

DROGUERIA LA ECONOMIA PARQUE PRINCIPAL

LEONARDO MARIÑO INFANTE

CC 1.019.073.737 BOGOTA D.C

CORPORACION DE EDUCACION NACIONAL DE EDUCACION SUPERIOR

ADMINISTRACION DE EMPRESAS

2018.

DROGUERIA LA ECONOMIA PARQUE PRINCIPAL

LEONARDO MARIÑO INFANTE

C.C 1.019.073.737 BOGOTA D.C

PROFESOR

HENRY MARTINEZ VARGAS

ADMINISTRADOR DE EMPRESAS

OPCION DE GRADO II

GRUPO 40104

CUN-CUNBAL

CORPORACION DE EDUCACION NACIONAL DE EDUCACION SUPERIOR

ADMINISTRACION DE EMPRESAS

BOGOTA, OCTUBRE 20 DEL 2018.

TABLA DE CONTENIDO

<i>PRESENTACION</i>	4
<i>JUSTIFICACION</i>	5
<i>OBJETIVOS</i>	7
<i>OBJETIVO GENERAL</i>	7
<i>OBJETIVO ESPECIFICO</i>	7
<i>MARCO TEORICO</i>	8
<i>CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES</i>	21
<i>RESUMEN EJECUTIVO</i>	24

PRESENTACION DEL PROYECTO

Se busca establecer un plan de mejoramiento en un establecimiento denominado droguería, lograr que el establecimiento le permita a su público obtener calidad en cada uno de sus productos, así mismo una gran variedad en inventario y una optimización de eficacia y eficiencia en cuanto la atención a usuarios y clientes tanto en dispensación de medicamentos, como en venta de producto cosméticos, a aseo personal, perfumería y demás. Contamos con el personal idóneo para respaldar el establecimiento como lo manda la ley con la resolución 1407 del 2007 y la 2200 del 2005 y se espera que con nuestra cultura organizacional establecer una diferencia notable impactante en el mercado.

JUSTIFICACION

Observando que la industria farmacéutica es una de las más potentes al nivel mundial y al nivel nacional, y aprovechando el dominio del tema mediante a la experiencia empírica de los funcionarios con los que se cuentan, hace posible que el proyecto tenga no solo bases fuertes, sino que también ofrece garantías de mantenerse en el mercado, ya que en las 4 p's (producto, precio, plaza y promoción) se encuentran ya estipulados, sobre todo la plaza ya que es en una zona central, donde transita mucho la gente y es un punto muy a favor para nuestro establecimiento comercial.

PLANTEAMIENTO DE OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Consolidar un establecimiento farmacéutico que ofrezca a sus clientes medicamentos alopáticos, homeopáticos, cosméticos y productos de aseo personal con eficacia y eficiencia obedeciendo la legislación farmacéutica colombiana en el municipio de El Colegio Cundinamarca.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Fidelizar a nuestros clientes mediante una excelente atención y precios bajos en cada uno de nuestros productos.

En forma estratégica aumentar el nivel de venta de los productos y servicios ofrecidos, obteniendo un margen de rentabilidad más alta, a través de un servicio óptimo y precios competitivos.

Realizar e implementar la matriz DOFA semestralmente, con esta herramienta no solamente conoceríamos nuestras fortalezas como organización, también las consolidaremos, las mejoramos y las hacemos más fuertes.

SEGMENTACION DEL MERCADO



2015: 21.832 habitantes.

Se escoge el municipio de El Colegio, ubicado en la provincia del Tequendama, a 31 km del salto del Tequendama en la vía Bogotá-Girardot, es considerado un destino turístico por su clima cálido, en la actualidad cuenta con 21.832 habitantes y treinta (30) empresas clasificadas como pequeñas empresas dedicadas a actividades comerciales tales como:

- ✓ Panaderías
- ✓ Parqueaderos
- ✓ Bares y Discotecas
- ✓ Droguerías
- ✓ Restaurantes
- ✓ Zapaterías
- ✓ Supermercados
- ✓ Hoteles

FICHA TECNICA DE INVESTIGACION DE MERCADOS

FICHA TÉCNICA DE LA INVESTIGACIÓN.

1. Solicitada por: (Droguería La Economía Parque Principal)
2. Realizada Por: (Leonardo Mariño Infante)
3. Universo de la población (21.832) personas.
4. Unidad de Muestreo: Personas.
5. Fecha: Realizada entre 10 de agosto a 31 mes de 2018.
6. Área de cobertura: Municipio de El Colegio, Colombia.
7. Tipo de Muestreo: Probabilístico, Aleatorio simple.
8. Técnica de recolección de datos: Encuesta personal
9. Tamaño de la muestra : 30 encuestas
10. Objetivo de la encuesta: Conocer el grado de aceptación del establecimiento denominado “droguería” en la ciudad de El Colegio.
11. No. de preguntas formuladas: 11.

