

100-

PE-ECI-217
P149

B. Upana - F - 16, 27 - 2010

**“Estudio de Factibilidad de la Continuidad de la Actividad
Empresarial de la Firma Farmacias Jireh, S.A.”**
Práctica Empresarial Dirigida -PED-

Edwin Ronald Paiz Rosas

Lic. Luis Fernando Tepé Nimatuj, Asesor
Lic. Héctor Alirio Cerón Brenes, Revisor

Chiquimula, octubre de 2010



Autoridades de la Universidad Panamericana

Ing. M.A. Abel Antonio Girón Arévalo
Rector.

M. Sc. . Alba Rodríguez de González
Vicerrectora Académica

Lic. Mynor Herrera Lemus
Vicerrector Administrativo

M. Sc. . Alba Rodríguez de González
Secretario General

Autoridades de la Facultad de Ciencias Económicas

Lic. César Augusto Custodio Cobar
Decano

Claudia Melina Sagastume
Coordinadora UPANA Chiquimula

**Tribunal que practicó el examen general de la
Práctica Empresarial Dirigida –PED-**

**Lic. Oscar Morales
Examinador**

**Ing. Domingo Vásquez
Examinador**

**Licda. María Alejandra Valdez
Examinador**

**Lic. Luis Fernando Tepe Nimatuj
Asesor**

**Lic. Héctor Cerón
Revisor**



UNIVERSIDAD
PANAMERICANA

Sabiduría ante todo, espíritu subditivo

REF.:C.C.E.E.0020-2010-ACA-A.E.

LA DECANATURA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS.
GUATEMALA, 22 DE OCTUBRE DEL 2010

De acuerdo al dictamen rendido por el Licenciado Luis Tepé, tutor y licenciado Héctor Cerón, revisor de la Práctica Empresarial Dirigida, proyecto –PED– titulada “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE LA CONTINUIDAD DE LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL DE LA FIRMA FARMACIAS JIREH S.A.”. Presentada por el estudiante Edwin Ronald Paiz Rosas, y la aprobación del Examen Técnico Profesional, según consta en el Acta No. 00188, de fecha 29 de agosto del 2010; **AUTORIZA LA IMPRESIÓN**, previo a su graduación profesional como Administrador de Empresas, en el grado académico de Licenciado.


Lic. César Augusto Custodio Cobar
Decano
Facultad de Ciencias Económicas



- Carretera a San Isidro, Aldea Acatán Zona 16 - PBX: 2390 1200
- www.universidadpanamericana.edu.gt

Guatemala 12 de junio de 2010

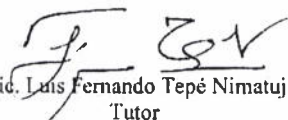
Señores
Facultad de Ciencias Económicas
Carrera Lic. En Administración de Empresas (ACA)
Universidad Panamericana
Guatemala, Guatemala.

Estimados Señores:

En relación a la tutoría de la Práctica Empresarial Dirigida –PED- del tema, "**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE LA CONTINUIDAD DE LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL DE LA FIRMA FARMACIAS JIREH S.A.**", realizada por: **Paiz Rosas, Edwin Ronald**, estudiante de la carrera de Licenciatura en administración de Empresas del programa (ACA), he procedido a la tutoría de la misma, observando que cumple con los requerimientos establecidos en la reglamentación de Universidad Panamericana.

De acuerdo con lo anterior, considero que el informe cumple con los requisitos para ser sometido al Examen Técnico Profesional Privado (ETPP), por lo tanto doy el dictamen de aprobado al tema desarrollado en la Práctica Empresarial Dirigida, con una nota de ochenta y seis puntos (86) de 100 puntos.

Al ofrecerme para cualquier aclaración adicional, me suscribo de ustedes.


Lid. Luis Fernando Tepé Nimatuj
Tutor

Guatemala, 28 de julio de 2010

Señores
Facultad de Ciencias Económicas
Carrera de Lic. En Administración de Empresas (ACA)
Universidad Panamericana
Guatemala, Guatemala.

Estimados Señores:

En relación a la revisión de la Práctica Empresarial Dirigida -PED- del tema "**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE LA CONTINUIDAD DE LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL DE LA FIRMA FARMACIAS JIREH S.A.**", realizada por: **Paiz Rosas, Edwin Ronald**, estudiante de la carrera de Licenciatura en Administración de Empresas del Programa (ACA), he procedido a la revisión de la misma, observando que cumple con los requerimientos establecidos en la reglamentación de Universidad Panamericana.

De acuerdo con lo anterior, considero que el informe cumple con los requisitos para ser sometido al Examen Técnico Profesional Privado (ETPP), por lo tanto doy el dictamen de aprobado al tema desarrollado en la Práctica Empresarial Dirigida.

Al ofrecerme para cualquier aclaración adicional, me suscribo de ustedes.


Lic. Héctor Alirio Cerón Brenes
Revisor



UNIVERSIDAD
PANAMERICANA

"Sabiduría ante todo, adquiere sabiduría"


REGISTRO Y CONTROL ACADÉMICO


REF.: UPANA; RYCA; 773.2010

La infrascrita Directora del Registro y Control Académico de la Universidad Panamericana, hace constar que el estudiante Paiz Rosas, Edwin Roland con carné 0913031 aprobó con ochenta y dos (82 pts.), el examen Técnico Profesional, del Programa de Actualización y Cierre Académico -ACA- de la Licenciatura en Administración de Empresas de la Facultad de Ciencias Económicas, el día veintinueve de junio de 2010. _____

Para los usos que al interesado estime conveniente, se extiende la presente en hoja membretada a los veinticinco días del mes de octubre de dos mil diez. _____

Atentamente,


Arq. Vicky Sicajol
Directora
Registro y Control Académico




Vo. Bo. Licda. Alba de González
Secretaria General



Dina Toledo
C.C. Archivo

Agradecimientos

Acto que dedico a Dios por ser mi Señor y mi Salvador, por haberme dado la sabiduría necesaria para culminar con esta ardua tarea académica, por haberme dado la humildad necesaria para saber que éste título no me hace mejor persona, sino que es su continua búsqueda y comunión con Él la que me hará merecedor de galardones en el cielo, y por sobre todo el haberme aceptado como hijo suyo que es el premio o título que más he anhelado en mi vida.

A mi madre por haberme criado desde que nací, por haberme inculcado valores morales que me han hecho lo que ahora soy, por haberme amado más que a nada en el mundo, por ser un pedazo de su vida.

A mi esposa por haber sido durante este tiempo mi apoyo incondicional, por haberse desvelado muchas veces junto a mí, en la búsqueda de este éxito, por haberme apoyado desde el principio, por su amor y comprensión.

A mis hijos, quiero dedicar este éxito en mi vida, que esta lucha incansable por obtener y culminar siempre los proyectos que he emprendido sea un ejemplo en sus vidas para que ellos alcancen sus sueños y puedan volar mucho más alto que yo algún día.

A mis pastores por haber estado conmigo en las buenas y en las malas, por haberme dado consejo siempre que lo busqué, por haberme alentado cuando mis fuerzas desfallecían, por ser más que mis pastores mis amigos.

A toda mi familia, dedico este triunfo para mostrarles que aunque muchas veces tarde los sueños con la ayuda de Dios siempre pueden alcanzarse, sigan adelante ustedes también y alcancen sus sueños.

