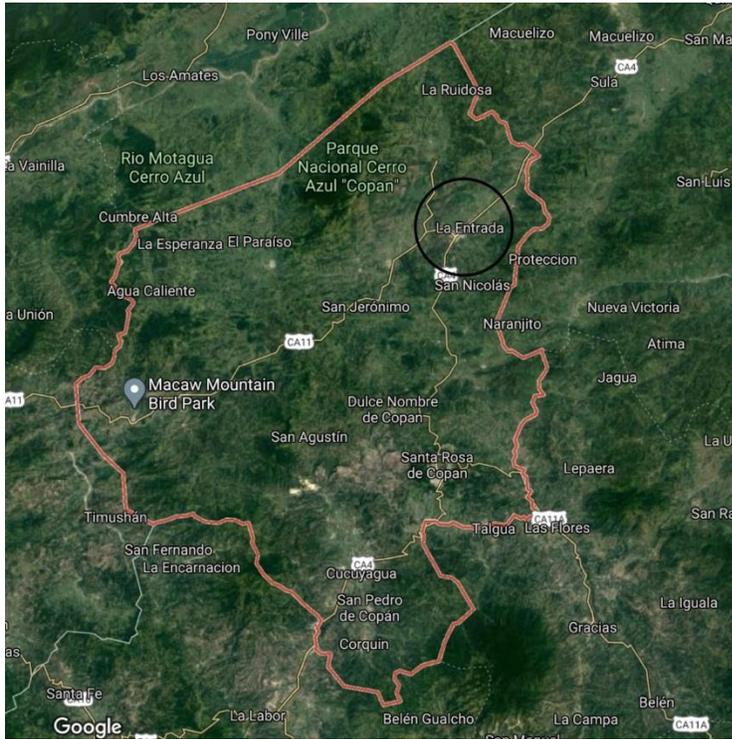


Figura 6.5.2.1 Mapa de Copan
Fuente: (Propia, 2020)

6.5.2.2 Microlocalización

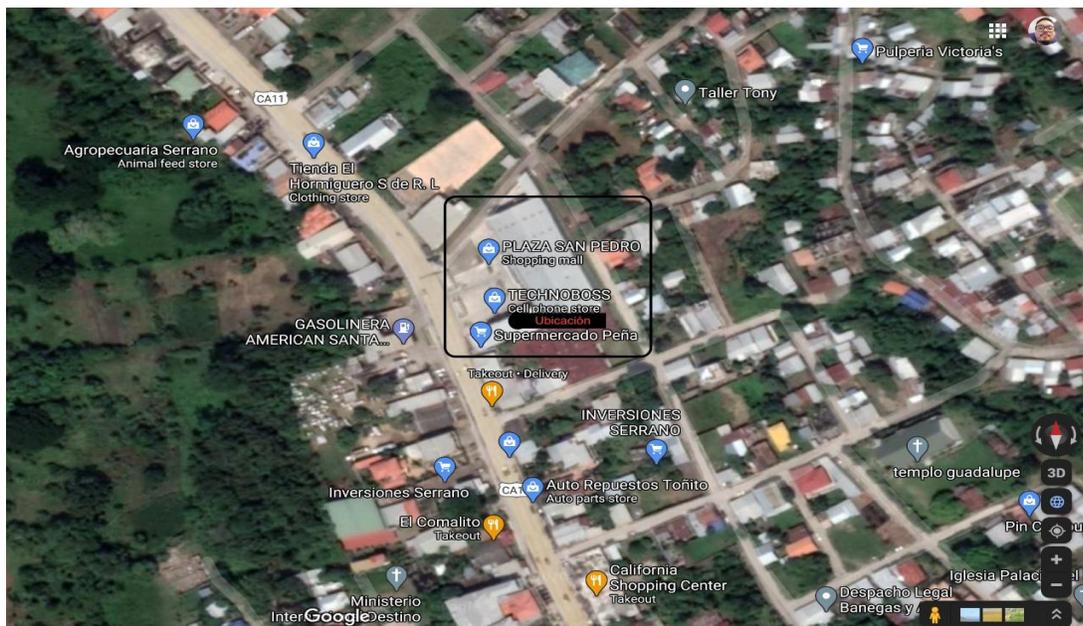


Figura 6.5.2.2 Ubicación de distribuidora de medicamentos
Fuente: (Propia, 2020)

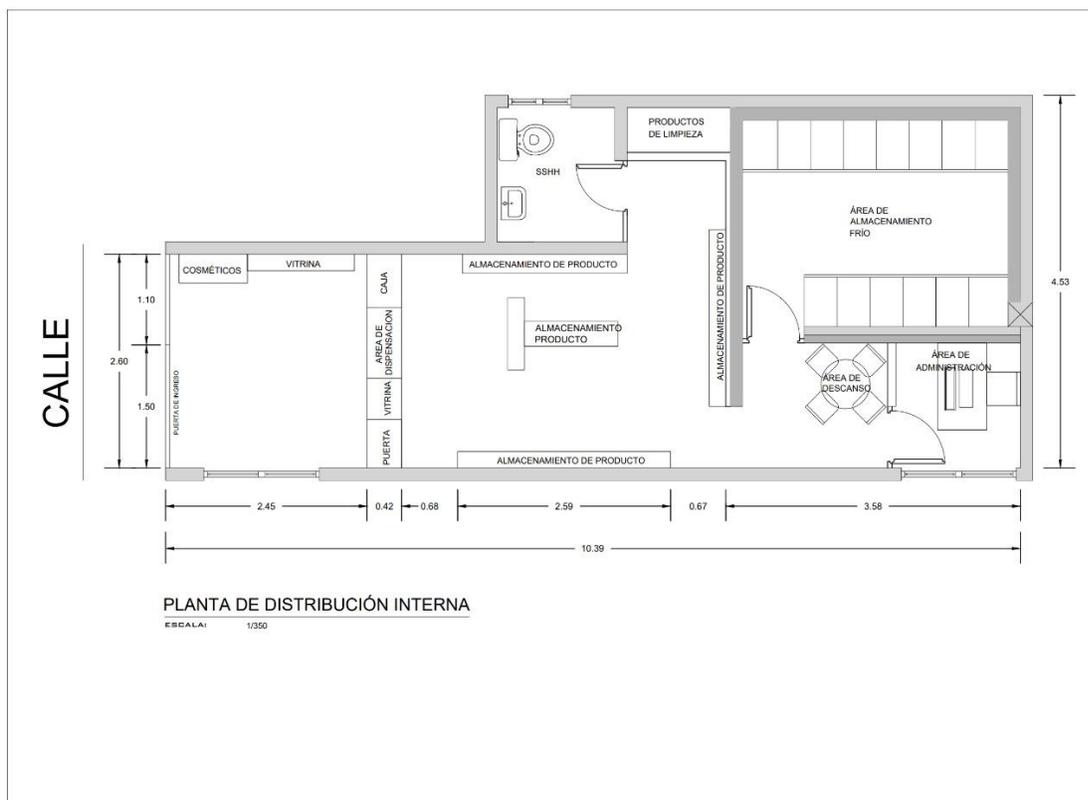


Figura 6.5.2.3 Croquis de planta de Distribuidora interna
Fuente: (Propia, 2020)

6.5.3 Planificación de la producción

La planificación de la producción consiste en establecer un plan de trabajo dependiendo de la cantidad de pedidos o de las ventas esperadas. Esta planificación se hace teniendo en cuenta los materiales disponibles o plazos de entrega, número de trabajadores y la capacidad de producción de las máquinas y los empleados. (EKCIT, 2018)

El local contará con un área de almacenamiento de 12x15, en el cual habrá una mesa para el área de descanso/almuerzo de los colaboradores. Ninguno de los medicamentos necesita refrigeración, por lo cual será organizado por tipo de medicamento y casa farmacéutica, lo cual facilitará el momento de auditoría de inventario.

Las oficinas estarán ubicadas en los locales de Supermercado Peña, sector salida a Copán Ruinas. Se ha definido esta ubicación debido a los resultados en las encuestas, de los cuales se detectó un mercado potencial en esa zona del municipio. De igual manera, cuenta con una enorme afluencia de personas que visitan la ciudad de lugares aledaños para abastecerse de alimentos y otras necesidades básicas.

Para la distribución, se enfocará mayormente a la venta de medicamentos dentro del establecimiento, con la oportunidad de entrega con un costo adicional, lo cual sus costos operativos se ven reflejados en el estudio financiero como “viáticos.”

6.5.4 Estructura organizacional

Según Mitzberg (1984): “La estructura organizacional es el conjunto de todas las formas en que se divide el trabajo en tareas distintas y la posterior coordinación de las mismas.”

De igual manera, Strategor (1988) afirmó que: “La estructura organizacional es el conjunto de las funciones y de las relaciones que determinan formalmente las funciones que cada unidad debe cumplir y el modo de comunicación entre cada unidad.”

La estructura organizacional cuenta con cuatro empleados directos al iniciar la operación de la distribuidora de medicamentos, los que se comprenden como: administrador general, atención al cliente, vendedor, auxiliar de almacén/entregas.

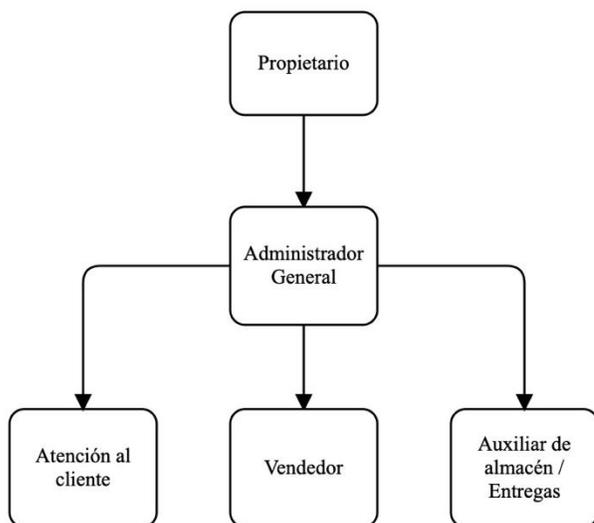


Figura 6.5.4 Estructura organizacional
Fuente: (Propia, 2020)

Se han definidos roles híbridos para cada uno de estos puestos, para así aumentar las utilidades de la distribuidora de medicamentos. Luego de un benchmark a la competencia directa, se conoció que todos cuentan con una media de tres empleados los cuales se hacen cargo de la operación total del negocio, teniendo al propietario dentro de la misma haciendo el rol de administrador general, el cual se está dividiendo por fines de estrategia para que el propietario sea el encargado de compras y de igual manera pueda hacerse cargo en el área estratégica de la operación.

Tabla 6.2: Descriptor de puesto administrador general

IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO DE TRABAJO**IDENTIFICACIÓN** Administrador GeneralCódigo 2021-1**Departamento. Unidad o Sección** Administración Instalación o Sede La Entrada, CopánDenominación de cargo del superior inmediato Propietario de Distribuidora de Medicamentos**OBJETIVO GENERAL DEL PUESTO DE TRABAJO:**

Cada empresa cuenta con un jefe superior, el cual tiene como función general la toma de decisiones adecuadas para una operación estable y la mejora continúa de la misma.

FUNCIONES

- Supervisar la operación dentro del establecimiento por parte de los encargados de atención al cliente y ventas.
- Encargado de facturar y administrar las facturas y documentación clasificada del establecimiento.
- Recibir pagos y encargarse de caja chica.
- Monitorear y dar seguimiento a clientes clave.
- Auditar semanalmente el inventario existente y crear lista de medicamentos por comprar.
- Crear y enviar informe semanal sobre actualizaciones y observaciones de la operación en general.
- Actualización de registro de inventario semanal.

Fuente (Propio, 2020)

Tabla 6.3: Descriptor de puesto atención al cliente

IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO DE TRABAJO**IDENTIFICACIÓN** Atención al clienteCódigo 2021-2**Departamento. Unidad o Sección** Servicio al Cliente Instalación o Sede La Entrada, CopánDenominación de cargo del superior inmediato Administrador General**OBJETIVO GENERAL DEL PUESTO DE TRABAJO:**

Apoyar al administrador general en la atención y seguimiento a clientes, al igual que en caja para recepción de pagos.

FUNCIONES

- Recepción de pagos y facturas en caja.
- Brindar seguimiento a los clientes con sus cotizaciones.
- Enviar promociones vigentes a la cartera de cliente por medio de WhatsApp y correo electrónico.
- Apoyo al administrador general en base a las necesidades del negocio.