A continuación desarrollamos la fórmula que orienta el cálculo del tamaño de la muestra poblacional con el fin de conocer el número de personas (si son personas) o empresas (si son personas) para aplicar la recolección de información.

En nuestro estudio aplicaremos la técnica de recolección de información a través de la encuesta:

$$n = \frac{k^2 * p * q * N}{(e^2 * (N-1)) + k^2 * p * q}$$

Donde:

N: es el tamaño de la población o universo (número total de posibles encuestados).

k: Es una constante que depende del nivel de confianza que asignemos. El nivel de confianza indica la probabilidad de que los resultados de nuestra investigación sean ciertos: un 95% de confianza es lo mismo que decir que nos podemos equivocar con una probabilidad del 5%.

e: Es el error muestral deseado. El error muestral es la diferencia que puede haber entre el resultado que obtenemos preguntando a una muestra de la población y el que obtendríamos si preguntáramos al total de ella.

p: Es la proporción de individuos que poseen en la población la característica de estudio. Este dato es generalmente desconocido y se suele suponer que $p=q=0.5$ que es la opción más segura.

q: es la proporción de individuos que no poseen esa característica, es decir, es $1-p$.

n: es el tamaño de la muestra (número de encuestas que vamos a hacer).

A continuación se especifican los datos de la fórmula en una aplicación para calcular el tamaño muestral.

N: 120 numero de personas

k: 1,96

e : 5%

p: 0,5

q: 0,5

n: 30 Es el tamaño de la muestra (encuesta)

Teniendo en cuenta el desarrollo de la formula anterior, se estima realizar 30 encuestas en el municipio de El Colegio para identificar la población objetivo y los requerimientos de la droguería para la estructuración del proyecto “Droguería La Economía Parque Principal” para personas o empresas de acuerdo a las necesidades reales de la población. (Ver anexo Encuesta)

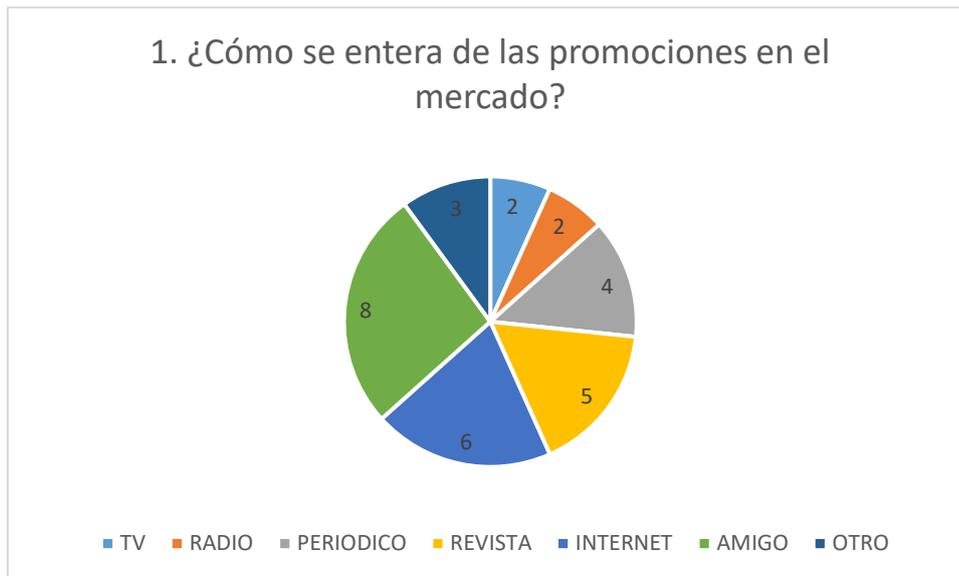
TAMAÑO DE LA MUESTRA				
Z	1.96	Z ²	3.8416	
P	0.95	P*Q	0.0475	
Q	0.05	Z ² (P*Q)N	21.90	NUMERADOR
N	120	E ²	0.0025	
e	0.05	N-1	119.00	
n		E ² *N-1	0.30	
		Z ² (P*Q)	0.182476	
		E ² (N-1)+Z ² (P*Q)	0.48	DENOMINADOR