Índice General

Resumen	i
Introducción.....	ii
1 Capítulo 1 Presentación de la Idea.....	1
1.1 Nombre.....	1
1.2 Slogan	1
1.3 Declaración de negocio.....	1
1.4 Vision, Mision y Valores.....	2
1.5 Tamaño, Localización, Productos	3
2 Capítulo 2 Estrategia de ventaja Competitiva.....	4
2.1 Objetivos de la Estrategia de Ventaja Competitiva.....	4
2.2 Etapa 1 Estrategia de Servicio al Cliente	5
2.2.1 Declaracion de Servicio al cliente.....	5
2.2.2 Vision de Servicio al Cliente	5
2.2.3 Niveles de Servicio	6
2.2.4 Como se va a ofrecer el servicio.....	6
2.2.5 Ventaja competitiva en precios	7
2.3 Etapa 2 Estrategia de Responsabilidad Social Empresarial	7
2.3.1 Declaración de responsabilidad social empresarial de la Farmacia Jireh .	8
2.4 Estapa 3 Precios Bajos	8
3 Capítulo 3 Análisis Del Entorno.....	9
3.1 FODA.....	9
3.2 Análisis de las cinco fuertes de Porter.....	10
4 Capítulo 4 Nombre Y Logotipo	12
5 Capítulo 5 Viabilidad Del Proyecto.....	13
6 Capítulo 6 Legalizacion De La Empresa	14
6.1 Procedimiento Legal de inscripción del Negocio.....	14
6.2 Sociedad Anónima.....	14
6.3 Régimen Tributario.....	15
6.4 Inscripción Sanitaria.....	16
7 Capítulo 7 Organización	17
7.1 Organigrama	17
7.2 Manuel de Funciones	18
8 Capítulo 8 Area Comercial	29
8.1 Canales de Distribución.....	29
8.2 Plaza	30
8.3 Demanda	32

8.4 Promoción	34
8.5 Productos y Servicios	34
8.6 Precios	35
9 Capítulo 9 Aprovevisionamiento y Producción	37
10 capítulo 10 Analisis Economico Financiero.....	41
11. Capítulo 11 Viabilidad del Proyecto.....	49
Bibliografía.....	50

Índice de Cuadros

Cuadro 1 Requisitos De Inscripción Personas Individuales Y Jurídicas.....	42
Cuadro 2 Instituto guatemalteco de seguridad social IGSS	42
Cuadro 3 Compras de medicamentos para el primer año	43
Cuadro 4 Gastos de funcionamiento farmacias Jireh	43
Cuadro 5 Salarios	44
Cuadro 6 Flujo De Efectivo Primer Año	45
Cuadro 7 Estado De Resultados	46
Cuadro 8. Balance General.....	47
Cuadro 9. Financiamiento	48
Cuadro 10. Tasa Interna de Retorno	49
Cuadro 11. Valor Actual Neto	49

Resumen

La empresa:

Antecedentes: la empresa fue creada el 21 de septiembre del año 2004, bajo la denominación “Farmacias Guatemaltecas la Guadalupeña”, pertenecía a las franquicias de Farmacias Guatemaltecas, sin embargo para el año 2007 los franquisarios habían desaparecido, por lo que se hacía necesario un cambio de nombre, sin embargo no se ha realizado aún; por lo que los propietarios han iniciado un proceso de cambio de nombre y de organización de la farmacia.

Farmacias Jireh, es una empresa que tendrá su ámbito de influencia en siete municipios del departamento de Chiquimula, con cinco farmacias ubicadas estratégicamente, una el municipio de Jocotan, en donde se centra el comercio de la región Chortí, constituidos por los municipios de Camotan, Jocotan y San Juan Ermita, constituyendo lo que en el presente documento se denominará región Ch’orti’, otra farmacia se ubicará en el municipio de Quezaltepeque, con influencia en los mercados de Quezaltepeque y Olopa, otra farmacia se ubicará en el municipio de Esquipulas, en donde actualmente está concentrada el área de trifinio, una farmacia más estará ubicada en el municipio de Concepción Las Minas, en donde el ingreso por divisas es el más grande de todo el departamento, una farmacia más se ubicará en la cabecera departamental de Chiquimula, por su importancia en lo que ha comercio representa. De esta manera se cubrirá la demanda de medicamentos existente en el departamento, para luego en futuro medio, puedan hacerse planes de expansión hacia otros departamentos de Guatemala.

El negocio es viable, pues como es de saber actualmente los medicamentos éticos, genéricos y populares, constituyen una parte importante del gasto en el presupuesto de las personas por lo que en algunas oportunidades economistas los consideran como productos de la canasta básica. Además como lo muestra la TIR de 18.84% el porcentaje de rentabilidad del negocio es aceptable, pues de realizar otro tipo de inversión, (plazo fijo por ejemplo que es a partir de 7% en los mejores casos), con los fondos solicitados a los inversionistas obtendrían un porcentaje inferior a ese, por lo que lo aconsejable es la inversión en esta empresa

Introducción

¹“La empresa es la institución o agente económico que toma las decisiones sobre la utilización de factores de la producción para obtener los bienes y servicios que se ofrecen en el mercado. Empresa es el instrumento universalmente empleado para producir y poner en manos del público la mayor parte de los bienes y servicios existentes en la economía”.

En muchos casos el origen de la empresa está en una idea innovadora sobre los procesos y productos, de forma que el empresario actúa como agente difusor del desarrollo económico. En este caso se encuentran unidas en una única figura el empresario-administrador, el empresario que asume el riesgo y el empresario innovador. Esta situación es característica de las empresas familiares y, en general, de las empresas pequeñas.

Por otra parte, y a medida que surgen empresas de gran tamaño, se produce una separación entre las funciones clásicas del empresario. Por un lado, está la figura del inversionista, que asume los riesgos ligados a la promoción y la innovación mediante la aportación de capital, por otro lado, se consolida el papel del directivo profesional, especializado en la gestión y administración de empresas. De esta forma se produce una clara separación entre la propiedad y la gestión efectiva de la empresa.

El empresario actual es un órgano individual o colegiado que toma las decisiones oportunas para la consecución de ciertos objetivos presentes en las empresas y de las circunstancias del entorno. El empresario individual o colegiado, es el que coordina el entramado interno de la empresa con su entorno económico y social.

En el presente caso se presenta la propuesta de creación de la empresa denominada “Farmacias Jireh”, la cual se constituirá para el comercio y distribución de medicamentos tanto de origen genérico como de origen ético.

Entendiéndose genérico como aquel vendido bajo la denominación del principio activo que incorpora, siendo bio equivalente a la marca original, es decir, igual en composición y forma

¹ www.monografias.com/trabajos11/empre/empre.shtml

farmacéutica y con la misma biodisponibilidad de la misma y como medicamento ético aquellos fármacos registrados y comercializados por un laboratorio innovador que realizó en su momento los esfuerzos de investigación y desarrollo (I+D) necesarios para el descubrimiento de una determinada molécula para su posterior utilización en el diagnóstico o tratamiento de enfermedades. Además se pondrán a la venta toda la gama de medicamentos de venta libre o popular como Sal Andrews, Alkaseltzer, Tabcin, etc. Y por supuesto una sección de cosméticos como desodorantes, aceites para bebe, cremas antiacné, etc.