Fuente (Propio, 2020)

Tabla 6.4: Descriptor de puesto vendedor

IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO DE TRABAJO**IDENTIFICACIÓN** VendedorCódigo 2021-3**Departamento. Unidad o Sección** Ventas Instalación o Sede La Entrada, CopánDenominación de cargo del superior inmediato Administrador General**OBJETIVO GENERAL DEL PUESTO DE TRABAJO:**

Encargado de buscar nuevos clientes y nuevos mercados para la distribución de medicamentos.

FUNCIONES

- Encargado de buscar nuevas oportunidades de negocio con nuevos clientes y nuevos mercados.
- Encargado de brindar cotizaciones a clientes vigentes.
- Encargado de trabajar junto al propietario y administrador general para crear nuevas estrategias de ventas.
- Encargado de apoyar al auxiliar de almacén y administrador general en la auditoría de inventario.
- Encargado de visitar clientes actuales para conocer su situación actual y ofrecer las promociones vigentes.

Fuente (Propio, 2020)

Tabla 6.5: Descriptor de puesto auxiliar de almacén

IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO DE TRABAJO**IDENTIFICACIÓN** Auxiliar de almacénCódigo 2021-4**Departamento. Unidad o Sección** Almacén Instalación o Sede La Entrada, CopánDenominación de cargo del superior inmediato Administrador General**OBJETIVO GENERAL DEL PUESTO DE TRABAJO:**

Apoyar en el área de almacén para la carga, descarga y despacho de medicamentos al igual que reparaciones dentro del establecimiento.

FUNCIONES

- Carga, descarga y despacho de cajas medicamentos.
- Apoyar al administrador general en la actualización de inventario disponible.
- Mantenimiento del local en reparaciones generales (cambio de bombillos, pintura, etc.)
- Encargarse de las entregas cuando sea requerido.

Fuente (Propio, 2020)

6.6 Estudio Financiero

6.6.1 Plan de Inversión

El plan de inversión de una Distribuidora de Medicamentos se conforma por el mobiliario necesario para el montaje del almacén y recepción necesarios para la operación general de la empresa, lo cual sumado nos brinda un total de **L. 161,150.00**. Para el capital de trabajo, los proveedores brindan financiamiento directo sin ningún interés a un plazo de hasta 45 días de pago de factura o abono por montos no mayores a **L. 200,000.00**. Los gastos pre-operativos han sido distribuidos en el 64.35% para inmobiliario, 26.34% en gastos de constitución y un 9.31% para el estudio de factibilidad.

En la ilustración a continuación se puede observar el resumen de cómo se encuentra conformado el plan de inversión, junto al desglose de fondos propios y los que serán financiados.

Tabla 6.6: Plan de inversión

Plan de Inversión			
Inversión	Monto	Fondos Propios	Financiados
Activos No Corrientes			
Activos Administración	L 103,700.00	L -	L 103,700.00
Subtotal	L 103,700.00	L -	L 103,700.00
Gastos Preoperativos (Nominales)			
Estudio de Factibilidad	L 15,000.00	L -	L 15,000.00
Gastos Organización	L 42,450.00	L 42,450.00	L -
Publicidad Preoperativa	L -	L -	L -
Subtotal	L 57,450.00	L 42,450.00	L 15,000.00
TOTAL	L 161,150.00	L 42,450.00	L 118,700.00
Porcentaje de Participación	100%	26%	74%

Fuente: (Propia,2020)

Tabla 6.7: Desglose de Plan de Inversión

PLAN DE INVERSION	Porcentaje	Total
Terrenos	0.00%	L -
Edificio	0.00%	L -
Equipo de Operación	0.00%	L -
Equipo de Administracion	64.35%	L 103,700.00
Total de Propiedad planta y equipo	64.35%	L 103,700.00
Gastos de Constitución	26.34%	L 42,450.00
Estudio de Factibilidad	9.31%	L 15,000.00
Capital de Trabajo	0.00%	L -
Total de Inversion	100.00%	L 161,150.00
Prestamo	74%	L 118,700.00
Aportacion Socios	26%	L 42,450.00

Tabla 6.7: Desglose de plan de inversión

Fuente: (Propia,2020)

Tabla 6.8: Presupuesto de costos y gastos

Presupuesto de Costos y Gastos						
	1 año	2 año	3 año	4 año	5 año	
Depreciación	L 16,820.10					
Total Costos Fijos	L 16,820.10	1%				
Compra Medicamentos	L 2,034,619.16	L 2,220,574.61	L 2,305,786.05	L 2,351,901.85	L 2,398,939.86	
Total Costos Variables	L 2,034,619.16	L 2,220,574.61	L 2,305,786.05	L 2,351,901.85	L 2,398,939.86	64%
Aseo Local	L 10,200.00	L 10,584.00	L 10,980.00	L 11,388.00	L 11,808.00	
Energía	L 18,000.00	L 18,672.00	L 19,368.00	L 20,088.00	L 20,844.00	
Arrendamiento	L 150,000.00	L 155,616.00	L 161,436.00	L 167,472.00	L 173,736.00	
Servicio Contable	L 18,000.00	L 18,672.00	L 19,368.00	L 20,088.00	L 20,844.00	
Equipo de proteccion	L 10,080.00	L 10,452.00	L 10,848.00	L 11,256.00	L 11,676.00	
Equipo de bioseguridad	L 15,600.00	L 16,188.00	L 16,788.00	L 17,412.00	L 18,060.00	
Telefonia e Internet	L 16,051.20	L 16,656.00	L 17,280.00	L 17,928.00	L 18,600.00	
Papelería	L 14,400.00	L 14,940.00	L 15,504.00	L 16,080.00	L 16,680.00	
Insumos de Limpieza	L 9,600.00	L 9,960.00	L 10,332.00	L 10,716.00	L 11,112.00	
Divisor de contador	L 6,200.00	L -	L -	L -	L -	
Caja para dinero Bematech	L 1,399.00	L -	L -	L -	L -	
Regulador de voltaje	L 1,054.00	L -	L -	L -	L -	
Depósito de alquiler	L 12,500.00	L -	L -	L -	L -	
Uniformes	L 2,100.00					
Agua Purificada	L 2,880.00	L 3,168.00	L 3,480.00	L 3,828.00	L 4,212.00	
Amortización	L 8,490.00					
Salarios	L 751,301.66	L 815,400.38	L 885,578.18	L 962,782.58	L 1,047,689.78	
Total Gastos Administrativos	L 1,047,855.86	L 1,100,898.38	L 1,181,552.18	L 1,269,628.58	L 1,365,851.78	33%
Viáticos	L 64,817.20	L 68,586.18	L 72,574.19	L 76,794.11	L 81,259.60	
Total Gastos Venta	L 64,817.20	L 68,586.18	L 72,574.19	L 76,794.11	L 81,259.60	2%
Intereses	L 15,515.29	L 12,882.70	L 9,856.95	L 6,379.29	L 2,382.32	
Total Gastos Financieros	L 15,515.29	L 12,882.70	L 9,856.95	L 6,379.29	L 2,382.32	0%
Total Costos y Gastos	L 3,179,627.61	L 3,419,761.97	L 3,586,589.47	L 3,721,523.93	L 3,865,253.66	

Tabla 6.8: Presupuesto de costos y gastos

Fuente: (Propia,2020)

Tabla 6.9: Planillas

PLANILLA DEL AÑO 1											
	Cant.	Unitario	TOTAL	IHSS	RAP	infop	Total Mensual	Prestaciones	Total Anual	Bono Escolar	Total Año 1
Salarios Administrativos											
Administrador	1	17,000	17,000	773	680	170	18,623	17,587	278,306	-	278,305.59
Vendedores	1	8,800	8,800	766	352	88	10,006	17,587	157,665	-	157,665.35
Auxiliar de bodega	1	8,800	8,800	766	352	88	10,006	17,587	157,665	-	157,665.35
Servicio al cliente	1	8,800	8,800	766	352	88	10,006	17,587	157,665	-	157,665.35
Total de Salario Administración	4	43,400	43,400	3,070	1,736	434	48,640		751,302	0	751,302
TOTAL SALARIOS	4	43,400	43,400	3,070	1,736	434	48,640		751,302	0	751,302

PLANILLA DEL AÑO 2

	Empleados	Unitario	TOTAL	IHSS	RAP	infp	Total Mensual	Prestaciones	Total Anual	Bono Escolar	Total Año 2
Salarios Administrativos											
Administrador	1.0	18,700.0	18,700.00	772.76	748.00	187.00	20,407.76	17,586.95	303,295.59	-	303,295.59
Vendedores	1.0	9,680.0	9,680.00	772.76	387.20	96.80	10,936.76	17,586.95	170,701.59	-	170,701.59
Auxiliar de bodega	1.0	9,680.0	9,680.00	772.76	387.20	96.80	10,936.76	17,586.95	170,701.59	-	170,701.59
Servicio al cliente	1.0	9,680.0	9,680.00	772.76	387.20	96.80	10,936.76	17,586.95	170,701.59	-	170,701.59
Total de Salario Administración	4.00	47,740.00	47,740.00	3,091.04	1,909.60	477.40	53,218.04		815,400.38	0.00	815,400.38

PLANILLA DEL AÑO 3

	Empleados	Unitario	TOTAL	IHSS	RAP	infp	Total Mensual	Prestaciones	Total Anual	Bono Escolar	Total Año 2
Salarios Administrativos											
Administrador	1.0	20,570.0	20,570.00	772.76	822.80	205.70	22,371.26	17,586.95	330,784.59	-	330,784.59
Vendedores	1.0	10,648.0	10,648.00	772.76	425.92	106.48	11,953.16	17,586.95	184,931.19	-	184,931.19
Auxiliar de bodega	1.0	10,648.0	10,648.00	772.76	425.92	106.48	11,953.16	17,586.95	184,931.19	-	184,931.19
Servicio al cliente	1.0	10,648.0	10,648.00	772.76	425.92	106.48	11,953.16	17,586.95	184,931.19	-	184,931.19
Total de Salario Administración	4.00	52,514.00	52,514.00	3,091.04	2,100.56	525.14	58,230.74		885,578.18	0.00	885,578.18

PLANILLA DEL AÑO 4

	Empleados	Unitario	TOTAL	IHSS	RAP	infp	Total Mensual	Prestaciones	Total Anual	Bono Escolar	Total Año 2
Salarios Administrativos											
Administrador	1.0	22,627.0	22,627.00	772.76	905.08	226.27	24,531.11	17,586.95	361,022.49	-	361,022.49
Vendedores	1.0	11,713.0	11,713.00	772.76	468.52	117.13	13,071.41	17,586.95	200,586.69	-	200,586.69
Auxiliar de bodega	1.0	11,713.0	11,713.00	772.76	468.52	117.13	13,071.41	17,586.95	200,586.69	-	200,586.69
Servicio al cliente	1.0	11,713.0	11,713.00	772.76	468.52	117.13	13,071.41	17,586.95	200,586.69	-	200,586.69
Total de Salario Administración	4.00	57,766.00	57,766.00	3,091.04	2,310.64	577.66	63,745.34		962,782.58	0.00	962,782.58

PLANILLA DEL AÑO 5

	Empleados	Unitario	TOTAL	IHSS	RAP	infp	Total Mensual	Prestaciones	Total Anual	Bono Escolar	Total Año 2
Salarios Administrativos											
Administrador	1.0	24,890.0	24,890.00	772.76	995.60	248.90	26,907.26	17,586.95	394,288.59	-	394,288.59
Vendedores	1.0	12,884.0	12,884.00	772.76	515.36	128.84	14,300.96	17,586.95	217,800.39	-	217,800.39
Auxiliar de bodega	1.0	12,884.0	12,884.00	772.76	515.36	128.84	14,300.96	17,586.95	217,800.39	-	217,800.39
Servicio al cliente	1.0	12,884.0	12,884.00	772.76	515.36	128.84	14,300.96	17,586.95	217,800.39	-	217,800.39
Total de Salario Administración	4.00	63,542.00	63,542.00	3,091.04	2,541.68	635.42	69,810.14		1,047,689.78	0.00	1,047,689.78

Tabla 6.9: Planillas

Fuente: (Propia, 2020)

6.6.2 Estructura de Capital

La estructura de capital ha sido compuesta por el 26% del total de la inversión, el cual tiene un costo de requerimiento del 20% por parte de los inversionistas. El 74% restante del total de la inversión será cubierta por fondos a través de financiamiento bancario, el cual tiene una tasa anual del 14% a través del programa PYMES Inversión de BANPAIS.