		N	45.62	
--	--	---	-------	--

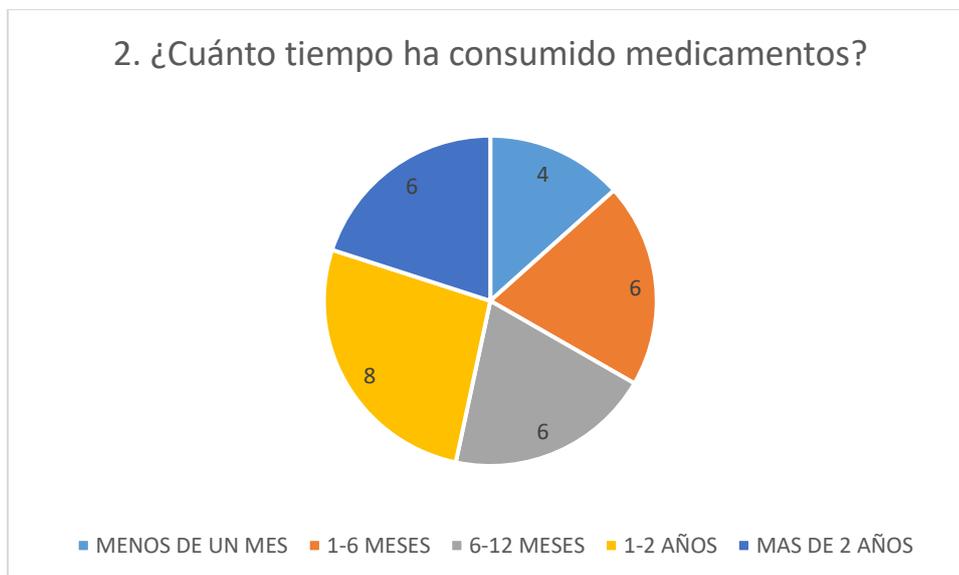
TABULACION DE LA INFORMACION

1. ¿Cómo se entera de las promociones en el mercado?						
TV	RADIO	PERIODICO	REVISTA	INTERNET	AMIGO	OTRO
2	2	4	5	6	8	3
2. ¿Cuánto tiempo ha consumido medicamentos?						
MENOS DE UN MES	1-6 MESES	6-12 MESES	1-2 AÑOS	MAS DE 2 AÑOS		
4	6	6	8	6		
3. ¿Dónde ha comprado medicamentos OTC(sin formula medica)?						
SUPERMERCADO	TIENDA	ALMACEN	FARMACIA	C.COMERCIAL	INTERNET	OTRO
4	4	0	10	4	8	
4. ¿Está satisfecho con la informacion en cuanto a medicamentos?						
MUY INSATISFECHO	INSATISFECHO	SATISFECHO	MUY SATISFECHO			
7	8	9	6	30		
5. ¿Con qué frecuencia utiliza cosmeticos y productos de belleza?						
DIARIAMENTE	MAS DE UNA VEZ POR SEMANA	UNA VEZ A LA SEMANA	CADA DOS SEMANAS	UNA VEZ AL MES	UNA O MAS VECES POR AÑO	MENOS DE UNA VEZ AL AÑO
17	6	7	0	0	0	0
6. ¿Cómo evaluaría una droguería con gran servicio en mesitas del colegio?						
De gran utilidad	Bastante útil	No muy útil	Nunca lo uso			
9	8	6	7	30		
7. En comparación con otras droguerías, la calidad en cuanto al servicio y atención farmaceutica es:						
Mucho menor	Menor	Más o menos la misma	Mayor	Mucho mayor		
2	4	6	8	10	30	
8. Por favor valore su opinión sobre la calidad del servicio.						
Muy baja	Baja	Regular	Alta			
8	7	8	7	30		
9. Sírvase enumerar, en orden de importancia, los factores que considera a la hora de hacer una compra.						
Calidad	Familiaridad	Marca	Cantidad	Precio		
6	8	5	4	7	30	
10. ¿Nos recomendarías a otras personas?						
Sí	No					
28	2					