Marco Teórico

²Factores de fracaso. En un proyecto de empresa:

Falta de planificación: hay que pensar, meditar y planear los puntos importantes y ponerlos por escrito, no vale tenerlos en la cabeza, hay que plasmarlos en un plan que aborde las cuestiones esenciales. Los planes hoy por hoy dan la certeza de un camino bien trazado pues existe un dicho “para el que no sabe a dónde va, cualquier camino es bueno”, ésta es la realidad de las empresas de Guatemala, pues es muy raro que una empresa cuente con una planificación por escrito.

Marketing deficiente: puede ser el mejor en lo que hace pero si nadie lo sabe no servirá de nada. Es necesario invertir en un marketing eficiente porque si no, no se producirá venta alguna. Cuando un producto es desconocido la mejor forma de hacerlo conocer es con una muy buena o muy mala publicidad, sin embargo se debe tomar la decisión de publicitarlo, pues sino seguirá en el anonimato por siempre.

Desaliento: los primeros tiempos siempre son muy duros, desalentarse y tirar la toalla antes de hora es un claro error. Las empresas en el mercado guatemalteco tienen una vida útil de 5 años aproximadamente.

Falta de fondos: las nuevas empresas suelen tener el punto débil en su estructura financiera, por ello, hay que tener un férreo control de los gastos a través de presupuestos y asegurarnos de que los que se haga sea justificado.

² www.mailxmail.com/curso-creacion-empresas-emprendedores/causas-exito-fracaso

Ignorar al cliente: el cliente es lo fundamental, si se ignora quién es y lo que quiere nunca elegirá la empresa, un estudio de mercado y un buen enfoque es la vacuna contra este factor de fracaso. El lema de “el cliente siempre tiene la razón”, se debe entender de tal forma en que haga pensar que el cliente es libre y democrático en sus decisiones de compra y si no está satisfecho con el servicio que se le presta lo buscará en otro lugar.

Ignorar a la competencia: esto es como una partida de ajedrez, los demás también juegan y si no se toman en cuenta se perderá tarde o temprano el terreno

La estrategia consiste en diseñar un modo de conseguir los objetivos de la manera más óptima y siempre basándose en el análisis de la situación.

El marketing meditando sobre tres puntos esenciales:

El precio. En el mercado guatemalteco por la situación económica de la población es de vital importancia el precio, pues muchas veces es el factor que predomina en las decisiones de compra.

La promoción. Se debe diseñar acciones de promoción y valorar no sólo cuánto costarán, sino lo que se obtendrá con ellas.

El producto. El producto debe estar acorde a la imagen que se comercializa y debe de identificarse rápidamente con esa marca; además se debe de considerar los atractivos de temporada, pues a pesar de ser un producto que se compra por necesidad, en la mayoría de las veces el producto debe ser atractivo.

³Análisis FODA

FODA (en inglés SWOT), es la sigla usada para referirse a una herramienta analítica que le permitirá trabajar con toda la información que se posea sobre el negocio, útil para examinar sus Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.

³ www.deguate.com

⁴Estrategia competitiva

La estrategia competitiva tiene como propósito definir qué acciones se deben emprender para obtener mejores resultados en cada uno de los negocios en los que interviene la empresa.

Tema que en esencia lleva a plantear qué productos se deben manejar y qué características deben reunir para aspirar al éxito.

En cierto sentido el producto juega un papel de enlace entre oferta y demanda, por lo que el éxito al que se hace referencia está condicionado por la capacidad de la empresa para superar a la competencia y desde luego, por la bondad del producto desde la perspectiva del cliente.

⁵El Plan Financiero

El plan financiero es la traducción en números del resto del plan, recogida la información sobre lo que se precisa para empezar la empresa, la gente que se vaya a contratar, las previsiones de venta que se hayan realizado, etc. es hora en esta parte del plan de traducirlo a números para así poder ver la viabilidad del proyecto y cuáles son las previsiones.

El plan financiero suele estar compuesto de:

Plan de inversiones: se consigna todo lo necesario para empezar y cuánto cuesta y luego se especifica con qué se va a pagar, si no se puede cubrir el total necesario para empezar a rodar con los fondos propios que se van a poner se debe buscar financiación externa (esto es, pedir un préstamo). En el caso específico de este proyecto se tendrá un aporte de los socios, pero se hará un préstamo bancario para poder completar los fondos necesarios.

Cuenta de resultados previstos: se debe analizar por una parte los ingresos que se prevén tener y por otro lado los gastos necesarios de funcionamiento. Una vez todos juntos, se debe ver el resultado mes a mes durante el primer año para ir viendo el beneficio o pérdida. Igualmente se debe hacer lo mismo para los siguientes años (acumulados por meses o trimestres durante por

⁴ www.capacinet.gob.mx

⁵ [www.ac-markets.com/inversion/Enlaces patrocinados](http://www.ac-markets.com/inversion/Enlaces%20patrocinados)

ejemplo los 5 primeros años, para este proyecto) lo más normal es cerrar el primer año con pérdidas.

Balance previsional: se debe consignar cuál será el balance final para cada año. Con el activo, pasivo y neto.

Presupuesto de tesorería: similar al presupuesto de gastos (que se realizó para la cuenta de resultados) pero teniendo en cuenta momentos de pago, no de gasto (es decir cuando sale el dinero de la cuenta, no cuando se contrae la deuda) eso permitirá controlar la tesorería, cuestión esencial en toda empresa y particularmente en las nuevas, donde es vital tener recursos líquidos y habitual que se conviertan en una cuestión delicada.

Razones Financieras:

La necesidad del conocimiento de los principales indicadores económicos y financieros, así como su interpretación, son imprescindibles para poderse introducir en el mercado competitivo, por lo que se hace necesario profundizar y aplicar consecuentemente el análisis financiero como base esencial para el proceso de toma de decisiones financieras.

Con el análisis económico se logra estudiar profundamente los procesos económicos, lo cual permite evaluar objetivamente el trabajo de la organización determinando las posibilidades de desarrollo y perfeccionamiento de los servicios y los métodos y estilos de dirección.

Las razones financieras que se utilizaron en este caso son las siguientes:

Utilidad bruta en ventas o margen bruto de utilidades.

Utilidad bruta en ventas

Ventas netas

Estas reflejan la proporción que las utilidades brutas obtenidas representan con relación a las ventas netas que las producen.

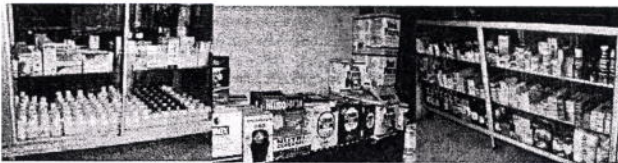
Capítulo 1

Presentación de la Idea

La idea final ha sido la realización de una cadena de farmacias que preste servicio de venta de medicamentos a precios accesibles de la serie de medicamentos genéricos y medicamentos éticos o de marca a los pobladores del oriente del país comprendiendo principalmente el departamento de Chiquimula, Guatemala.

En las farmacias se tendrá como política principal el servicio al cliente, tratando de dar un trato único y preferencial a cada una de las personas que se acerquen a adquirir los productos, en las farmacias

Además se contará con surtido de medicamentos genéricos con precios al alcance de los más necesitados así como una amplia gama de medicamentos de las mejores marcas para los gustos o requerimientos más exigentes. Además se tendrá todo el surtido de productos populares a los más bajos precios haciendo descuentos principales a mayoristas.