Tabla 6.10: Estructura de Capital

Estructura de capital				
Estructura de capital	Monto	% de Participación	Costo	Costo Ponderado
Fondos Propios	L 42,450.00	26.34%	20.00%	5.27%
Financiamiento	L 118,700.00	73.66%	10.50%	7.73%
Total	L 161,150.00	100.00%		
Costo de Capital Promedio Ponderado				13.00%

Referencia de tasa de requerimiento por los accionistas			
Tasa Requerimiento	Inflacion	Tasa Premio	Fondo propios
20%	0.0374	0.01	0.24
Formula es igual $i + f + if$			
Referencia de indice inflacionario para determinar tasa			
Tasa Banco	Factor	impuesto	Tasa ajustada
14%	1.00	0.25	10.5%
Formula es igual $i (1-t)$			

Tabla 6.10: Estructura de capital
Fuente: (Propia,2020)

6.6.3 Estado de Resultados

Para el estudio financiero, se realizó una relación entre las cuentas de resultado, las cuales comprenden los ingresos menos los costos y gastos. Como resultado se obtuvieron los siguientes datos anuales:

Tabla 6.11: Estado de Resultados

PRESUPUESTO DE RESULTADO						
	1 año	2 año	3 año	4 año	5 año	
Presupuesto de Ingresos por Venta de Medicamentos	L 3,240,859.98	L 3,429,308.97	L 3,628,709.26	L 3,839,705.54	L 4,062,979.92	
Ingresos Netos	L 3,240,859.98	L 3,429,308.97	L 3,628,709.26	L 3,839,705.54	L 4,062,979.92	
Costo de venta	L 2,051,439.26	L 2,237,394.71	L 2,322,606.15	L 2,368,721.95	L 2,415,759.96	
Margen de Contribución	L 1,189,420.72	L 1,191,914.26	L 1,306,103.11	L 1,470,983.59	L 1,647,219.96	
Gastos de Administración	L 1,062,855.86	L 1,100,898.38	L 1,181,552.18	L 1,269,628.58	L 1,365,851.78	
Gastos de Venta	L 64,817.20	L 68,586.18	L 72,574.19	L 76,794.11	L 81,259.60	
Utilidad Operativa	L 61,747.66	L 22,429.70	L 51,976.74	L 124,560.90	L 200,108.58	
Gastos Financieros	L 15,515.29	L 12,882.70	L 9,856.95	L 6,379.29	L 2,382.32	
Utilidad Gravable	L 46,232.37	L 9,547.00	L 42,119.79	L 118,181.61	L 197,726.26	
Impuesto sobre la Renta	L 11,558.09	L 2,386.75	L 10,529.95	L 29,545.40	L 49,431.57	
Utilidad del periodo	L 34,674.28	L 7,160.25	L 31,589.84	L 88,636.21	L 148,294.69	
IMPUESTOS SOBRE GANANCIA	25%	L 11,558.09	L 2,386.75	L 10,529.95	L 29,545.40	L 49,431.57

Tabla 6.11: Estado de resultados
Fuente: (Propia,2020)

Al restar los costos y gastos de los ingresos cumpliendo con las obligaciones fiscales de cada período, se observa que la operación de la inversión genera utilidades de L. 34,674.28 en el primer año con un crecimiento esperado de un 2% anual; El margen de contribución representa un 37% del total de los ingresos de la operación del período.

6.6.4 Balance General

El balance general presenta el comportamiento de la situación financiera en base a 5 años y su estructura de patrimonio. En este se puede encontrar la información sobre el valor en activos, los cuales son los recursos con los que se dispone; valor en pasivos, que representa la cantidad de dinero que debe ser pagada a los acreedores; y el capital contable, el cual es el capital aportado por los accionistas.

Tabla 6.12: Balance General

BALANCE GENERAL PROYECTADO						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ACTIVOS						
ACTIVOS CORRIENTES						
EFFECTIVO	L 15,000.00	L -47,400.51	L -55,183.54	L -10,534.33	L 79,418.71	L 203,443.24
CUENTAS POR COBRAR		L -	L -	L -	L -	L -
Amortización de Incobrables		L -	L -	L -	L -	L -
Impuesto sobre la Renta Crédito						
INVENTARIO DE MATERIALES	L -	L 107,646.42	L 109,799.32	L 111,995.37	L 114,235.25	L 116,519.97
TOTAL DE ACTIVOS CORRIENTES	L 15,000.00	L 60,245.91	L 54,615.78	L 101,461.04	L 193,653.96	L 319,963.21
ACTIVOS NO CORRIENTES						
Equipo de Administración	L 103,700.00					
Dep.Acum.Admón.		L -16,820.10	L -33,640.20	L -50,460.30	L -67,280.40	L -84,100.50
Gastos de Constitución	L 42,450.00					
Amortización Gastos de Constitución		L -8,490.00	L -16,980.00	L -25,470.00	L -33,960.00	L -42,450.00
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	L 146,150.00	L 120,839.90	L 95,529.80	L 70,219.70	L 44,909.60	L 19,599.50
TOTAL DE ACTIVOS	L 161,150.00	L 181,085.81	L 150,145.58	L 171,680.74	L 238,563.56	L 339,562.71
PASIVO						
PASIVO CORRIENTES						
CUENTAS POR PAGAR		L -	L -	L -	L -	L -
PRESTAMO	L 17,627.99	L 20,260.58	L 23,286.33	L 26,763.99	L 30,761.07	L -
Impuestos sobre la Renta		L 2,889.52	L -6,281.82	L 8,739.89	L 21,647.94	L 27,272.52
TOTAL DE PASIVO CORRIENTES	L 17,627.99	L 23,150.10	L 17,004.51	L 35,503.88	L 52,409.01	L 27,272.52
PASIVOS NO CORRIENTES						
PRESTAMO	L 101,072.01	L 80,811.43	L 57,525.10	L 30,761.11	L 0.04	L 0.04
TOTAL PASIVO NO CORRIENTES	L 101,072.01	L 80,811.43	L 57,525.10	L 30,761.11	L 0.04	L 0.04
TOTAL DE PASIVO	L 118,700.00	L 103,961.53	L 74,529.61	L 66,264.99	L 52,409.05	L 27,272.56
CAPITAL						
CAPITAL SOCIAL	L 42,450.00					
UTILIDAD DEL PERIODO		L 34,674.28	L 7,160.25	L 31,589.84	L 88,636.21	L 148,294.69
UTILIDAD ACUMULADA		L -	L 26,005.71	L 31,375.90	L 55,068.28	L 121,545.44
TOTAL DE CAPITAL	L 42,450.00	L 77,124.28	L 75,615.96	L 105,415.74	L 186,154.49	L 312,290.13
TOTAL PASIVO Y CAPITAL	L 161,150.00	L 181,085.81	L 150,145.57	L 171,680.73	L 238,563.54	L 339,562.69
DIFERENCIA	-	0.00	0.01	0.01	0.02	0.02

Tabla 6.12: Balance general

Fuente: (Propia,2020)

6.6.5 Flujo de Efectivo del Proyecto

En la tabla siguiente se encuentra la ilustración para obtener el cálculo donde se toma como base el estado de resultados proyectado; esto se utiliza para obtener los flujos de efectivo necesario para realizar la evaluación económica.

Tabla 6.13: Flujos de Efectivo Operativo

PRESUPUESTO DE CAJA						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Saldo inicial		L 15,000.00	L -47,400.51	L -55,183.54	L -10,534.33	L 79,418.71
Préstamo	L 118,700.00					
Aportación	L 42,450.00					
Venta de Contado		L 3,240,859.98	L 3,429,308.97	L 3,628,709.26	L 3,839,705.54	L 4,062,979.92
Total de Entradas	L 161,150.00	L 3,240,859.98	L 3,429,308.97	L 3,628,709.26	L 3,839,705.54	L 4,062,979.92
Disponible	L 161,150.00	L 3,255,859.98	L 3,381,908.46	L 3,573,525.72	L 3,829,171.21	L 4,142,398.63
Salidas						
Terrenos	L -					
Edificio	L -					
Equipo de Administración	L 103,700.00					
Equipo de Venta	L -					
Gastos de Constitución	L 42,450.00					
Estudio de Factibilidad		L 15,000.00				
Capital de Trabajo		L -	L -	L -	L -	L -
Costos de Operación Variable		L 2,142,265.58	L 2,222,727.51	L 2,307,982.10	L 2,354,141.73	L 2,401,224.58
Gastos de Venta		L 64,817.20	L 68,586.18	L 72,574.19	L 76,794.11	L 81,259.60
Gastos de Administración		L 1,039,365.86	L 1,092,408.38	L 1,173,062.18	L 1,261,138.58	L 1,357,361.78
Gastos Financieros		L 15,515.29	L 12,882.70	L 9,856.95	L 6,379.29	L 2,382.32
Abono a Capital Principal		L 17,627.99	L 20,260.58	L 23,286.33	L 26,763.99	L 30,761.07
Pago de Dividendos 25%			L 8,668.57	L 1,790.06	L 7,897.46	L 22,159.05
Impuestos Sobre la Renta del año 75%		L 8,668.57	L 8,668.57	L 1,790.06	L 7,897.46	L 22,159.05
Impuestos Sobre la Renta del año anterior			L 2,889.52	L -6,281.82	L 8,739.89	L 21,647.94
Total de salidas	L 146,150.00	L 3,303,260.49	L 3,437,092.01	L 3,584,060.05	L 3,749,752.51	L 3,938,955.39
Saldo de Efectivo	L 15,000.00	L -47,400.51	L -55,183.54	L -10,534.33	L 79,418.71	L 203,443.24

I. PRESUPUESTO DE CAJA FINANCIERO

Entradas de Caja		L 3,240,859.98	L 3,429,308.97	L 3,628,709.26	L 3,839,705.54	L 4,062,979.92
Salidas de Caja		L 3,303,260.49	L 3,428,423.44	L 3,582,269.99	L 3,741,855.05	L 3,916,796.34
Flujo financiero		L -62,400.51	L 885.53	L 46,439.27	L 97,850.49	L 146,183.58

FLUJOS DE EFECTIVO OPERATIVO						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
UTILIDAD NETA		L 34,674.28	L 7,160.25	L 31,589.84	L 88,636.21	L 148,294.69
+ DEPRECIACION		L 16,820.10	L 16,820.10	L 16,820.10	L 16,820.10	L 16,820.10
+ GASTOS FINANCIEROS		L 15,515.29	L 12,882.70	L 9,856.95	L 6,379.29	L 2,382.32
FLUJO DE EFECTIVO OPERATIVO		L 67,009.67	L 36,863.05	L 58,266.89	L 111,835.60	L 167,497.11

Tabla 6.13: Flujos de efectivo operativo

Fuente: (Propia,2020)

6.6.6 Análisis Financiero

Tabla 6.14: Análisis Financiero

Análisis Financiero						
CONCEPTO	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión	L -161,150.00					
UTILIDAD NETA		L 34,674.28	L 7,160.25	L 31,589.84	L 88,636.21	L 148,294.69
+ DEPRECIACIÓN		L 16,820.10	L 16,820.10	L 16,820.10	L 16,820.10	L 16,820.10
+ GASTOS FINANCIEROS		L 15,515.29	L 12,882.70	L 9,856.95	L 6,379.29	L 2,382.32
+ CAMBIOS EN CAPITAL DE TRABAJO		L -	L -	L -	L -	L -
Flujo de efectivo		L 67,009.67	L 36,863.05	L 58,266.89	L 111,835.60	L 167,497.11
Flujo Terminal						L -
Flujo de efectivo neto	L -161,150.00	L 67,009.67	L 36,863.05	L 58,266.89	L 111,835.60	L 167,497.11

Costo de capital 13.00%

VAN L 126,876.36

TIR 35.97%

PRID 3.60

IR 1.79

Tabla 6.14: Análisis financiero

Fuente: (Propia,2020)

6.6.6.1 Técnicas de Presupuesto de Capital

Las técnicas que son utilizadas al evaluar el presupuesto de capital son desarrolladas en este apartado, los cuales comprenden el período de recuperación, VPN, TIR, índice de rentabilidad y punto de equilibrio que han sido utilizadas para determinar los criterios de evaluación. De igual manera, se realiza un análisis de sensibilidad dónde se evalúan los tres escenarios posibles.

6.6.6.2 Período de Recuperación

En la ilustración a continuación, se muestra el cálculo del período de recuperación (PRID) con los valores que toman las variables de ecuación y donde muestra que se requieren 3.6 años para recuperar la inversión de L. 161,150.00.