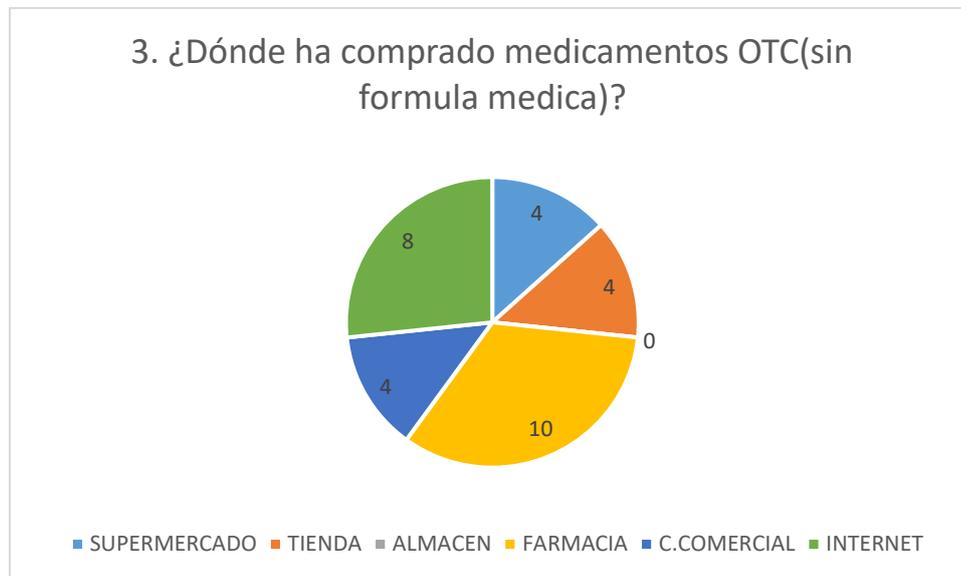
GRAFICAS



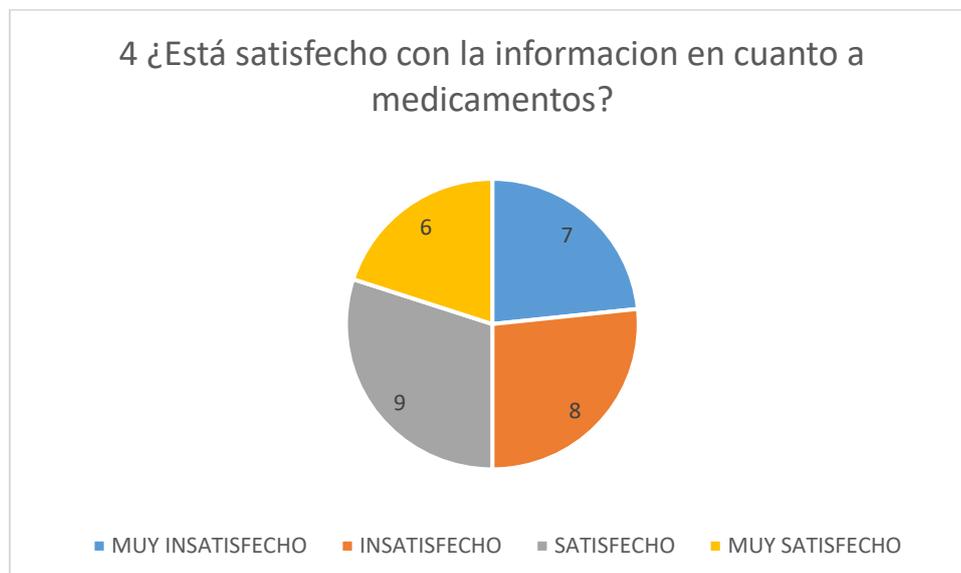
La grafica representa que las personas se enteran de los productos en promoción más por los amigos que por los otros medios de comunicación, por ende, los rumores de las promociones se deben ver lo mejor exhibido posible en el establecimiento, de este modo, la gente se acercara más al establecimiento, luego invitaran a sus amigos y allegados a conocer el establecimiento.



Esta grafica representa que tenemos más pacientes farmacodependientes, de modo que, se evidencia que tenemos clientes en el mercado.

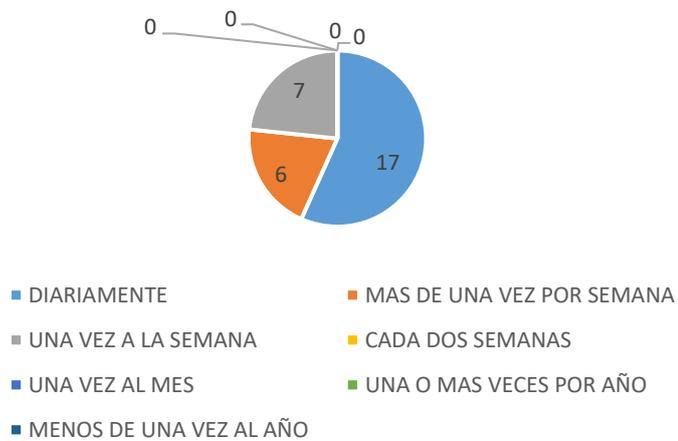


En la gráfica demuestra que son más las personas que prefieren comprar sus medicamentos en droguerías que en cualquier otro lugar.