NOMBRE: La nueva empresa se denominará “Farmacia Jireh”

Slogan: el eslogan que identificará a “Farmacia Jireh”, es “Su salud es nuestra principal preocupación”.

Declaración de Negocio.

La cadena de Farmacias Jireh, será una institución cuyo funcionamiento e ideología se sustentará en principios cristianos, orientados al servicio al cliente y hacia la integridad en sus relaciones con los demás. Para este fin se ha diseñado una declaración de negocio que engloba desde el punto de vista Bíblico su principal objetivo que es la salud de sus clientes.

Les dijo: "Si escuchas atentamente la voz de Jehová, tu Dios y haces lo recto delante de sus ojos, das oído a sus mandamientos y guardas todos sus estatutos, ninguna enfermedad de las que envié sobre los egipcios traeré sobre ti, porque yo soy Jehová, tu sanador". (Éxodo 15:26)

Visión Misión y Valores

VISIÓN

Ser la empresa líder en el mercado local y regional, en la comercialización de productos farmacéuticos, brindando a los clientes productos que satisfagan sus necesidades de salud, buscando la excelencia mediante el desarrollo del personal y el compromiso social y humano de mantener precios al alcance de la población.

MISIÓN

Satisfacer las necesidades de salud de los clientes mediante la comercialización de medicamentos genéricos y éticos y el mantenimiento de los precios al alcance de la población.

Conformar un grupo humano de colaboradores creativos, capacitados y motivados que asegure la calidad del servicio a los clientes, comprometidos en una cultura organizacional dinámica, moderna y proactiva.

VALORES

- Fomentar el trabajo digno, arduo y con profundo temor a Dios, considerando que se realiza la labor como para Él.
- Ser una organización con el compromiso social y humano de satisfacer las necesidades de salud de los clientes.
- Propender hacia una organización siempre innovadora y creativa.
- Requerimos de nosotros mismos y de los demás, integridad y honestidad en los actos. Ir siempre en busca de la excelencia.
- La aplicación del empoderamiento y el trabajo en equipo, compartiendo el conocimiento y reconociendo el esfuerzo individual.

Tamaño: la empresa se iniciará como una empresa mediana y se dedicará tanto a la distribución mayorista de medicamentos genéricos para la región oriente de Guatemala como a la distribución al detalle de medicamentos éticos y genéricos.

Localización: La farmacia se localizará en cinco municipios del Departamento de Chiquimula, teniendo área de influencia en siete.

Mercado objetivo: el mercado objetivo de Farmacia Jireh en su sección de farmacia propiamente dicha se centra en las poblaciones de todos los estratos sociales de los municipios de su área de influencia.

Productos: los productos que ofrecerá Farmacia Jireh, básicamente van dirigidos a dos grandes áreas fundamentales:

Sección de farmacia: en esta sección que es la venta directa en local comercial se ofrecerán dos clases de productos.

- ¹ Medicamentos Éticos: ofreciendo las marcas más conocidas en el área de medicamentos
- ² Medicamentos Genéricos: abarcando una amplia gama de medicamentos de origen genérico o de marca genérica para los bolsillos más sensibles del mercado objetivo.

Sección de distribución mayorista: en sección se centrará en la distribución de medicamentos de origen genérico a todas las farmacias de la región que quieran poner medicina al alcance del bolsillo de todos.

Capítulo 2

Estrategia Competitiva

En marketing y dirección estratégica, Una compañía tiene ventaja competitiva cuando cuenta con una mejor posición que los rivales para asegurar a los clientes y defenderse contra las fuerzas competitivas.

Para ser realmente efectiva, una ventaja competitiva debe ser:

1. difícil de igualar
2. única
3. posible de mantener
4. netamente superior a la competencia
5. aplicable a variadas situaciones.

Objetivos de la estrategia de ventaja competitiva

Una empresa posee una ventaja competitiva cuando tiene alguna característica diferencial respecto de sus competidores, que le confiere la capacidad para alcanzar unos rendimientos superiores a ellos, de manera sostenible en el tiempo.

Objetivos de precio.

- Mantener precios líderes en el mercado local y regional.
- Que el precio sea siempre un factor de negociación entre el proveedor y el cliente.

Objetivos de Plaza (Segmentación)

- Atender eficientemente la porción de segmentos de mercado objetivos.
- Mantener costos bajos en el sistema de distribución.
- Ampliar la red propia de distribución de medicamentos.

Implementación de la Estrategia de Ventaja Competitiva

La empresa se centrará en la ventaja competitiva por diferenciación en las siguientes áreas.

Ventaja competitiva en imagen de la empresa:

Se implementará una estrategia de servicio al cliente para mantener una imagen saludable de la empresa la cual tendrá los siguientes pasos.

La cadena de Farmacias Jireh contará para su diferenciación comercial con tres etapas en la estrategia de ventaja competitiva, partiendo de una etapa de servicio al cliente en donde se desarrolla una política de servicio que diferenciará en gran manera el servicio de Farmacias Jireh con cualquier otra empresa competidora en el mercado de influencia, también se contará con una segunda etapa que es la responsabilidad empresarial, teniendo claro que como una empresa que cuenta con principios cristianos, tiene no solamente una responsabilidad ante sus clientes sino también ante la sociedad en general, para esta etapa se desarrolló una política de responsabilidad social empresarial que garantice que Farmacias Jireh no es una empresa explotadora que busca solamente el beneficio de sus propietarios, sino que se trata de una empresa que busca el desarrollo tanto de la misma como el de la sociedad guatemalteca. Y la última etapa en la que se divide la estrategia de ventaja competitiva es la de precios bajos entendiendo que este tema es uno de los factores que hoy en día muy con mayor medida las decisiones de compra de los consumidores.

Etapas 1 Estrategia de Servicio al Cliente

Declaración de servicio:

Servir al cliente implica realizar todas las actividades necesarias para lograr que nuestro cliente reciba el producto y/o servicio en el momento y lugar adecuado, cumpliendo cualquier promesa que hayamos hecho durante la venta.

Visión de Servicio al Cliente:

- Que el cliente es primero
- Que no existen imposibles en la satisfacción de las necesidades de los clientes, y se cuidan todos los detalles
- Que se cumplen las promesas sin recurrir a engaños
- Que superando las expectativas se hace la diferencia
- Que siempre debe haber mejora continua y trabajo en equipo

Qué servicio ofrecemos: se realizaran encuestas de opinión periódicas con el propósito de determinar el nivel de servicio que los clientes perciben de nuestra empresa, para poder mejorar en las áreas necesarias con el propósito de mantener siempre la diferenciación del servicio frente a los competidores.



Qué nivel de servicio ofrecemos: se realizaran estudios de necesidades de los clientes para establecer constantemente que productos son necesarios implementar en la farmacia para la satisfacción de los clientes.

Como se va a ofrecer el servicio:

Se utilizaran varias formas para brindar el servicio al cliente de manera efectiva y eficaz, de tal manera que se garantice la satisfacción de los compradores, estos métodos son: el contacto presencial – visual, el trato, el manejo de objeciones y cumplidos así como las condiciones e imagen de las instalaciones, personal y equipo.