Tabla 6.15: Período de Recuperación

Periodo de Recuperación			
Años	FLUJOS	Flujos Descontados	Flujos acumulados
-	L -161,150.00		L -161,150.00
1.00	L 67,009.67	L 59,298.94	L -101,851.06
2.00	L 36,863.05	L 28,867.57	L -72,983.48
3.00	L 58,266.89	L 40,378.51	L -32,604.97
4.00	L 111,835.60	L 68,583.24	L 35,978.27
5.00	L 167,497.11	L 90,898.09	L 126,876.36
	L 441,472.32	L 288,026.36	
	PRID		3.60

Tabla 6.15: Período de recuperación
Fuente: (Propia,2020)

6.6.6.3 VAN, TIR E IR

La distribuidora de medicamentos genera flujos de efectivo netos por un valor total que asciende los L. 203,443.24 en un período de análisis comprendido en cinco años; sobre estos mismos se realiza el cálculo de los indicadores de rentabilidad.

Los flujos de efectivo fueron descontados a una tasa del 13% lo cual genera un valor de L. 288,026.36; a este valor se le resta la inversión inicial y se obtiene un valor actual neto de L. 126,876.36. Esto da una ganancia luego de recuperar la inversión apalancada, a una tasa interna

de rendimiento (TIR) de 35.97% que es superior a la mínima tasa de rendimiento esperada de 13%; de igual manera, el índice de rentabilidad muestra que, por cada lempira invertido, se obtiene un rendimiento de 1.79, lo que significa que por cada lempira invertido, hay una ganancia de 79 centavos de lempira; observando esto, se puede concluir que la distribuidora de medicamentos es factible.

6.6.7 Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio muestra las unidades mínimas que deben ser vendidas y los niveles de ingresos mínimos requeridos para cumplir con las obligaciones, como ser los costos fijos y variables del período y en los que se debe operar para no tener pérdidas. El cálculo del punto de equilibrio se ve reflejado en la siguiente ilustración:

Tabla 6.16: Punto de Equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO FINANCIERO					
CONCEPTO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cantidad de Productos	L 8,198.40	L 8,362.37	L 8,529.62	L 8,700.21	L 8,874.21
Precio de venta	L 402.08	L 417.12	L 432.72	L 448.90	L 465.69
Costo variable	L 236.14	L 244.97	L 254.13	L 263.64	L 273.50
Margen de Contribución	L 165.94	L 172.15	L 178.58	L 185.26	L 192.19
Costos Fijos	L 1,145,008.45	L 1,199,187.36	L 1,280,803.42	L 1,369,622.08	L 1,466,313.80
Punto de Equilibrio en unidades	6,900.14	6,966.10	7,171.98	7,392.83	7,629.41
COMPROBACIÓN	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Venta	L 2,774,406.40	L 2,905,684.31	L 3,103,443.65	L 3,318,655.21	L 3,552,943.55
Costo de Venta	L 1,629,397.95	L 1,706,496.95	L 1,822,640.23	L 1,949,033.13	L 2,086,629.75
Utilidad Bruta	L 1,145,008.45	L 1,199,187.36	L 1,280,803.42	L 1,369,622.08	L 1,466,313.80
Costos Fijos	L 1,145,008.45	L 1,199,187.36	L 1,280,803.42	L 1,369,622.08	L 1,466,313.80
Utilidad Operativa	L -				

Tabla 6.16: Punto de equilibrio
Fuente: (Propia,2020)

Al analizar la tabla anterior, se puede observar que la cantidad de productos en unidades a ser vendidas en el año 1 deben ser al menos 6,851 unidades para poder cubrir con los costos operativos, con un incremento anual por cada año comprendido.

La tabla anterior se obtuvo por medio de el promedio ponderado, debido a que los medicamentos fluctúan en relación a precio dependiendo de la droguería, tipo de medicamento, entre otros.

De igual manera, para realizar el cálculo anterior se realizó un estudio de demanda y ventas para así conocer el precio e ingresos esperados de cada uno de los medicamentos.

Tabla 6.17: Estrategia de compra en unidades

Producto	Detalle	Precio de compra mayorista	Compras											
			Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
Acetaminofén Suspensión 120ml	Suspensión 120ml	24.35	16,359.84	17,311.13	17,657.35	18,010.50	18,370.71	18,738.13	865.56	882.87	900.53	918.54	936.91	0.00
Acetaminofén Tabletasx100	Tabletas x100	35.50	11,928.00	12,621.59	12,874.02	13,131.50	13,394.13	13,662.01	631.08	643.70	656.58	669.71	683.10	0.00
Ambroxen C	Jarabe	125.87	7,048.55	7,458.41	7,607.58	7,759.73	7,914.93	8,073.22	372.92	380.38	387.99	395.75	403.66	0.00
Amikacina	Polvo	27.63	3,094.00	3,273.91	3,339.39	3,406.18	3,474.30	3,543.79	163.70	166.87	170.31	174.21	177.19	0.00
amoxicilina Tabletasx100	Tabletas x100	205.40	11,502.40	12,171.24	12,444.67	12,662.96	12,916.22	13,174.54	608.56	620.73	633.15	645.81	658.73	0.00
amoxicilina Suspensión 100ml	Suspensión 100ml	39.00	4,368.00	4,621.99	4,714.43	4,808.72	4,904.89	5,002.99	231.10	235.72	240.44	245.24	250.15	0.00
Antidácido	Jarabe	47.01	10,529.12	11,141.37	11,364.19	11,591.48	11,823.31	12,059.77	557.07	568.21	579.57	591.17	602.99	0.00
antipasmódico Tabletas x100	Tabletas x100	227.50	25,480.00	26,961.61	27,500.84	28,050.86	28,611.88	29,184.11	1,348.08	1,375.04	1,402.54	1,430.59	1,459.21	0.00
antipasmódico Jarabe 120ml	Jarabe 120ml	32.50	3,640.00	3,851.66	3,928.69	4,007.27	4,087.41	4,169.16	192.58	196.43	200.36	204.37	208.46	0.00
astromicina Tabletas x5	Tabletas x5	77.50	24,304.00	25,717.23	26,231.57	26,756.21	27,291.33	27,837.16	1,285.86	1,311.58	1,337.81	1,364.57	1,391.86	0.00
astromicina Suspensión 15ml	Suspensión 15ml	50.00	1,120.00	1,185.13	1,208.83	1,233.00	1,257.66	1,282.82	59.26	60.44	61.65	62.88	64.14	0.00
Cefadroxiol Tabletas x100	Tabletas x100	507.50	196,980.00	168,433.99	172,602.67	216,854.73	221,191.82	225,615.66	10,421.70	10,630.13	10,842.74	11,059.59	11,280.78	0.00
Cefadroxiol 125 Suspensión	Suspensión 60	49.55	2,774.80	2,936.15	2,994.87	3,054.77	3,115.86	3,178.18	146.81	149.74	152.74	155.79	158.91	0.00
Cefadroxiol 250 Suspensión	Suspensión 100ml	66.12	14,809.76	15,670.92	15,984.34	16,304.02	16,630.10	16,962.71	783.55	799.22	815.20	831.51	848.14	0.00
Ceftriaxono	Ampollas 1g	50.38	11,284.00	11,940.14	12,178.34	12,432.52	12,670.97	12,924.39	597.01	608.95	621.13	633.55	646.22	0.00
Celedeca Suspensión	Jarabe	145.83	8,166.54	8,641.40	8,814.23	8,990.52	9,170.33	9,353.73	432.07	440.71	449.53	458.52	467.69	0.00
Celedeca Tabletas	Tabletas	545.72	305,604.88	323,375.19	329,842.70	336,439.55	343,168.34	350,031.71	16,168.76	16,492.13	16,821.98	17,158.42	17,501.59	0.00
Clartromicina	Suspensión 60ml	121.82	6,821.64	7,118.30	7,362.67	7,599.92	7,860.12	8,133.33	360.92	368.13	375.50	383.01	390.67	0.00
Complejo B	Ampollas	17.63	1,975.06	2,089.91	2,131.71	2,174.34	2,217.83	2,262.19	104.50	106.59	108.72	110.89	113.11	0.00
Complevit Tabletas	Tabletas x30	62.60	7,010.64	7,418.29	7,566.66	7,717.99	7,872.35	8,029.80	370.91	378.33	385.90	393.62	401.49	0.00
Complevit Suspensión	Jarabe 240ml	65.00	7,200.00	7,703.32	7,857.38	8,014.53	8,174.82	8,338.32	385.17	392.87	400.73	408.74	416.92	0.00
Desketocefotriol	Tabletas x100	2,115.28	355,367.46	376,031.37	383,551.99	391,223.03	399,047.49	407,028.44	18,801.57	19,177.60	19,561.15	19,952.37	20,351.42	0.00
diabrom	Jarabe 120ml	139.63	15,638.17	16,547.50	16,878.45	17,216.02	17,560.34	17,911.54	827.37	843.02	860.80	878.02	895.58	0.00
fluconazol	Tabletas x10	172.93	9,683.80	10,246.89	10,451.83	10,660.87	10,874.09	11,091.57	512.34	522.89	533.04	543.70	554.58	0.00
flucic	Tabletas x100	942.44	527,76.36	555,345.20	56,962.10	58,401.35	59,263.37	60,448.64	2,792.26	2,848.11	2,905.07	2,963.17	3,022.43	0.00
ibuprofeno Tabletas	Tabletas x60	101.86	2,281.55	2,414.22	2,462.50	2,511.75	2,561.99	2,613.23	120.71	123.13	125.59	128.10	130.66	0.00
ibuprofeno Suspensión	Jarabe 120ml	28.27	3,160.98	3,344.78	3,411.68	3,479.91	3,549.51	3,620.50	167.24	170.58	174.00	177.48	181.02	0.00
IP Broi Tabletas	Tabletas x50	447.61	165,434.81	175,054.51	178,555.60	182,126.71	185,769.23	189,484.63	8,752.73	8,927.78	9,106.34	9,288.46	9,474.23	0.00
IP Broi Suspensión	Jarabe 120ml	46.86	6,297.31	6,663.49	6,796.76	6,932.69	7,071.35	7,212.77	333.17	339.84	346.63	353.57	360.64	0.00
Lansoprazol Tabletas	Tabletas x100	552.50	340,340.00	360,130.09	367,332.69	374,679.35	382,172.93	389,816.39	18,006.50	18,366.63	18,733.97	19,108.65	19,490.82	0.00
Levocetiricina	Tabletas x100	1,481.06	82,939.22	87,761.97	89,517.21	91,307.55	93,133.70	94,996.38	4,388.10	4,475.86	4,565.38	4,656.69	4,749.81	0.00
Loratadina Tabletas	Tabletas x100	225.00	126,000.00	133,326.65	135,993.18	138,713.04	141,487.31	144,317.05	6,666.33	6,799.66	6,935.65	7,074.37	7,215.85	0.00
Loratadina Suspensión	Jarabe 120ml	48.75	5,460.00	5,777.49	5,893.04	6,010.90	6,131.12	6,253.74	288.87	294.65	300.54	306.56	312.69	0.00
metowican	Tabletas x10	58.12	3,254.44	3,443.68	3,512.55	3,582.80	3,654.46	3,727.55	172.18	175.63	179.14	182.72	186.38	0.00
Metronidazol	Jarabe 120ml	43.09	4,825.52	5,106.11	5,208.24	5,312.40	5,418.65	5,527.02	255.31	260.41	265.62	270.93	276.35	0.00
nitaxozanida Tabletas	Tabletas x6	58.34	3,266.76	3,456.72	3,525.85	3,596.37	3,668.29	3,741.66	172.84	176.29	179.82	183.41	187.08	0.00
nitaxozanida Suspensión	Suspensión 60ml	56.63	12,685.12	13,422.73	13,691.19	13,965.01	14,244.31	14,529.20	671.14	684.56	698.25	712.22	726.46	0.00
Quimopin	Jarabe 120ml	38.08	8,523.32	9,025.92	9,206.44	9,390.56	9,578.38	9,769.94	451.30	460.32	469.53	478.92	488.50	0.00
saluvit Tabletas	Tabletas x100	153.28	8,583.68	9,082.80	9,264.46	9,449.75	9,638.74	9,831.52	454.14	463.22	472.49	481.94	491.58	0.00
saluvit Suspensión	Jarabe 120ml	48.42	5,422.48	5,737.79	5,852.54	5,969.59	6,088.98	6,210.76	286.89	292.63	298.48	304.45	310.54	0.00
sinafor Tabletas	Tabletas x50	150.93	8,451.52	8,942.96	9,121.82	9,304.25	9,490.34	9,680.15	447.15	456.09	465.21	474.52	484.01	0.00
sinafor Suspensión	Jarabe 120ml	36.67	4,107.04	4,345.86	4,432.77	4,521.43	4,611.86	4,704.09	217.29	221.64	226.07	230.59	235.20	0.00
Sinafor D Tabletas	Tabletas x50	179.19	10,034.64	10,618.13	10,830.50	11,047.11	11,268.05	11,493.43	530.91	541.52	552.36	563.40	574.67	0.00
Sinafor D Suspensión	Jarabe 60ml	57.76	6,469.12	6,845.29	6,982.19	7,121.84	7,264.27	7,409.56	342.26	349.11	356.09	363.21	370.48	0.00
tervinalina Tabletas	Tabletas x10	99.17	11,106.48	11,752.30	11,987.35	12,227.09	12,471.63	12,721.07	587.61	599.37	611.35	623.58	636.05	0.00
tervinalina Crema	Crema	39.33	2,202.48	2,330.55	2,377.16	2,424.70	2,473.20	2,522.66	116.53	118.86	121.24	123.66	126.13	0.00
Trimetropin	Tabletas x60	242.29	27,136.93	28,714.89	29,289.18	29,874.97	30,472.47	31,081.92	1,435.74	1,464.46	1,493.75	1,523.62	1,554.10	0.00
viroken Tabletas	Tabletas	256.54	5,7484.06	60,805.48	62,021.59	63,262.03	64,527.27	65,817.81	3,040.27	3,101.08	3,163.10	3,226.36	3,290.89	0.00
viroken Suspensión	Jarabe	121.59	13,618.08	14,409.94	14,698.14	14,992.11	15,291.95	15,597.79	720.50	734.91	749.61	764.60	779.89	0.00
			2,034,619.16	2,112,928.19	2,196,986.73	2,239,906.48	2,284,704.61	2,330,398.71	107,646.42	108,799.32	111,995.37	114,235.25	116,519.97	0.00