Observamos en la gráfica que la información en a cuanto a medicamentos, no es del todo satisfecho de la población del estudio, por tanto, se buscara innovación y mejoras en este servicio.

5 ¿Con qué frecuencia utiliza cosméticos y productos de belleza?



Se demuestra en la gráfica que la mayoría de la población utiliza cosméticos, lo cual hace que este mercado sea atractivo.

6. ¿Cómo evaluaría una droguería con gran servicio en mesitas del colegio?



Como se demuestra en la gráfica la mayoría de las personas, ve con buenos ojos la apertura del establecimiento farmacéutico, lo cual nos motiva a realizar el proyecto.

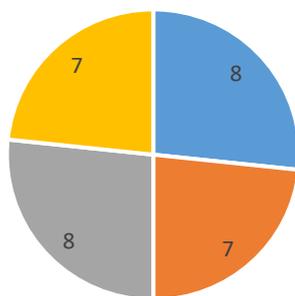
7. En comparación con otras droguerías, la calidad en cuanto al servicio y atención farmacéutica es:



■ Mucho menor ■ Menor ■ Más o menos la misma ■ Mayor ■ Mucho mayor

Analizando esta gráfica, se ve notablemente que la mayoría de la población nos prefiere por la calidad y la atención farmacéutica.

8. Por favor valore su opinión sobre la calidad del servicio.



■ Muy baja ■ Baja ■ Regular ■ Alta

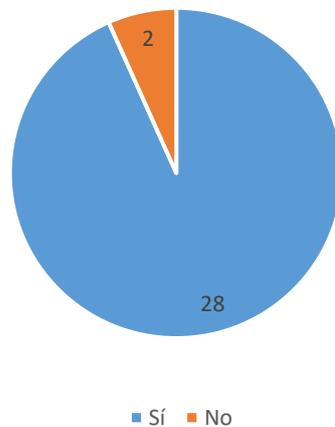
En la gráfica se demuestra un equilibrio en cuanto a la atención.

9. Sírvase enumerar, en orden de importancia, los factores que considera a la hora de hacer una compra.



Como se demuestra en la gráfica, la gente compra su producto porque sienten cierta familiaridad con ellos, luego se fijan en la calidad, luego se fijan en el precio, luego ven marcas, luego se fijan en la cantidad.

10. ¿Nos recomendarías a otras personas?



Desde luego, como se puede apreciar en la gráfica, la mayoría de las personas nos recomiendan.