Además a lo interno de la empresa se diseñará una cultura de servicio al cliente para que todo el equipo de trabajo se oriente hacia ese punto, como:

1. A todo el personal que trabaja con nosotros le debe quedar claro que se debe tener una cultura orientada al servicio. Se establecerá por escrito y se colocara en un lugar visible a todos los colaboradores.



- El cliente siempre tiene la razón.
 - Si el cliente se equivoca, aplique la regla anterior
2. Tus palabras deben estar soportadas con hechos, siendo congruente entre lo que dices y haces.

Ventaja competitiva en precios

El precio es uno de los elementos variables más problemáticos con los que se enfrenta el empresario para lograr los objetivos de la empresa.

Lógicamente la estrategia de precios tienen que estar en consonancia con las adaptadas por los demás elementos de las actividades del Marketing, que como venimos apuntando son: Producto, plaza y Promoción.

Si bien existen modelos matemáticos financieros para determinar las decisiones de precio, esto dependerá por lo general de la evaluación del impacto que dichos precios causen en el mercado.

Las estrategias de precios se basan en dos problemas fundamentales:

Puede existir una clara distinción del producto en términos de calidad que lo diferencia de los productos de los competidores.

También la estrategia de precios se puede basar en la demanda. Hay que establecer la curva de la demanda y el precio del producto para conseguir cubrir la parte del mercado que nos interesa.

Por cuanto la empresa se centrará en la estrategia de precios bajos, la cual ha sido base fundamental en el desarrollo y crecimiento de la empresa hasta el día de hoy.

Etapa 2 estrategia de Responsabilidad Social Empresarial

Responsabilidad social empresarial

La empresa basará sus actividades bajo el concepto de responsabilidad social empresarial, el cual puede definirse como: la contribución activa y voluntaria al mejoramiento social, económico y ambiental por parte de las empresas, generalmente con el objetivo de mejorar su situación competitiva y valorativa y su valor añadido.

Declaración de responsabilidad social empresarial de la Farmacia Jireh

- Servir a la sociedad con productos útiles y en condiciones justas.
- Crear riqueza de la manera más eficaz posible.
- Respetar los derechos humanos con condiciones de trabajo dignas que favorezcan la seguridad y salud laboral y el desarrollo humano y profesional de los trabajadores.
- Procurar la continuidad de la empresa y, si es posible, lograr un crecimiento razonable.
- Respetar el medio ambiente evitando en lo posible cualquier tipo de contaminación minimizando la generación de residuos y racionalizando el uso de los recursos naturales y energéticos.
- Cumplir con rigor las leyes, reglamentos, normas y costumbres, respetando los legítimos contratos y compromisos adquiridos.
- Procurar la distribución equitativa de la riqueza generada.

Etapa 3 precios bajos

Denominamos fijación del precio, en función de la competencia, al hecho de que las empresas determinen su precio, no por sus costes o demanda, sino en relación al precio medio de las empresas competidoras. La decisión puede estar entre situarse en el precio medio o bien mantener determinadas diferencias al alza o a la baja. En estos casos, los movimientos de precios se producen al mismo tiempo, o con pocos días de diferencia entre las distintas empresas.

Estas actitudes responden a acuerdos implícitos o explícitos entre las firmas competidoras y se producen en un mercado oligopolístico, es decir, con pocos productores, como es el de la mayoría de los bienes de consumo duradero. Estos acuerdos evitan las posibles consecuencias de una guerra de precios entre las empresas que contribuiría a una disminución de los beneficios de todas ellas y a desplazar la competencia hacia otras variables, como son calidad del producto, comunicación, servicio técnico y logística.

Capítulo 3

Análisis Del Entorno

Se trata de un análisis estratégico basado en el estudio de las amenazas y oportunidades (análisis externo) y de las fortalezas y debilidades (análisis interno) para establecer un diagnóstico que facilite la formulación de la estrategia

Fortalezas

- Es un tipo de farmacias novedoso pues comercializamos medicamentos para todas las necesidades (genéricos y de marca)
- Nuestra dedicación hacia los consumidores
- Tenemos un servicio a domicilio
- La gran cantidad de personas con necesidad de compra de algún tipo de medicamentos o suplemento alimenticio.

Debilidades

- Desconfianza de los consumidores.
- Fuerte inversión para instalar una farmacia hoy en día se necesitan alrededor de un cuarto de millón de quetzales.
- Posibilidad de no aceptación por parte del público.

Oportunidades

- Se trata de un mercado en constante expansión por la explosión demográfica de nuestro país.
- Gran oportunidad de expansión en el oriente del país.

Amenazas

- La existencia de otras farmacias en el departamento con similar enfoque

- Otras farmacias
- La posible copia de la idea.
- Productos sustitutos que se venden en algunos establecimientos de carácter natural.

Análisis De Las Cinco Fuerzas De Porter

El análisis de Porter es aquel que nos permite determinar el nivel de competencia que existe entre las empresas que forman parte de un sector industrial y establecen que la situación de la competencia depende de cinco fuerzas competitivas básicas o fuerzas competitivas de Porter.

1. El grado de rivalidad entre los competidores existentes.

- El grado de rivalidad de los competidores es medio alto y a la vez bajo, dependiendo de si generalizamos en farmacias particulares o cadenas a nivel nacional que se encuentran en el mismo mercado meta

2. Amenaza de nuevos competidores.

- En este sector la entrada de nuevos competidores es grande debido a la gran cantidad de dinero necesitado.
- Además en el sector de las cadenas de farmacias hay un número de ellos que tiene más consumidores sobre los otros por lo que es difícil competir contra ellos.
- También este sector precisa de gran cantidad de dinero destinado hacia la publicidad.

La amenaza de aparición de productos o servicios sustitutos.

- Otras farmacias, pensamos que nos puede afectar en la compra de los consumidores debido a que en este sector lo primordial es el precio de los productos.

El poder negociador de los proveedores.

- El poder negociador de los proveedores es mínimo debido a las grandes cantidades de productos que vamos a comprar.

El poder de negociación de los clientes

- El poder de negociación de los clientes es relativo dependiendo de los productos que demanden y la capacidad de compra que tengan.

Capítulo 4

Nombre Y Logotipo

El nombre: Hemos elegido Farmacias Jireh, pues este es uno de los nombres con el que se conoce a nuestro creador, el cual significa: Dios proveera, y cuando nosotros pensamos en proveera, pensamos en recursos para comprar los medicamentos necesarios para mejorar la salud, así como de la misma salud que deseamos para todos los clientes.

Para determinar su legalidad se realizaron las consultas respectivas en el registro mercantil para determinar que no existiera con antelación otra empresa con la misma denominación social, sin embargo y para bienestar de la empresa solamente se encontró una empresa con un nombre similiar pero no idéntico siendo ésta: Farmacia Jehova Jireh. 2471-2191. 8 Avenida 30-87 zona 8, Guatemala Ciudad, Guatemala. Por lo que su inscripción no tendrá problema alguno.

El logo: Hemos escogido el escudo de farmacias Jireh, pues se ha determinado que en Guatemala y sobre todo en Chiquimula, más del 50% de la población es cristiana, por lo que rápidamente se identificarán con el logo, lo que traerá implícito un sentimiento de confianza, para cada una de las personas que se identificarán con las farmacias, se le han agregado las iniciales de FJ para que las personas las identifiquen de todas las maneras posibles, llamandonos por su nombre o por sus iniciales.