Tabla 6.17: Estrategia de compra en unidades
Fuente: (Propia,2020)

Tabla 6.18: Proyección de ventas e ingresos

Dropueria	Producto	Detalle	Precio de venta	Precio de venta	Precio de venta	Precio de venta	Precio de	Precio de	Ingresos por						
IPF	Acetaminofen Suspension 120ml	Suspension 120ml	49.69	51.55	53.48	55.48	57.55	59.70	33,391.68	35,334.43	37,390.48	39,564.55	41,861.55	44,293.96	
Dimedics	Acetaminofen Tabletasa 100	Tabletas x100	75.00	77.81	80.72	83.74	86.87	90.12	26,667.04	28,217.65	29,858.83	31,594.30	33,431.92	35,331.92	
IMPOMO	Amoxicilin C	Jarabe	153.04	156.69	160.53	164.56	168.83	173.34	181.48	8,458.26	8,950.13	9,470.55	10,021.28	10,604.64	11,220.64
Dimedics	Amikacin	Ampollas	34.53	35.82	37.16	38.55	39.99	41.49	3,867.50	4,092.08	4,330.06	4,581.87	4,848.08	5,130.53	
Dimedics	Amoxicilina Tabletasa 100	Tabletas x100	287.58	298.31	309.47	321.04	333.05	345.51	16,103.36	17,039.87	18,030.46	19,078.65	20,188.23	21,362.37	
Dimedics	Amoxicilina Suspension 100ml	Suspension 100ml	48.75	50.57	52.46	54.42	56.46	58.57	5,460.00	5,777.12	6,117.89	6,468.11	6,844.78	7,242.59	
IPF	Antiacido	Jarabe	63.46	65.83	68.29	70.84	73.49	76.24	14,214.31	15,040.84	15,914.96	16,839.42	17,818.74	18,855.23	
Corinfar	Antipasmolico Tabletasa 120ml	Tabletas x100	315.50	330.41	345.71	361.59	368.89	382.62	35,672.00	37,746.04	39,941.21	42,263.75	44,721.42	47,322.31	
Corinfar	Antipasmolico Jarabe 120ml	Jarabe 120ml	40.63	42.14	43.72	45.36	47.06	48.82	4,550.00	4,810.07	5,094.46	5,391.28	5,705.20	6,036.94	
IPF	astromicina Tabletasa x5	Tabletas x5	175.00	181.55	188.34	195.38	202.69	210.27	54,880.00	58,072.76	61,449.59	65,021.45	68,803.27	72,803.83	
IPF	astromicina Suspension 15ml	Suspension 15ml	140.00	145.24	150.63	156.31	162.16	168.22	3,136.00	3,318.64	3,511.36	3,715.55	3,931.55	4,160.32	
Dimedics	Cefadroxilo Tabletasa x100	Tabletas x100	788.13	817.60	848.18	879.50	912.81	946.55	308,945.00	326,909.18	345,919.02	366,032.71	387,317.52	409,839.65	
IPF	Cefadroxilo 125 Suspension	Suspension 60	66.89	69.39	71.99	74.68	77.47	80.37	3,745.98	3,963.56	4,194.31	4,438.06	4,695.94	4,969.16	
IPF	Cefadroxilo 250 Suspension	Suspension 100ml	89.26	92.59	96.08	99.64	103.37	107.26	19,993.18	21,154.96	22,364.41	23,628.48	24,953.55	26,351.96	
Dimedics	Ceftriaxona	Ampollas 1g	62.97	65.32	67.76	70.29	72.92	75.65	14,105.00	14,924.31	15,791.44	16,708.68	17,680.53	18,709.31	
IMPOMO	Cefedeva Suspension	Jarabe	204.16	211.80	219.72	227.94	236.46	245.30	11,433.15	12,098.02	12,801.41	13,545.94	14,333.31	15,166.54	
IMPOMO	Cefedeva Tabletasa	Tabletas	764.01	792.59	822.23	852.98	884.88	917.97	427,846.83	457,174.41	478,050.93	506,905.95	536,380.64	567,567.31	
IPF	Clarithromicina	Suspension 60ml	243.63	252.74	262.19	272.00	282.17	292.72	13,643.28	14,436.51	15,275.82	16,164.32	17,104.07	18,098.45	
Dimedics	Complevit B	Ampollas	27.04	27.87	28.73	29.62	30.54	31.50	2,468.81	2,612.67	2,765.13	2,926.22	3,095.98	3,276.91	
Corinfar	Complevit Tabletasa	Tabletas x30	78.24	81.17	84.21	87.36	90.63	94.02	9,763.30	9,772.86	9,812.55	10,383.00	10,987.79	11,626.24	
Corinfar	Complevit Suspension	Jarabe 240ml	81.25	84.29	87.44	90.71	94.10	97.62	9,100.00	9,629.29	10,138.93	10,731.36	11,407.97	12,071.40	
Francia	Desakloprofeno	Tabletas x100	2,161.40	3,072.15	3,187.05	3,306.25	3,429.90	3,558.16	497,514.53	526,843.62	557,055.55	589,447.98	623,722.52	659,991.06	
Corinfar	Diabron	Jarabe 120ml	195.48	200.79	210.37	218.24	226.40	234.87	21,893.44	23,166.73	24,513.32	25,938.98	27,447.03	29,043.33	
IPF	Fluconazol	Tabletas x10	345.85	358.78	372.20	386.12	400.56	415.54	19,367.60	20,493.51	21,685.27	22,946.20	24,280.43	25,692.23	
Francia	Hisocina	Tabletas x100	1,449.90	1,504.13	1,560.38	1,618.74	1,679.28	1,743.00	81,194.40	85,915.91	90,911.48	96,197.81	101,793.57	107,730.86	
IPF	Ibuprofeno Tabletasa	Tabletas x60	137.50	142.65	147.99	153.52	159.26	165.22	3,080.10	3,259.27	3,448.90	3,649.33	3,861.49	4,086.12	
Dimedics	Ibuprofeno Suspension	Jarabe 120ml	35.28	37.27	39.37	41.59	43.96	46.50	3,951.22	4,181.18	4,424.45	4,681.71	4,955.56	5,241.82	
IPF	IP Broil Tabletasa	Tabletas x50	626.65	650.08	674.39	699.61	725.78	752.92	231,608.73	245,074.96	259,324.43	274,402.77	290,360.57	307,242.76	
IPF	IP Broil Suspension	Jarabe 120ml	63.25	65.62	68.07	70.62	73.26	76.00	8,501.37	8,985.71	9,518.21	10,072.27	10,672.78	11,277.52	
Dimedics	Lansoprazol Tabletasa	Tabletas x100	980.00	1,016.65	1,054.67	1,094.11	1,135.03	1,177.48	603,680.00	638,781.53	675,923.66	715,224.22	756,813.77	800,820.37	
Francia	Levonotiricina	Tabletas x100	2,374.48	2,460.25	2,554.36	2,649.87	2,748.98	2,851.70	132,514.94	140,663.72	148,821.98	157,075.54	166,632.72	176,321.97	
Dimedics	Loratadina Tabletasa	Tabletas x100	582.35	604.13	626.74	650.16	674.48	698.71	326,116.00	345,079.06	365,142.11	386,374.80	408,844.15	432,620.37	
Dimedics	Loratadina Suspension	Jarabe 120ml	60.94	63.22	65.58	68.03	70.57	73.23	6,825.00	7,222.25	7,644.70	8,085.79	8,555.37	9,052.93	
IPF	Metronidazol	Tabletas x10	78.46	81.39	84.43	87.59	90.87	94.27	4,393.49	4,649.00	4,919.09	5,205.07	5,508.19	5,828.58	
IPF	Metronidazol	Jarabe 120ml	58.16	60.34	62.60	64.94	67.37	69.89	6,514.45	6,893.24	7,294.45	7,718.46	8,167.43	8,642.39	
IPF	nitaxozanina Tabletasa	Jarabe 120ml	78.25	81.70	84.76	87.93	91.22	94.63	4,410.13	4,666.70	4,936.32	5,225.47	5,529.41	5,850.83	
IPF	nitaxozanina Suspension	Suspension 60ml	76.45	79.31	82.28	85.36	88.55	91.86	37,124.91	38,170.95	39,174.32	40,190.98	41,270.26	42,718.27	
IPF	Osimipin	Jarabe 120ml	51.41	53.33	55.32	57.39	59.54	61.77	11,515.39	12,184.84	12,892.30	13,642.21	14,436.35	15,276.59	
IPF	salsolvi Tabletasa	Tabletas x100	306.56	318.03	329.92	342.26	355.06	368.36	17,167.36	18,165.87	19,221.93	20,339.71	21,522.39	22,778.92	
IPF	salsolvi Suspension	Jarabe 120ml	69.36	67.80	70.34	72.97	75.70	78.53	7,320.35	7,745.45	8,196.35	8,672.87	9,175.79	9,707.99	
IPF	sinofar Tabletasa	Tabletas x50	301.84	313.13	324.84	336.99	349.59	362.66	16,903.04	17,885.99	18,925.96	20,026.52	21,190.82	22,422.73	
IPF	sinofar Suspension	Jarabe 120ml	49.50	51.36	53.28	55.27	57.34	59.49	5,544.50	5,857.57	6,208.44	6,599.13	6,991.47	7,385.17	
IPF	Sinofar D Tabletasa	Tabletas x50	358.38	371.78	385.68	400.10	415.05	430.58	20,069.28	21,236.07	22,470.64	23,777.00	25,159.36	26,622.13	
IPF	Sinofar D Suspension	Jarabe 60ml	80.86	83.88	87.02	90.27	93.65	97.15	9,056.32	9,582.45	10,139.99	10,729.97	11,354.41	12,013.28	
IPF	tevinidina Tabletasa	Tabletas x10	133.83	144.02	149.43	155.00	160.80	166.81	15,549.07	16,652.84	17,409.97	18,422.57	19,494.17	20,627.23	
IPF	tevinidina Crema	Crema	110.00	114.11	118.38	122.81	127.40	132.16	6,160.00	6,517.95	6,897.10	7,298.31	7,722.50	8,171.26	
Francia	Trimetropin	Tabletas x60	339.21	351.90	365.06	378.71	392.87	407.56	37,991.70	40,201.06	42,538.54	45,011.69	47,628.57	50,397.67	
IMPOMO	viroken Tabletasa	Tabletas	359.15	372.58	386.51	400.97	415.97	431.52	80,449.69	85,127.63	90,076.00	95,314.82	100,858.08	106,732.45	
IMPOMO	viroken Suspension	Jarabe	170.23	176.59	183.19	190.04	197.15	204.52	10,173.64	10,965.31	11,846.18	12,587.76	13,500.97	14,520.34	
Total Ingresos por Medicamentos									3,240,899.98	3,429,308.97	3,628,709.26	3,839,705.54	4,062,979.92	4,299,233.50	