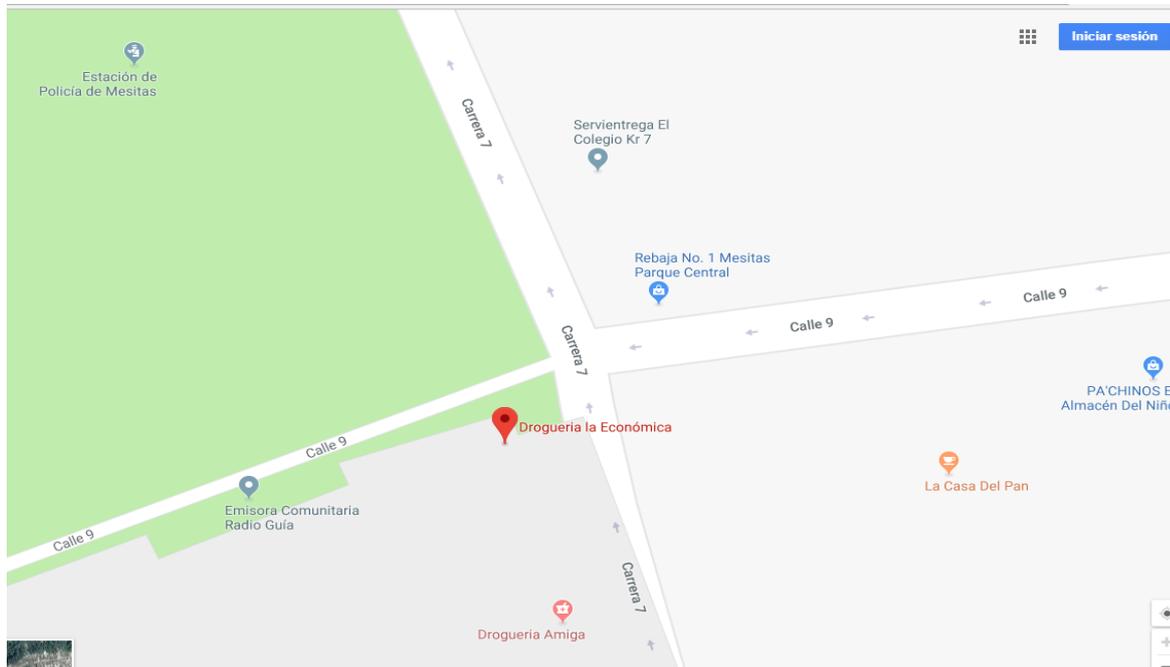
Análisis técnico operativo

El estudio técnico operativo de nuestro proyecto permite determinar variables importantes como las siguientes:

PRESENTACIÓN DEL SERVICIO	El servicio a desarrollar es el de brindar atención farmacéutica y la correcta dispensación de los productos tanto cosméticos como farmacéuticos en el establecimiento denominado DROGUERIA.
NOMBRE DEL SERVICIO	Establecimiento farmacéutico destinado a la importación, exportación, fraccionamiento, envasado, distribución y venta de especialidades farmacéuticas y productos afines.
CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO	Venta de especialidades farmacéuticas y productos afines.
TIPO DE SERVICIO	Comercial.
REGLAMENTACIÓN DEL SERVICIO	Decreto 2200 del 2005
Licencias (si se requiere)	Resolucion1403 del 2007
DENOMINACIÓN DEL SERVICIO	DROGUERIA
UBICACIÓN	CALLE 9 N 7-03 EL COLEGIO CUND.
MODO DE USO	Los medicamentos sirven para tratar síntomas o para curar enfermedades.

LOCALIZACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO

El Establecimiento farmacéutico está localizado en la calle 9 #7-03 en el municipio de EL COLEGIO, CUNDINAMARCA.



ANALISIS COMERCIAL

Plan de Marketing Agresivo:

Se realizará un plan de marketing agresivo el cual consta de realizar compras en modo “demanda por cantidad”, es decir, comprar en grandes volúmenes al menor precio, por tanto, el valor de los productos es reducido.

Teniendo ya el producto con este precio adquirido, se le agregara un precio no solo asequible al cliente, sino también un precio competitivo y arrasador en el mercado.

PUBLICIDAD:

Se pretende realizar publicidad con perifoneo en las distintas promociones, descuentos y demás teas relacionados con la droguería.

LOGO:

DROGUERIA LA ECONOMIA

PARQUE PRINCIPAL

VENTAJA COMPARATIVA

Droguería La Economía Parque Principal.	Somos autoritarios en relación a las compras, atención al cliente y exhibición en los productos. Tomando las decisiones al instante.
Otras Droguerías.	No son autoritarios en relación a las compras, en la atención al cliente y en las exhibiciones de los productos, ya que tienen parámetros establecidos por ser empresa.

VENTAJA COMPETITIVA

Droguería La Economía Parque Principal.	Somos autoritarios del inventario que se maneja, podemos y estamos en la capacidad de tener todos los laboratorios para ofrecerle variedad y precio al cliente
Otras Droguerías.	No pueden ser autoritarios de manejar todos los laboratorios, ya que por ser empresa de grandes superficies, obliga a tener más inventario por lo tanto más control.

CANALES DE DISTRIBUCIÓN

El canal de distribución encargado del suministro de la Droguería La Economía se llama AXA, el cual es una empresa encargada de la distribución de medicamentos, productos de aseo personal, suministros de material de apoyo asistencial, productos de belleza entre otros.

PROYECCIÓN DE VENTAS POR UNIDADES

PRODUCTO	M 1	M 2	M 3	M 4	M 5	M 6	M 7	M 8	M 9	M 10	M1 1	M 12	Total año 1	Año 2	Año 3
Medicamentos	102	105	108	104	106	109	112	114	118	119	118	220	1435	150	168
Cosméticos	80	90	112	85	65	84	75	95	89	87	78	98	1038	109	119

GASTOS DE ADMINISTRACIÓN

GASTO	VALOR	TIEMPO
Arriendo	\$800.000	Mensual
Servicio publico	\$120.000	mensual
Vendedores	\$1.000.000	Mensual

INVERSIONES DE MUEBLES Y ENCERES

CÓDIGO	REFERENCIA	MEDIDAS	CAN	Vr.Unitario	VR.TOTAL
VBET090	Vitrina Baja exhibición total	110x90x40	2	490.000	980.000
VBET070	Vitrina Baja exhibición total	110x70x40	1	450.000	450.000
VBEI040	Vitrina Baja esquinera interna	110x40x40	2	390.000	780.000
VBEE060	Vitrina Baja esquinera externa	110x60x40	2	420.000	840.000
PPVE100	Punto de Pago Vitrina externa	110x100x40	1	720.000	720.000
CAES090	Cajonero especial -catorce(14) cajones	116x90x60	2	1.290.000	2.580.000
	SUBTOTAL				6.350.000
	Fletes e instalación				530.000
	TOTAL				6.880.000

En los anteriores precios no está incluido el IVA.