Capítulo 5

Viabilidad del Proyecto

1. ¿Existe un nicho en el mercado?

En el mercado existen empresas que en su base son igual que la nuestra, pero las características que nuestra empresa va a tener no está representada por ninguna otra.

1. ¿Existe un hueco en el mercado?

Existe un hueco en el mercado, pues este en la región no se ha saturado por completo, pues se trata de comercialización de productos considerados hoy día como de primera necesidad.

1. ¿Qué volumen potencial tiene en el mercado?

Nuestro negocio va dirigido a toda clase de personas que padezcan alguna enfermedad o dolencia, o que simplemente quieran cuidar su salud o prevenir de alguna enfermedad, así como de mejorar sus defensas con suplementos alimenticios y vitaminas, así como a los más pequeños de la casa con un surtido muy completo de golosinas.

1. ¿Cómo reaccionarán los competidores?

Reaccionarían de una forma agresiva o intentando aliarse con nosotros o copiando nuestra idea.

1. ¿Es un mercado que crece o decrece?

Es un mercado en pleno auge y que por su naturaleza no se ve en el futuro en descenso de su demanda.

1

☒ Las preguntas fueron tomadas de crearempresas.com

Capítulo 6

Legalización de la Empresa

Procedimiento Legal de Inscripción del Negocio

La empresa se sustentará legalmente bajo la figura de Sociedad Anónima, pues con esta figura legal los socios solo responderán sobre el capital aportado en tanto hubiera algún problema en el funcionamiento del negocio, y el resto será absorbido por los bienes de la empresa. Esto hace que sea más atractivo para una persona el invertir en un negocio en el cual no arriesgará más de lo que invierte es decir no pone en riesgo su estabilidad económica más allá de la inversión económica aportada.

Sociedad Anónima

La sociedad anónima es aquella sociedad mercantil cuyos titulares lo son en virtud de una participación en el capital social a través de títulos o acciones. Las acciones pueden diferenciarse entre sí por su distinto valor nominal o por los diferentes privilegios vinculados a éstas, como por ejemplo la percepción a un dividendo mínimo. Los accionistas no responden con su patrimonio personal, sino únicamente con el capital aportado.

La decisión de adoptar el régimen de sociedad anónima se debe principalmente a que con este tipo de figura jurídica se pone en riesgo solamente el capital aportado, y no se peligró todo el patrimonio de los socios, tomando en consideración que en Guatemala hoy en día es un país incierto para las inversiones este tipo de sociedad se convierte en un atractivo para los socios.

Las características que se tomaron en consideración para elegir este tipo de sociedad son:

- Limitación de responsabilidad de los socios frente a terceros.
- División del capital social en acciones.
- Negociabilidad de las acciones.
- Estructura orgánica impersonal.
- Existencia bajo una denominación particular.

Régimen Tributario

ISR

De conformidad con el Decreto Número 26-92 “Ley del Impuesto sobre la Renta”, existen 2 regímenes al cual se puede Farmacia Jireh:

- 5% mensual sobre la diferencia entre la renta bruta y las rentas exentas.
- Optativo: 31% sobre la renta bruta deduciéndole los costos y gastos necesarios para producir o conservar la fuente productora de rentas gravadas, sumando los costos y gastos no deducibles y restando las rentas exentas.

Consideraciones para elegir el régimen idóneo

EJEMPLO
NUMERICO
PARA
DETERMINAR
LA OPCION
OPTIMA DE
INSCRIPCION
EN EL ISR DE
FARMACIA
JIREH

VENTAS MENSUALES

ventas por medicamentos en farmacia

cuatro farmacias fase inicial Q 200,000.00

ventas por distribución de medicamentos

genéricos Q 85,000.00

ventas totales Q 285,000.00

compras de medicamento	Q 213,750.00
gastos de funcionamiento	Q 60,000.00
gastos totales	Q 273,750.00
resultado del ejercicio mensual	Q 11,250.00

Comparación

renta bruta	Q 285,000.00
ISR 5%	Q 14,250.00
resultado del periodo	Q 11,250.00
IRS 31% optativo	Q 3,487.50

Por tanto y considerando el ejemplo se opta por la inscripción de la empresa en el régimen de 31% optativo.

IVA

De conformidad con los Artículos 2 de la Ley del Impuesto al Valor Agregado y su Reglamento, Farmacia Jireh” es contribuyente del IVA; por lo tanto, en sus operaciones administrativas debe pagar dicho impuesto, así también en las técnicas como ejemplo se citan los traspasos de propiedad de los bienes recuperados en calidad de salvamentos y los pagos y/o reembolsos que se hacen a talleres, hospitales u otros cuando la factura está a nombre de la aseguradora. Constituyendo este IVA crédito a recuperar.

La tarifa única de este impuesto, tanto para el IVA crédito como el débito es del 12%.

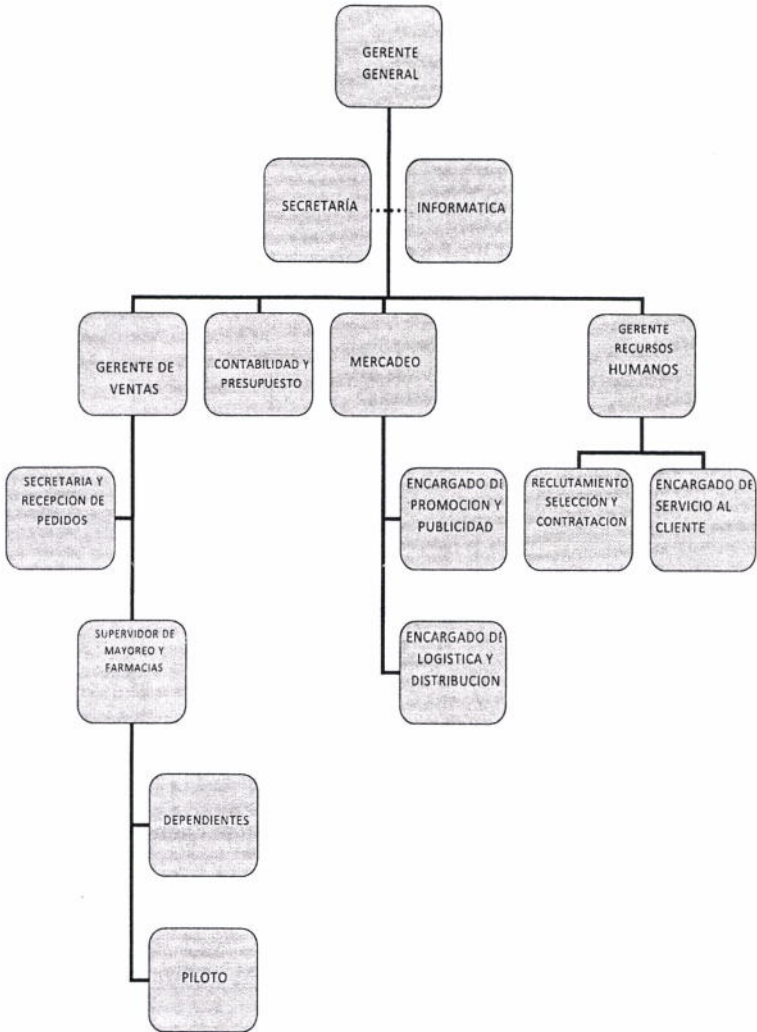
Inscripción Sanitaria:

Como en este caso el requisito de inscripción es obligatorio, se cumplirá con ese trámite. Para realizar los pasos de inscripción se realizará una consulta al Ministerio de Salud Pública de Guatemala, para que se indicara cual es el procedimiento correcto, enterados de éste como se muestra en los anexos, se procederá al trámite correspondiente.