Presupuesto de Ingresos						
	1 año	2 año	3 año	4 año	5 año	6 año
Medicamentos	8,198	8,362	8,530	8,700	8,874	9,052
Precio Promedio Medicamentos	402.1	417.12	432.72	448.90	465.69	483.11
Total Ingresos por Medicamentos	3,240,899.98	3,429,308.97	3,628,709.26	3,839,705.54	4,062,979.92	4,299,233.50
Total Ingresos	3,240,899.98	3,429,308.97	3,628,709.26	3,839,705.54	4,062,979.92	4,299,233.50
Crecimiento		5.81%	5.81%	5.81%	5.81%	5.81%

Tabla 6.18: Proyección de ventas e ingresos

Fuente: (Propia, 2020)

6.6.8 Análisis de Escenarios

El análisis de sensibilidad es una herramienta de gestión que permite a las organizaciones predecir los resultados de un proyecto, ayudando a comprender las incertidumbres, las limitaciones y los alcances de un modelo de decisión. También conocido como análisis hipotético, permite determinar cómo los diferentes valores de una variable independiente pueden afectar a una variable dependiente particular. (Conexion ESAN, 2019)

En el proyecto presente, se determinaron los siguientes escenarios para determinar las variables cambiantes:

Tabla 6.19: Análisis de Sensibilidad

Variables	Escenario Pesimista	Escenario Esperado	Escenario Optimista
Crecimiento de Demanda	1.00%	2.00%	3.00%
Crecimiento de precios y costos (inflación interanual)	4.24%	3.74%	3.24%

RESULTADOS			
Costo de capital	13.00%	13.00%	13.00%
VAN	94,088.32	126,876.36	134,406.48
TIR	29.77%	35.97%	37.30%
PRID	3.95	3.60	3.53
IR	1.58	1.79	1.83

Tabla 6.19: Análisis de sensibilidad
Fuente: (Propia,2020)

Escenario Pesimista

En el escenario pesimista, el cual se ha considerado un crecimiento de 1% comparado al 2% esperado, muestra un impacto directo en la TIR que baja de un 35.97% a un 29.77%. De igual manera, se puede observar que tanto el valor actual neto, como el período de recuperación se ven impactados de manera negativa en comparación a la esperada.

Escenario Optimista

En el escenario optimista, el cual se ha tomado en cuenta un crecimiento de un 3% comparado al 2% esperado, muestra un incremento de la TIR de un 35.97% a un 37.30%. De igual manera, se puede observar que tanto el valor actual neto como el período de recuperación se ven impactados de manera positiva en comparación a la esperada.

En cada uno de los escenarios se mantiene el costo de capital en un 13%, los cuales, aún considerando el escenario pesimista, la TIR se encuentra por encima del costo de capital. Esto indica que el proyecto tiene altas probabilidades de éxito en su ejecución.

6.6.2 Prueba de hipótesis

Con los resultados obtenidos según el análisis financiero, se confirmó la factibilidad de la distribuidora de medicamentos situada en La Entrada, Copán.

La TIR (Tasa Interna de Retorno) del proyecto dio como resultado un 35.97%, superando por un 22.97% el costo de capital (13%); por lo cual se comprueba la factibilidad del proyecto y es aceptado.

CAPÍTULO VII CONCLUSIONES

1. Se logró identificar que, para las clínicas privadas, el factor dominante para escoger su proveedor es una combinación de precios competitivos y una comunicación efectiva con su proveedor. De esa manera se identificó que las clínicas médicas prefieren recibir sus ofertas por medio de visitas médicas y WhatsApp, de igual manera son sus medios de preferencia para mantener una comunicación con sus proveedores.
2. Se han definido estrategias de compra y ventas, los cuales se ingresaron en las proyecciones de compra e ingresos para así mantener un inventario constante, manejando siempre un margen del 5% de inventario en almacenamiento. Para las ventas, se han definido tanto estrategias de mercado, como ser visitar las localidades aledañas a la ciudad de La Entrada, Copán para aumentar la cartera de clientes, al igual que procesos de seguimientos y comunicación de nuevas ofertas y promociones vigentes por parte de la distribuidora de medicamentos.
3. Se concluye que la creación de una Distribuidora de Medicamentos en la ciudad de La Entrada Copán es viable, ya que la Tasa Interna de Retorno (TIR) obtenida es de 35.97% en base al escenario esperado que es mayor que la tasa del costo de capital (13%), con un Índice de Rentabilidad de 1.79, lo cual define que, por cada lempira invertido, la empresa obtiene un rendimiento de L. 0.79.

CAPÍTULO VIII RECOMENDACIONES

1. Se recomienda diseñar una estrategia de comunicación efectiva con los clientes, la cual incluya tecnologías como ser WhatsApp Business para la comunicación, de igual manera implementarse el correo electrónico, línea telefónica y visitas del equipo de ventas para mantener la lealtad de los clientes.
2. Se recomienda crear y definir métricas y procesos claros para que cada departamento sepa cómo realizar su trabajo. De igual manera, dado que serán roles híbridos en los cuales tanto la persona de atención al cliente como la de ventas tendrán algunas funciones similares, se recomienda considerar una estructura de bonificaciones para así motivar al personal interno y aumentar las ventas.
3. Se recomienda contar y buscar nuevos proveedores continuamente para así optimizar los costos de inventario y aumentar los ingresos de la distribuidora de medicamentos. De igual manera, se recomienda hacer un análisis de costos y ventas trimestral para así conocer qué nuevos medicamentos e insumos médicos podrían ser agregados a los productos comercializados por la distribuidora de medicamentos.

CAPÍTULO IX BIBLIGRAFÍA

- Agencia de Regulación Sanitario. (2020). *ARSA Honduras*. Obtenido de Requisitos para la licencia sanitaria de establecimientos relacionados a productos farmacéuticos y otros de interés sanitario:
<https://www.arsa.gob.hn/index.php?page=pruebapaginas&pagina=LSFyBPF>
- Alba Ranis Franquet. (30 de Septiembre de 2020). *Economipedia*. Obtenido de Macroentorno:
<https://economipedia.com/definiciones/macroentorno.html>
- Amvos Consulting. (2012). *Guía Práctica de Comercio Electrónico para Pymes*. Madrid: Dirección General de Comercio.
- ANAPROHFAR. (2017). *Asociacion de Fabricantes de Productos Farmaceuticos en Honduras*. Obtenido de ANAPROHFAR.ORG: <https://anaprohfar.org/>
- Banco Central de Honduras. (2020). *EL BANCO CENTRAL DE HONDURAS REVISIA EL PROGRAMA MONETARIO 2020-2021 Y APRUEBA UNA NUEVA REDUCCIÓN EN SU TASA DE POLÍTICA*. Tegucigalpa: BOLETÍN DE PRENSA No.42/2020.
- Banco Mundial. (8 de Junio de 2020). *Banco Mundial*. Obtenido de Comunicado de Prensa:
<https://www.bancomundial.org/es/news/press-release/2020/06/08/covid-19-to-plunge-global-economy-into-worst-recession-since-world-war-ii>
- Belling, L. F. (2011). *LA LEGISLACION DEL COMERCIO ELECTRONICO DE LOS SERVICIOS PROFESIONALES EN LA COMUNIDAD ANDINA DE NACIONES*. Obtenido de <http://www.comunidadandina.org/BDA/docs/BO-INT-0002.pdf>
- Bizneo. (2020). *Bizneo Advanced HR Tools*. Obtenido de Gestión del Talento:
<https://www.bizneo.com/blog/transformacion-digital-para-pymes/>
- BrainSINS. (3 de Enero de 2014). *BrainSINS*. Obtenido de <https://www.brainsins.com/es/>
- CEUPE. (s.f.). *ANÁLISIS DE LAS FUERZAS COMPETITIVAS DE LA INDUSTRIA*. Obtenido de <https://www.ceupe.com/presentacion.html>
- Collins, P., Mockler, R. J., & Gartenfel, M. (2003). *Amazon.com: Una tienda de comercio electrónico*. New York: Prentice Hall.
- Conexion Esan. (31 de Octubre de 2016). *Esan.Edu*. Obtenido de El Macroentorno y su influencia en las empresas: <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2016/10/el-macroentorno-y-su-influencia-en-las->

empresas/#:~:text=Factores%20tecnol%C3%B3gicos%3A%20son%20aquellos%20relacionados,con%20cada%20vez%20mayor%20rapidez.

Conexion ESAN. (30 de Octubre de 2019). *Análisis de sensibilidad: ¿qué es y cuál es su importancia en un proyecto?* . Obtenido de Conexion ESAN:

<https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2019/10/analisis-de-sensibilidad-que-es-y-cual-es-su-importancia-en-un-proyecto/>

Congreso Nacional. (1991). Código de la Salud. *Código de la Salud*, 36-37.

Congreso Nacional de Honduras. (28 de Mayo de 1991). *Código de la Salud*. Obtenido de BVS.HN: <http://www.bvs.hn/Honduras/Leyes/CodigodelaSalud.pdf>

Congreso Nacional de la República de Honduras. (2011). *Ley General de Medicamentos de Honduras*. Obtenido de Ley General de Medicamentos de Honduras: [file:///Users/rafaelcanaca/Downloads/LEY-GENERAL-MEDICAMENTOS-HONDURAS-2013%20\(4\).pdf](file:///Users/rafaelcanaca/Downloads/LEY-GENERAL-MEDICAMENTOS-HONDURAS-2013%20(4).pdf)

Del Aguila Obra, A. R. (2000). *Comercio Electrónico y Estrategia Empresarial. Hacia la Economía Digital*. Madrid: RA-MA.

Diario Oficial La Gaceta. (4 de Noviembre de 2005). Secretaría de Salud. Tegucigalpa, Francisco Morazán, Honduras.

Domínguez, M. G. (2008). Desarrollo de un Plan de Negocios para Crear un Nuevo Establecimiento de Comida para Llevar en Juchitán, Oaxaca. *Revista de Administração da UNIMEP*, 146.

ecommerce, M. (2015). *ecommercenews*.

EKCIT. (24 de Abril de 2018). *Planificación de Producción*. Obtenido de Tic.Portal: <https://www.ticportal.es/glosario-tic/planificacion-produccion>

Emanuel Olivier Peralta. (4 de Febrero de 2020). *GenWords.com*. Obtenido de Marketing Mix: Qué es y Cómo Aplicarlo: <https://www.genwords.com/blog/que-es-marketing-mix>

Eva. (1 de Marzo de 2020). *La farmacia mas antigua de la florencia y parte del mundo*.

Obtenido de Merviglia.es: <https://meraviglia.es/la-farmacia-mas-antigua-de-florencia-y-parte-del-mundo/>

Fernández & Baptista, H. (2010). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw-Hill Interamericana.

- Fernández, M. (4 de Diciembre de 2017). *El País*. Obtenido de El País:
https://elpais.com/economia/2017/12/01/actualidad/1512125659_853869.html
- Forbes Staff. (1 de Agosto de 2020). *Forbes Centroamerica*. Obtenido de Economía de Honduras se contraera: <https://forbescentroamerica.com/2020/08/01/economia-de-honduras-se-contraera-entre-7-y-8-de-su-pib-por-covid-19/>
- Gaceta, L. (2015). *Ley sobre Comercio Electronico*.
- Gonzales, O. R. (2011). *Comercio Electronico*. Madrid: ANAYA.
- HONDURAS, O. (s.f.). *OPS*. Obtenido de Organizacion mundial de la salud:
https://www.paho.org/hon/index.php?option=com_content&view=article&id=1066:medicamentos&Itemid=226
- INE Honduras. (30 de Agosto de 2019). Nueva Arcadia, Copan. Tegucigalpa, Francisco Morazan, Honduras.
- iNegocios. (7 de Enero de 2018). *Internet negocios*. Obtenido de Historia del Comercio Electrónico: <https://www.internetnegocios.com/historia-del-comercio-electronico/>
- INTERGAMBUS. (3 de Julio de 2018). *Gambusecuador*. Obtenido de El Marco Teórico de una Tesis: <http://gambusecuador.com/el-marco-teorico-de-una-tesis/>
- Investigadores. (23 de Marzo de 2020). *Fuentes de información primarias, secundarias y terciarias*. Obtenido de Fuentes de información primarias, secundarias y terciarias: <https://tecnicasdeinvestigacion.com/fuentes-de-informacion-primaria-y-secundaria-y-terciaria/>
- Jones, C., V. Alderete, M., & Motta, J. (2013). Adopción del comercio electrónico en Micro, Pequeñas y Medianas empresas comerciales y de servicios de Córdoba, Argentina. *Revista Cuadernos de Administracion*, 12.
- Jorge Irigaray Garcia de la Serrana. (6 de Julio de 2020). *EAE Business School*. Obtenido de El Blog de retos para ser directivo: <https://retos-directivos.eae.es/directrices-para-el-analisis-del-macroentorno-de-una-empresa/#:~:text=El%20macroentorno%20es%20el%20conjunto,la%20pol%C3%ADtica%20monetaria%20y%20fiscal.>
- Karen, D. C. (2009). *Tecnologías de información en los negocios*. México, D. F: The McGraw-Hill. doi:978-970-10-6666-9