CONDICIONES COMERCIALES

*FORMA DE PAGO: 50% anticipo
50% Contra entrega

PLAZO DE ENTREGA: A convenir

PLANEACION ESTRATEGICA

DESCRIPCION DEL NEGOCIO

Droguería La economía parque principal es un establecimiento comercial farmacéutico fundada en el año 2017, en el municipio de El Colegio, (Cund.) Este establecimiento de conformidad con lo dispuesto por la resolución 1403 del 2007, tiene como propósito fundamental comercializar productos como medicamentos, dispositivos médicos, suplementos dietarios y cosméticos conforme a la norma. También se encuentra registrada en la gobernación de Cundinamarca, en su respectivo departamento de salud y actualmente forma parte de la red de fármaco vigilancia y tecno vigilancia del país.

OBJETIVO GENERAL

Realizar en el punto de venta la dispensación correcta y cuidadosa de cada una de las fórmulas y demás productos de la mejor manera contribuyendo así al mejoramiento de la salud de nuestros clientes en nuestra región.

MARCO LEGAL.

NORMA APLICABLE						
TIPO	NORMA	A Ñ O	OBJETIVO	TOTAL	PARCIA L	ARTÍCULOS
DECRETO	677	1 9 9 5	Por el cual se reglamenta parcialmente el Régimen de Registros y Licencias, el Control de Calidad, así como el		X	146

			Régimen de Vigilancia Sanitaria de Medicamentos, Cosméticos, Preparaciones Farmacéuticas a base de Recursos Naturales, Productos de Aseo, Higiene y Limpieza y otros productos de uso doméstico y se dictan otras disposiciones sobre la materia			
RESOLUCIÓN	9455	2004	Por la cual se establece el reglamento relativo al contenido y periodicidad de los reportes, de que trata el artículo 146 del decreto 677 de 1995.	X		
DECRETO	2200	20	Por el cual se reglamenta el servicio		X	Artículo 7 y artículo 15

		05	farmacéutico y se dictan otras disposiciones			
DECRETO RESOLUCIÓN N	11011 1043	2006	Por la cual se establecen las condiciones que deben cumplir los Prestadores de Servicios de Salud para habilitar sus servicios e implementar el componente de auditoría para el mejoramiento de la calidad de la atención y se dictan otras disposiciones.		X	
RESOLUCIÓN N	1446	2006	Por la cual se define el Sistema de Información para la Calidad y se adoptan los indicadores de monitoría del Sistema Obligatorio de Garantía de Calidad de la	x		

			Atención en Salud.			
RESOLUCIÓN N	1403	2007	Por la cual se determina el Modelo de Gestión del Servicio Farmacéutico, se adopta el Manual de Condiciones Esenciales y Procedimientos y se dictan otras disposiciones		X	
DECRETO	4725	2005	Por el cual se reglamenta el régimen de registros sanitarios, permiso de comercialización y vigilancia sanitaria de los dispositivos médicos para uso humano.		X	
RESOLUCIÓN N	4816	2008	Por la cual se reglamenta el Programa Nacional de Tecnovigilancia			

LEY	100	1 9 9 3	Por la cual se crea el sistema de seguridad social integral y se dictan otras disposiciones.		X	
DECRETO	1290	1 9 9 4	Por el cual se reglamenta la evaluación del aprendizaje y promoción de los estudiantes de los niveles de educación básica y media.		X	

MISION

Proporcionar y ofrecer diversos productos y servicios para las necesidades de nuestros usuarios y clientes. Estar a la altura de los requerimientos y necesidades de nuestros usuarios y clientes por medio de la comercialización de medicamentos farmacéuticos y/o naturistas, cosméticos y populares, ofreciendo y optimizando calidad, con eficacia y eficiencia cada uno de nuestros procesos y procedimientos propuestos por las autoridades sanitarias