Capítulo 7

Área Organización

La farmacia Jireh se establecerá de la siguiente manera:



MANUAL DE FUNCIONES Y ORGANIZACIÓN.

Gerencia General: se encarga que todos los departamentos de la empresa lleven a cabo la misma política, estén comunicados y relacionados. Para poder lograr los objetivos empresariales se designará las siguientes funciones:

- Planificación: Determinará la mejor manera de llegar a los objetivos de la empresa
- Control: Monitorear si la empresa va hacia los objetivos o se han desviado, y así tomar las medidas correctivas.

Perfil:

- Licenciado en Administración de Empresas
- 5 años de experiencia en el ramo de farmacia
- Habilidad para dirigir equipos de trabajo
- Proactivo
- Acostumbrado a trabajar bajo presión
- Con conocimiento de paquetes de computación

AREA FINANCIERA

Esta área es importante para la Farmacia ya que en ésta se lleva cuenta de los ingresos y los gastos y su congruencia con el presupuesto anual establecido. Se divide en las siguientes áreas.

Contabilidad: Es la encargada de llevar el control de las operaciones de la Farmacia e informar a la gerencia, el resultados de las mismas para la toma de decisiones correctas. Entre sus principales funciones están:

- Llevar al día las operaciones en los libros contables habilitados y autorizados
- Preparar los Estados Financieros que presenten la situación de la Farmacia
- Rendir informes a la Gerencia General.
- Prepara el monto de los Impuestos que se originen de las operaciones

- Contabilizar las operaciones de conformidad con el Manual Contable de Seguros y en lo no aplicable las Normas Internacionales de Contabilidad (de conformidad con las instrucciones de la Junta Monetaria).
- Remitir a la Superintendencia de Bancos la información que según la ley se requiere en forma periódica.
- Remitir a la SAT la información que según la ley se requiera.
- Realizar el presupuesto anual con base en las proyecciones que realice cada área.
- Dar seguimiento e Informar a la gerencia el cumplimiento o no del presupuesto en forma mensual.

Perfil:

- Perito contador registrado en Contraloría de Cuentas
- Estudios en la carrera de auditoria
- Proactivo
- Manejo de paquetes de computación

AREA DE RECURSOS HUMANOS

Gerente de Recursos Humanos:

El gerente de recursos humanos depende directamente del Director General o del Gerente en su caso. Es el puesto más alto del departamento de RR.HH. y debe coordinar todas las acciones del resto de subordinados y debe reunir las cualidades descritas en el apartado anterior.

Perfil:

- Licenciado (a) en Recursos Humanos
- Con experiencia mínima de 3 años en puestos similares
- Proactivo (a)
- Manejo de paquetes de computación

Reclutamiento, selección y contratación.

Departamento de selección de personal.

Los técnicos de este departamento suelen ser psicólogos. Definen las necesidades de selección y llevan a cabo el proceso.

Funciones:

- Contrato de trabajo (requisitos, condiciones de validez, nulidad, forma).
- Periodo de prueba.
- Regulación laboral de naturaleza especial.
- Modificación del contrato de trabajo.
- Suspensión y extinción del contrato de trabajo.

Perfil:

- Estudiante de la carrera de administración de empresas, recursos humanos o afín
- Acostumbrado (a) a trabajar bajo presión.
- Disponibilidad de horario
- Manejo de paquetes de computación
- Experiencia de 1 año en el área.

Servicio al cliente interno y prestaciones

- Capacitación al personal en temas relacionados al servicio al cliente
- Control de entradas y salidas (horarios)
- Control del ambiente organizacional
- Responsabilidad en el pago de obligaciones
- Régimen General de la Seguridad Social.
- Afiliación y alta del trabajador.
- Cotización.
- Recaudación y cuotas.

- Retención de la cuota obrera.
- Acción protectora, prestaciones.
- Incapacidad temporal e invalidez permanente.
- Desempleo y jubilación.
- Sistema de compensaciones en el Grupo.
- Aspectos legales de la retribución.
- Gestión de la nómina.
- Pensiones.
- Fondos de Pensiones.

Perfil:

- Estudiante de la carrera de administración de empresas, recursos humanos o afín
- Acostumbrado (a) a trabajar bajo presión.
- Disponibilidad de horario
- Manejo de paquetes de computación
- Experiencia de 1 año en el área.

Informática:

Es la responsable de que los sistemas y el equipo tecnológico esté siempre en las mejores condiciones de uso.

- Dar mantenimiento a los programas y los equipos tecnológicos.
- Atender a los usuarios internos en cualquier necesidad de apoyo tecnológico.
- Velar porque el servidor cuente con la capacidad suficiente para atender todas las operaciones que se generen diariamente.
- Realizar copias de seguridad en forma diaria y resguardarlas.

Perfil:

- Estudiante de ingeniería en sistemas o afín
- Dinámico
- Proactivo
- Con disponibilidad de horario

AREA DE OPERACIÓN

Gerente de Ventas

El gerente de ventas es la persona encargada de dirigir, organizar y controlar un cuerpo o departamento de ventas.

Funciones:

- Preparar planes y presupuestos de ventas, de modo que debe planificar sus acciones y las del departamento, tomando en cuenta los recursos necesarios y disponibles para llevar a cabo dichos planes.
- Establecer metas y objetivos. Es importante aclarar que las metas son a largo plazo o sea, son más idealistas, es como decir que la meta puede ser, llegar ser el número uno en un mercado determinado, mientras que los objetivos son más precisos y a plazos más cortos. Un objetivo sería vender diez millones en el próximo trimestre.
- Calcular la demanda y pronosticar las ventas. Este proceso es de vital importancia y deber realizarse en el mismo orden en que se ha citado, de forma que primero calculemos cual es la demanda real del mercado y considerando nuestra participación en el mismo, podamos pronosticar nuestras ventas. Dicho pronostico debe ser lo más preciso posible porque de esto depende otros compromisos, como la compra de materia prima, el pago a suplidores o cualquier otro compromiso con acreedores.

Perfil:

- Licenciado en Administración de Empresas
- 5 años de experiencia en el ramo de farmacia

- Habilidad para dirigir equipos de trabajo
- Proactivo
- Acostumbrado a trabajar bajo presión
- Con conocimiento de paquetes de computación

Encargado de Mayoreo Genéricos

- Establecer las cuotas de ventas por clientes en estrecha colaboración con sus vendedores.
- Participar en la programación de la actividad promocional para sus sectores y planear la realización de la misma a través de la fuerza de ventas a su cargo, cuando sea necesario.
- Mantener un contacto permanente con los clientes de concentración de sus rutas, al igual que la labor de control de promoción y ventas de este sector especializado del cual es directamente responsable.
- Supervisar el cumplimiento de las funciones de trabajo de los vendedores a su cargo, evaluar su desempeño trimestralmente, adoptar las medidas a su alcance para garantizar el cumplimiento de las cuotas fijadas , cuanto del plan promocional destinado a cada uno de los sectores y reportar lo necesario.
- Supervisar a los clientes de sus sectores a su cargo alcancen al máximo de stock de nuestras marcas.
- Supervisar que la distribución de nuestras marcas alcance el máximo nivel con el mayor equilibrio en lo que hace al potencial de los clientes y frecuencia de visitas requeridas.
- Controlar la labor de cobranza de sus vendedores y participar personalmente en los cobros difíciles.