- Laudan, K. C. (2013). *E-commerce 2013* (Novena edición ed.). México: PEARSON EDUCACIÓN. doi:978-607-32-2293-8
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2014). *E-commerce 2013; Negocios, tecnología, sociedad*. Ciudad de México: Pearson.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2014). E-commerce. Negocios, tecnologías, sociedad. En K. C. Laudon, & C. G. Traver, *E-commerce. Negocios, tecnologías, sociedad*. (pág. 7). México: Pearson.
- Maradiaga, M. (21 de Julio de 2020). *Tiempo Digital*. Obtenido de En Portada: <https://tiempo.hn/el-43-de-las-mipymes-a-nivel-nacional-estan-cerradas-fedecamara/>
- Mitzberg. (1984). *Estructura Organizacional*. Obtenido de Gestipolis: <https://www.gestipolis.com/la-estructura-organizacional/>
- Mott Glosario. (2019). *Diseño del Producto*. Obtenido de Mott Glosario: <https://glosario.mott.pe/marketing/palabras/disen-del-producto>
- Murillo, F. R. (4 de Febrero de 2018). *En Honduras se producen el 20% de las medicinas comercializadas*. Obtenido de LaPrensaHN: <https://www.laprensa.hn/economia/1149329-410/farmaceutica-honduras-producen-medicinas-comercializadas->
- OCC Mundial. (19 de Enero de 2021). *¿Qué es un análisis FODA, cómo se hace, para qué sirve? Guía 2021*. Obtenido de OCC Mundial: <https://www.occ.com.mx/blog/que-es-un-analisis-foda-y-como-se-hace/>
- OMA. (2018). *Organización Mundial de Aduanas*. Obtenido de Marco de Normas de la OMA Relativo al Comercio Electrónico Fronterizo: http://www.wcoomd.org/-/media/wco/public/global/pdf/topics/facilitation/activities-and-programmes/ecommerce/wco-framework-of-standards-on-crossborder-ecommerce_en.pdf?la=en
- Portal Farma. (02 de Febrero de 2017). *Origen de Los Medicamentos*. Obtenido de Portalfarma.com: <https://www.portalfarma.com/Ciudadanos/saludpublica/consejosdesalud/Paginas/2212origenmedicamentos.aspx#:~:text=Hasta%20finales%20del%20siglo%20XIX,el%20concepto%20de%20principio%20activo.>
- Porter, M. (2015). Obtenido de <https://www.5fuerzasdeporter.com/>

- QuickERP. (26 de Diciembre de 2019). *HONDURAS: Pasos para crear una nueva empresa* .
Obtenido de Quickerp.App: <https://quickerp.app/blog/honduras-pasos-para-crear-una-nueva-empresa/>
- Sampieri. (2014). *Metodología de la investigación*. McGraw Hill. Obtenido de Metodología de la investigación: <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Santos, O. O. (2020). *El Modelo de Negocios*. Obtenido de Gestipolis:
<https://www.gestipolis.com/el-modelo-de-negocio-de-las-ebt-biotecnologicas/>
- Secretaria de Salud. (23 de Julio de 2020). *Honduras asegura su acceso a la vacuna contra Covid-19 a traves del Mecanismo Gavi Covax*. Obtenido de Salud.Gob.Hn:
<https://www.salud.gob.hn/site/index.php/component/k2/item/1826-honduras-asegura-su-acceso-a-la-vacuna-contracovid-19-a-traves-del-mecanismo-gavi-covax>
- Strategor. (1988). *Estructura Organizacional*. Obtenido de Gestipolis:
<https://www.gestipolis.com/la-estructura-organizacional/>
- Suck, E. A. (1994). *Manual de investigacion experimental*. Mexico: Universidad Iberoamericana.
- Vainrub, R. (2009). Una Guía Para Emprendedores. En R. Vainrub, *Una Guía Para Emprendedores* (pág. 35). Ciudad de México: Pearson.
- Valenzuela, D. J. (15 de Octubre de 2019). *Las farmacias del Ayer*. Obtenido de La Tribuna:
<https://www.latribuna.hn/2019/10/15/las-farmacias-del-ayer/>
- Valenzuela, D. J. (15 de Octubre de 2019). *Las Farmacias del Ayer*. Obtenido de La Tribuna:
<https://www.latribuna.hn/2019/10/15/las-farmacias-del-ayer/>
- Wemischner, R., & Karp, K. (1997). *Gourmet to go: A guide to opening and operating a specialty food store*. New York: John Wiley & Sons Inc.
- Wikipedia. (10 de Agosto de 2020). *Wikipedia.org*. Obtenido de La Entrada (ciudad):
[https://es.wikipedia.org/wiki/La_Entrada_\(ciudad\)](https://es.wikipedia.org/wiki/La_Entrada_(ciudad))

CAPÍTULO X ANEXO

Anexo 1: Encuesta Aplicada



ESTUDIO DE PRE-FACTIBILIDAD PARA EL DESARROLLO DE UNA DISTRIBUIDORA DE MEDICAMENTOS EN LA ENTRADA, COPÁN

Instrucciones: Como parte de un proyecto de investigación; se realizarán una serie de interrogantes con el fin de conocer aspectos relevantes relacionados a la compra de medicamentos para su comercialización en Copán para los médicos y clínicas privadas de la zona. Se solicita contestar con toda la honestidad posible basada en su experiencia y conocimiento.

**Las respuestas brindadas por su persona son confidenciales y para uso exclusivo de la investigación.

¿Cuenta usted con su propia clínica médica? *

- Sí
- No

En caso que su respuesta anterior haya sido un "Sí". ¿En qué ciudad está ubicada?

Short answer text

¿Cuánto tiempo ha laborado como médico? *

- Menos de 2 años
- 2 a 5 años
- 6 a 10 años
- Más de 10 años

¿Labora usted en algún establecimiento médico distinto a clínica médica propia? *

- Sí
- No

En caso la respuesta anterior sea un "Sí", escoja la(s) que apliquen:

- Centro de Salud
- Seguro Social (IHSS)
- Sistema Médico Empresarial (SME)
- Fundación
- Hospital Público
- Hospital Privado
- Secretaría de Salud
- Other...

¿Compra usted medicamentos e insumos médicos para el uso o venta dentro de su establecimiento? *

- Sí
- No

¿Cada cuánto compra medicamentos e insumos médicos para su establecimiento? *

- Menos de 1 mes
- 1 a 3 meses
- 4 a 6 meses
- Más de 6 meses
- No aplica

¿Cuánto invierte usted mensualmente para la compra de medicamentos y/o insumos médicos para su establecimiento? *

- Menos de L. 5,000.00
- L. 5,000.01 – L. 10,000.00
- L. 10,000.01 – L. 15,000.00
- L. 15,000.01 – L. 20,000.00
- L. 20,000.01 – L. 25,000.00
- L. 25,000.01 – L. 30,000.00
- Más de L. 30,000.00
- No aplica

¿En qué establecimientos compra usted medicamentos y/o insumos médicos para su uso o venta? *

- Farmacias
- Casas farmacéuticas
- Visitadores médicos
- Distribuidora de medicamentos
- Vendedores independientes de medicamentos
- Other...

¿Cuáles considera usted que son los 20 medicamentos más importantes para mantener en inventario dentro de un establecimiento médico? *

Long answer text

¿Qué tipo de medicamentos prefiere para la compra y venta en un establecimiento? *

- Originales
- Genéricos
- Sin preferencia

¿Cuáles considera usted que son los 10 insumos médicos más importantes para mantener en inventario dentro de un establecimiento médico? *

Long answer text

Para usted, ¿Qué aspecto considera más atractivo al comprar medicamentos e insumos médicos para su venta y/o consumo dentro de un establecimiento médico? *

- Precios accesibles.
- Facilidad de métodos pago (efectivo, tarjeta, etc.)
- Facilidad de compra (ubicación)
- Servicio a domicilio
- Crédito / Financiamiento
- Pago contra-entrega (paga al recibir el producto)

¿Cuál considera el método más efectivo para la comunicación con un proveedor de medicamentos e insumos médicos? *

- Llamada telefónica
- WhatsApp
- Redes sociales (Facebook/Instagram)
- Correo electrónico
- Visita puerta a puerta
- Other...

¿Qué método preferiría para conocer las promociones vigentes de su proveedor de medicamentos e insumos médicos? *

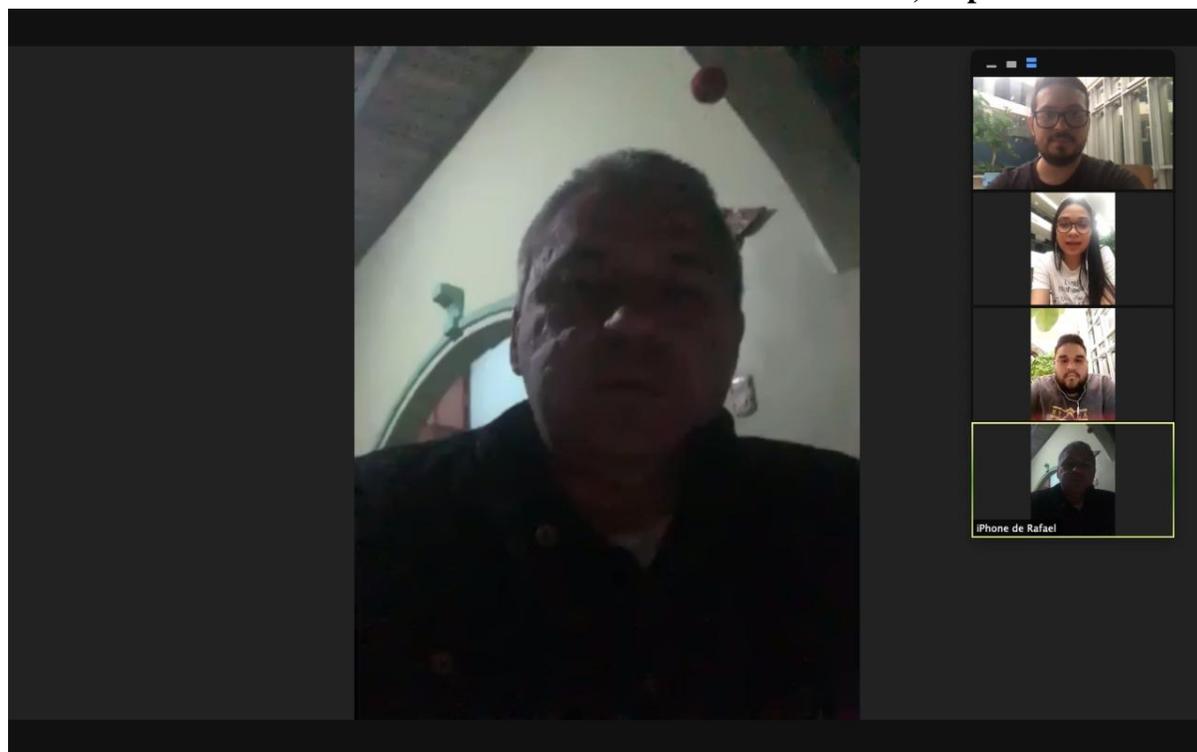
- Mensajes de WhatsApp
- Visita de un representante de ventas
- Correo electrónico
- Llamada telefónica
- Publicaciones en redes sociales (Facebook/Instagram)
- Other...

⋮

¿Consideraría una distribuidora de medicamentos ubicada en La Entrada, Copán como su proveedor? *

- Sí
- No

Anexo 2: Entrevista al director del Centro de Salud de La Entrada, Copán.