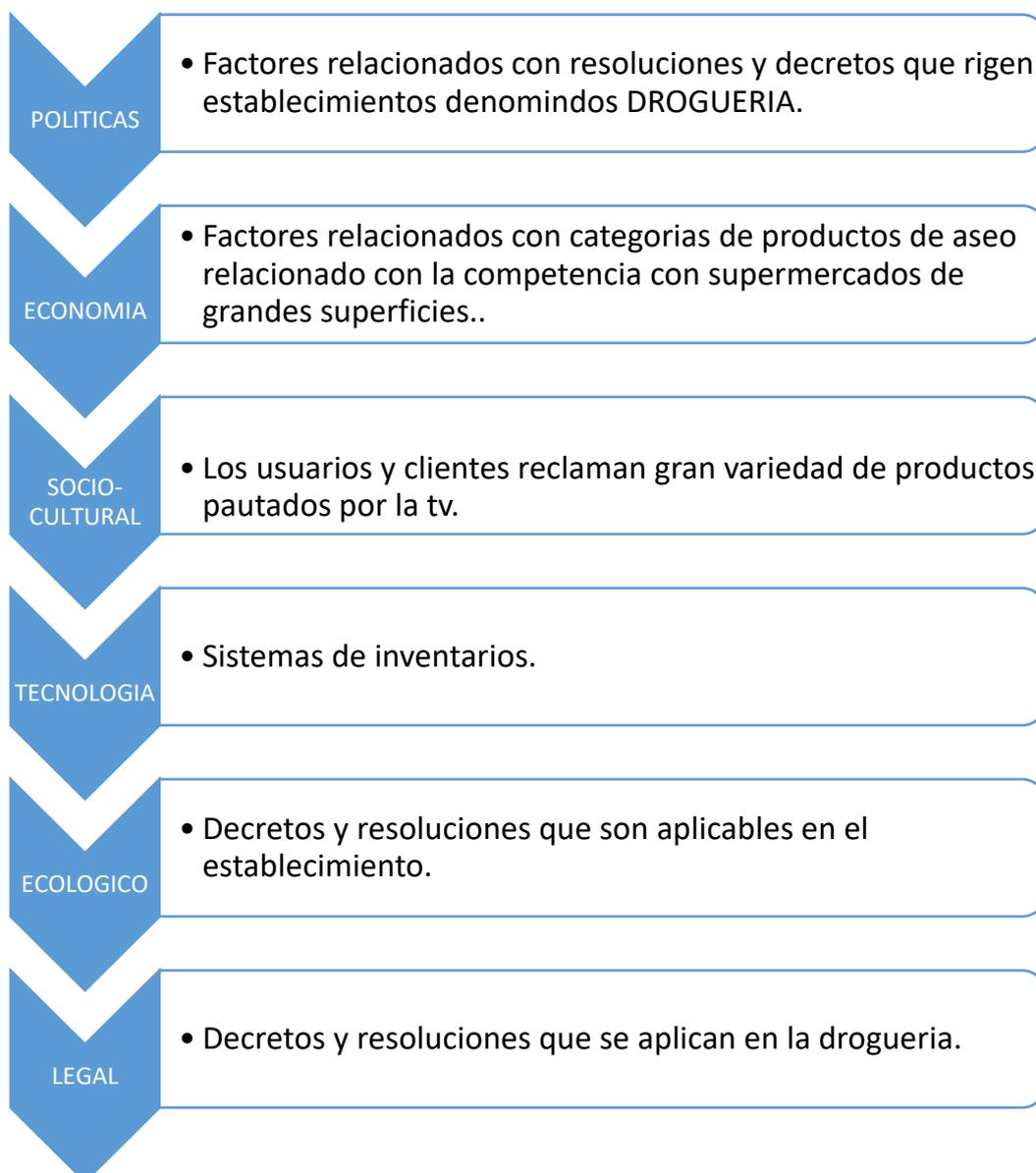
VISION

En el 2030 ser una empresa consolidada en la región del Tequendama con diversos establecimientos farmacéuticos en distintos puntos estratégicos, ofreciendo en cada uno óptima calidad en el servicio en la atención al cliente, dispensación de medicamentos y demás servicios que comprende y ofrece el establecimiento denominado droguería.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Informar, actualizar y asesorar al personal de nuestra organización sobre las actividades de una farmacia, tales como reglamentos de legislación farmacéutica y contabilidad.

Competir en el mercado de la mejor forma en la venta de productos farmacéuticos y cosméticos, con el propósito de demostrar y fijar una excelente atención al cliente atendiendo a sus necesidades respectivamente.



ANALISIS PESTESL

<p>cual es un software para permitir un mejor control en el inventario en el establecimiento.</p>												
<p>7 Desarrollar estrategias para mantener siempre a nuestro personal motivado.</p>												