Anexo 3: Cotización de medicamentos

DROGUERIA DIMEDICS		
➤ Lansoprazol	Tabletas x100	850
➤ Loratadina	Tabletas x100	500
	Jarabe 120ml	75
➤ Ibuprofeno	Jarabe 120ml	43.42
➤ Cefadroxilo	Tabletas x100	650
➤ Amikacina	Ampollas	42.50
➤ Ceftriaxona	Ampollas	77.50
➤ Complejo B	Ampollas	27.13
➤ Acetaminofén	Tabletas x100	70
	Jarabe	34
➤ amoxicilina	Tabletas x100	316
	Susp preparada	81.32
	Suspensión 100ml	60
DROGUERIA INPOMO		
➤ Ambroken C	Jarabe	179.81
➤ Celedexa	Jarabe	208.33
	tabletas	493.89
➤ Esomepraken	Tabletas	293.15
➤ viroken	Tabletas	366.48
	Jarabe	173.70
DROGUERIA FRANCESCA		
➤ Acetaminofén	Tabletas x100	215.01
➤ Azitomicina	Tabletas x60	3728.45
➤ Desketoprofeno	Tabletas x100	2485.05
➤ Esomeprazol	Tabletas x60	1449.90
➤ Fluconazol	Tabletas x10	413.88
➤ Ibuprofeno	Tabletas x60	360.50
➤ Hiocina	Tabletas x100	1449.90
➤ Lansoprazol	Tabletas x60	1036.02
➤ Loratadina	Tabletas x100	828.64
	Jarabe 120ml	145.25
➤ Levocetiricina	Tabletas x100	2278.55
➤ Nitaxozanida	Tabletas x60	2071.17
➤ Trimetropin	Tabletas x60	372.76

LISTA DE MEDICAMENTOS

DROGUERIA IPF

➤ ibuprofeno	tabletas	203.71
ibuprofeno	Jarabe	84.49
ibuprofeno	Crema	112.08
➤ Quimopin	Jarabe 120ml	76.16
➤ Acetaminofén	Suspensión 120ml	48.69
➤ Cefadroxilo	Tabletas x 50	589.77
Cefadroxilo 125	Suspensión 60	99.10
Cefadroxilo 250	Suspensión 100ml	132.23
➤ Amoxicilina	Tabletas x100	535.36
amoxicilina	Suspensión 100ml	103.81
➤ azitromicina	Tabletas x5	175
	Suspensión 15ml	140
➤ claritromicina	Suspensión 60ml	243.63
➤ IP Brol	Tabletas x50	495.21
	Jarabe 120ml	93.71
➤ Lansoprazol	Capsulas x 30	210
➤ Antiácido	Jarabe	94.01
➤ nitaxozanida	Tabletas x6	116.67
	Suspensión 60ml	113.26
➤ sinofar	Tabletas x50	301.84
	Jarabe 120ml	73.34
Sinofar D	Tabletas x50	358.38
	Jarabe 60ml	115.52
➤ meloxicam	Tabletas x10	116.23
➤ fluconazol	Tabletas x10	345.85
➤ tervinafina	Tabletas x10	198.33
	Crema	110
➤ Metronidazol	Jarabe 120ml	86.17
➤ saluvit	Tabletas x100	306.56
	Jarabe 120mlñ	96.83

DROGUERIA CORINFAR

➤ Complevit	Tabletas x30	96.30
	Jarabe 240ml	100
➤ dologesic	Tabletas x100	550
➤ ibumetin	Jarabe 120ml	85
➤ dilabrom	Jarabe 120ml	214.81
➤ loratadina	Tabletas x50	415
	Jarabe 60ml	110
➤ acetaminofén	Tabletas x100	90
	Jarabe 60ml	60
➤ antipasmódico	Tabletas x100	350
	Jarabe 120ml	50
➤ desketoprofeno	Tabletas x10	281.48
➤ lansoprazol	Tabletas x100	1111.11
➤ ceftriaxona	Ampollas 1g	162.96
Ceftriaxona finlay	Ampollas 1g	130

DROGUERIA ULTIMATE

➤ Finadol forte	Tabletas x100	162
	Jarabe 100ml	80
➤ Levofloxacina	Tabletas x10	161.82
➤ Fluconazol	Tabletas x1	42
➤ Lansoprazol	Tabletas x30	69.60
➤ Levozina	Tabletas x30	106.80
	Jarabe 60ml	80.40
➤ Sorbecid	Jarabe 200ml	78
	Tabletas x30	62.40
➤ Ultimox (amoxicilina)	Tabletas x100	120
	Suspensión 100ml	47.40
➤ Astimyn	Tabletas x20	106.80
	Jarabe 110ml	117.12

DROGUERIA COFARMAS

➤ Acetaminofén	Tabletas x100	100
	Jarabe	35
➤ Ibuprofeno	Tabletas x100	200
	Jarabe	60
➤ Finadol	Tabletas x100	100
➤ Medox triple	Ampollas	30
➤ Fluibrom	Jarabe	90
➤ Quimopin	Tabletas x100	120
➤ Meloxicam	Tabletas x100	400
➤ Clonadex	Gotas	120
➤ Dolaren	Jarabe	70
➤ Dexametazona	Ampollas	8
➤ Messiget	Inyección	85
➤ Antiácido	Jarabe	60
➤ Asbron C	Jarabe	75
➤ Amoxicilina	Jarabe	50
➤ Etiprim	Jarabe	45

DROGUERIA ULTIMATE

➤ Finadol forte	Tabletas x100	162
	Jarabe 100ml	80
➤ Levofloxacina	Tabletas x10	161.82
➤ Fluconazol	Tabletas x1	42
➤ Lansoprazol	Tabletas x30	69.60
➤ Levozina	Tabletas x30	106.80
	Jarabe 60ml	80.40
➤ Sorbecid	Jarabe 200ml	78
	Tabletas x30	62.40
➤ Ultimox (amoxicilina)	Tabletas x100	120
	Suspensión 100ml	47.40
➤ Astimyn	Tabletas x20	106.80
	Jarabe 110ml	117.12

DROGUERIA COFARMAS

➤ Acetaminofén	Tabletas x100	100
	Jarabe	35
➤ Ibuprofeno	Tabletas x100	200
	Jarabe	60
➤ Finadol	Tabletas x100	100
➤ Medox triple	Ampollas	30
➤ Fluibrom	Jarabe	90
➤ Quimopin	Tabletas x100	120
➤ Meloxicam	Tabletas x100	400
➤ Clonadex	Gotas	120
➤ Dolaren	Jarabe	70
➤ Dexametazona	Ampollas	8
➤ Messiget	Inyección	85
➤ Antiácido	Jarabe	60
➤ Asbron C	Jarabe	75
➤ Amoxicilina	Jarabe	50
➤ Etiprim	Jarabe	45

Dr. Edwin Rafael Reyes
Colegiación 4515



Anexo 4: Aplicación para préstamo PYME Invierta – BANPAIS

RCK-001 V.12

REQUISITOS MÍNIMOS DE CRÉDITO F-1 BANCA COMERCIAL

Nombre del Cliente: Oficial responsable:
 Agencia: Teléfono o ext. Oficial responsable:

Tipo de Operación: Tipo de Cliente: Tipo de Garantía: Segmento Comercial: ¿Dentro de Línea de Crédito?
 Personería Jurídica: Exposición: Sector Económico: ¿Pertenece a Grupo Económico?

Nota: Para toda empresa jurídica con denominación Sociedad Anónima (S.A.) se requerirá certificación ó constancia emitida por JD reflejando la distribución accionaria y el detalle de los principales socios.

Requisitos para la Empresa/Comerciante Individual y Avales:

Fotocopia de escritura de Constitución de la empresa (En el caso de tener socios Jurídicos debe acompañar escritura de cada una de las sociedades, procedimiento que aplica hasta llegar a la persona natural)
 Fotocopia de escrituras de reformas a la sociedad
 Fotocopia de Estudio de Factibilidad
 Fotocopia de identidad del Representante Legal
 Fotocopia de Poder de administración
 Fotocopia de RTN numérico de la Empresa
 Fotocopia de RTN numérico del Representante Legal
 Autorización del Comité respectivo de la empresa en caso de limitaciones del apoderado legal
 Constancia firmada por el secretario que detalle; Composición accionaria y Junta directiva o Consejo de Administración
 Fotocopia de documentos de garantías mueble/inmueble (escrituras, facturas proforma, Presupuesto de Construcción y/o Remodelación (Orig. o Fotocopia)
 Fotocopia de recibo de servicios públicos de residencia actual
 Croquis de dirección de la empresa
 Estados financieros Mínimo Periodos 2017, 2018, 2019, Ene-Oct del 2020
 Estados financieros Inicial y proyección
 Constancia Catastral emitida por Municipalidad
 Estados de cuenta bancarios de los últimos seis meses
 Detalle de cuentas por cobrar, cuentas por pagar, préstamos bancarios y activo fijo, depreciación Periodos 2019, Ene-Oct del 2020
 Detalle de las antigüedades de cuentas por cobrar (ciclo de 30, 60, 90, 180 y + 180 días) Periodos 2019, Ene-Oct del 2020
 Flujo de caja proyectado con premisas o supuestos de proyección
 Solicitud de Seguros y fotocopia con Vo.Bo. De recibido por Enlace SEGPAIS
 RCK-178 Solicitud de crédito Banca Comercial
 Solicitud de liberación de garantías (Formato correspondiente a la institución acreedora) (si aplica)
 Planos en caso de reunión, desmembramiento y remanentes
 Avalúo del bien otorgado en garantía (Máximo cuatro años de antigüedad)
 Constancia catastral de ubicación (Aplica cuando la escritura solo menciona sectores y no especifica barrios o colonias)
 Fotocopia de hipotecas anteriores (si aplica/Consultar SINAP)
 Licencia ambiental (Si está en proceso, deberá mostrar evidencia de ello)
 Permiso de Operación

(USO EXCLUSIVO DE BANPAIS)

RLL-012 Análisis de Viabilidad Jurídica (F-10) No. Incidente CRM _____
 Contrato de Crédito según características (1 Original y 1 Copia) ⁵
 Contrato de Adhesión de Crédito según características (1 Original y 1 Copia)
 Convenio de desembolso según características
 RCK-383 Carátula Banca Comercial
 Burós de Crédito (CNBS, Equifax) y Monitor Plus Negocios Fabrica de Crédito Central de riesgos
 RCK-017 Información para escrituración y registro de Garantías F-6G
 RCK-013 Visitas de Apreciación de Riesgo (F-14) con Fotografías incluidas
 RCK-467 Autorización de Cancelación de Obligaciones Crediticias
 RCK-015 Resolución de Crédito (2 Originales)
 RCK-456 Carta de Autorización Débito Automático
 RCK-045 F36 Formato de Categorización Ambiental y Social ³
 RCK-526 Carta de Compromiso L/C Fondos BCIE⁴
 Memorando Informativo de Banco Estructurador (Préstamo Sindicado)

Lo anterior descrito no limita la solicitud de información en la etapa de análisis.

¹ Este requisito debe presentarse en la etapa de formalización (Asesoría Legal)

² Este requisito debe presentarse en la etapa de revisión de Central de Riesgos

³ Se llenará cada vez que ingrese una solicitud de crédito.

⁴ Aplica para operaciones con fondos BCIE

⁵ Los Contratos de Crédito para operaciones con fondos BCIE deberán escribir las practicas prohibidas por este ente

⁶ Aplica para Clientes cuyo sector económico sea Agropecuario

Nombre, correo electrónico y teléfono fijo del contacto: _____

AVISO

Para BANPAIS atenderle a tiempo es nuestra prioridad, por tanto le rogamos completar personalmente este recuadro para poder dar seguimiento al tiempo de respuesta de su solicitud.

Confirmando que entregue toda la documentación requerida que detalla el formato adjunto.

Firma del cliente o contacto

Firma del Gerente de Cuentas

Firma del Verificador de Crédito

Firma del Supervisor de Negocios

CONTROL DE ENTREGA DE DOCUMENTACIÓN A CENTRAL DE RIESGOS
DESEMBOLSOS DENTRO DE LINEA / BANCA COMERCIAL

Nombre del Cliente: _____ Nombre del Gerente de Cuenta: _____

CIF del Cliente: _____ Código de Agencia: _____

Tipo de Banca: _____

Garantía bancaria _____

<i>REQUISITOS</i>	<i>NEGOCIOS</i>	<i>CENTRAL DE RIESGO</i>
-------------------	-----------------	--------------------------

- 1- Autorización para Desembolso F11 (original y 1 copias)
- 2- Carta del cliente solicitando desembolso (original y copia)
- 3- RCK-054 Carta de Autorización Débito Automático (original y copia)
- 4- Plan de Pago (cuando aplique, Original y copia)

SECCIÓN LEGAL:

- 1- Convenio para Desembolso (impreso a ambos lados, firmado con lápiz gráfico por el Gerente de Cuenta en la parte inferior del convenio) (presentar original y copia)

SECCION FINANCIERA: _____

- 1- Caratula
- 2- RCK-465 Formato de consolidación de deuda (cuando aplique) (original y copia)
- 3- Autorización de Tesorería

OTROS:

- 1- Capturador de Transacciones

<i>FUNCIONARIO NEGOCIOS/AGENCIA</i>	<i>AUXILIAR DE CENTRAL DE RIESGOS</i>
Fecha entrega: _____	Fecha de recepción: _____
Firma: _____	Nombre: _____
	Firma: _____