- Participar en el planeamiento, entrenamiento y labor de promoción de sus vendedores, a través de la reunión semanal de ventas cuya organización y realización estará íntegramente a su cargo, al igual que el correspondiente reporte.
- Mantener informada a la Gerencia de Ventas de las actividades Generales situación socio--económica, acción de la competencia, quejas y reclamos de los clientes, labor promocional, atención personal y resultados de concentración con clientes especiales, situación de marcas en sus zonas etc.
- Supervisar la acción del rutero de los vendedores a su cargo, analizar diariamente las variantes de mercados por cliente y tomar las medidas correspondientes para corregir eficiencias.
- Sugerir toda ocasión acciones que contrarresten las estrategias de la Competencia, al exponer permanentemente las actividades que los competidores están realizando o pretenden hacer.
- Mantener un contacto por lo menos semanal, cuando ello sea posible , con la atención de control directo de vendedores y visitas personales a clientes especiales de las rutas a su cargo.
- Mantenerse informado acerca de los resultados de la venta de las farmacias a su cargo, realizar los correspondientes análisis de situación con respecto al cumplimiento de cuotas y adoptar los medios necesarios con la fuerza de Ventas para alcanzar los objetivos diarios.
- Organizar su tiempo mediante planeamiento y resultados, con el objeto de cumplir con todas sus áreas de funciones a saber.

Recepción de pedidos

Es responsable ante el Supervisor de Ventas, indirectamente y del agente de ruta, directamente, en la complementación de la labor de éste en las siguientes áreas.

- Con relación a la clientela

- Con respecto a la venta, la promoción y el merchandising.
- Con relación al vehículo.
- Con respecto a su propia presentación y desarrollo.

Función básica.

La oficina de farmacia es el lugar donde el farmacéutico desenvuelve su labor profesional. Las oficinas de farmacia pueden ser propiedad de un farmacéutico, o en algunos países propiedad de una cadena de farmacias o empresarios. En cualquier caso, en una oficina de farmacia siempre ha de haber un farmacéutico titulado en todo momento, bien titular o empleado, pero también se encuentra personal auxiliar, que ayudan al farmacéutico en la dispensación y recepción de pedidos. Poco a poco se van introduciendo los técnicos en farmacia.



Estanterías de una oficina de farmacia

Dependientes de farmacia

El personal cumple las siguientes funciones:

- Diligenciar y controlar los productos.
- Facturación e información en establecimientos de farmacia.
- Dispensar medicamentos y productos de parafarmacia.
- Informar a los clientes sobre su utilización.
- Determinar parámetros anatómico-fisiológicos sencillos y fomentar hábitos saludables en los clientes.



- Elaborar preparados medicamentosos, dietéticos y cosméticos, bajo protocolo Establecidos y supervisión del facultativo.
- Realizar análisis clínicos elementales y normalizados, bajo la supervisión del facultativo.

Perfil:

- 2 años de experiencia en el ramo de farmacia
- Habilidad para dirigir equipos de trabajo
- Proactivo
- Acostumbrado a trabajar bajo presión
- Con conocimiento de paquetes de computación
- No mayores de 50 años

Piloto:

Funciones:

- Repartir los medicamentos que le sean solicitados en el tiempo oportuno
- Dar un buen trato a los clientes
- Cuidar la imagen de la empresa
- Apoyar a los dependientes en sus labores cuando sea necesario.

Área de Mercadeo:

Encargado de mercadeo:

Funciones:

Funciones

Identificar nuevas oportunidades.

Identificar tendencias.

Identificar y atraer nuevos clientes.

Mantener y aumentar el valor de los clientes actuales.

Colaborar en el desarrollo y venta de nuevos productos.

Liderar el desarrollo de la marca y sus valores (visión y misión).

Comunicar, dialogar y responder de forma efectiva.

Perfil del puesto:

Estado civil: Casado

Escolaridad: Licenciado en Mercadotecnia

Idioma: Inglés avanzado

Experiencia mínima de 5 años en el área de mercadotecnia, publicidad y promoción.

Dominio de las técnicas y medios publicitarios.

Promoción u publicidad:

Principales funciones:

- Apoyar a la Dirección de Mercadotecnia y a las Áreas Comerciales en la consecución de los objetivos de mercado a través de programas y proyectos de publicidad, imagen corporativa, investigación de mercados y coordinación de la capacitación que organiza el área de la red de Distribuidores.
- Dar difusión profesional de nuestras líneas de producto, sus aplicaciones y sus ventajas a través de medios de publicidad, manteniendo las líneas de productos competitivas.
- Persona honesta, con visión, creatividad, con iniciativa, actitud de servicio, planeación estratégica y liderazgo.

Perfil del puesto

Estado civil: Casado

Escolaridad: Licenciado en Mercadotecnia

Idioma: Inglés avanzado

Experiencia mínima de 5 años en el área de mercadotecnia, publicidad y promoción.

Dominio de las técnicas y medios publicitarios.

Logística y distribución:

Logística, también conocida como abastecimiento o aprovisionamiento, tiene la función de realizar el proceso para proveer a una empresa, de todo el material necesario para su funcionamiento.

Sus funciones son las siguientes:

- **Calculo de necesidades.**
- **Compra o adquisición.**
- **Almacenamiento, Implica la ubicación o disposición así como la custodia de todos los artículos del almacén, es la actividad de guardar artículos o materiales desde que se produce o recibe hasta que se necesita o entregan.**
- **Despacho o distribución**
- **Control de stocks.**

Capítulo 8

Área Comercial

Canales De Distribución

Concepto y Generalidades.

²Los canales de distribución son todos los medios de los cuales se vale la mercadotecnia, para hacer llegar los productos hasta el consumidor, en las cantidades apropiadas, en el momento oportuno y a los precios más convenientes para ambos. Gran parte de las satisfacciones, que los productos proporcionan a la clientela, se debe a canales de distribución bien escogidos y mantenidos. Además los canales de distribución aportan a la mercadotecnia las utilidades espaciales, temporal y de propiedad a los productos que comercializan. Tanto los canales de distribución en mercadotecnia son tan infinitos como, los métodos de distribución de los productos. En síntesis podemos decir, que los canales de distribución son las distintas rutas o vías, que la propiedad de los productos toma; para acercarse cada vez más hacia el consumidor o usuario final de dichos productos.

Para realizar la distribución física de los productos farmacéuticos de farmacias Jireh se utilizará en cuanto a la venta directa en mostradores se utilizaran dependientes, pero para la distribución de los productos genéricos a otros establecimientos farmacéuticos se realizará por medio de vendedores tipo puerta a puerta (visitadores o ruteros). La forma gráfica de los canales de distribución a utilizar es la siguiente:

Para la sección de farmacias venta en locales comerciales será:

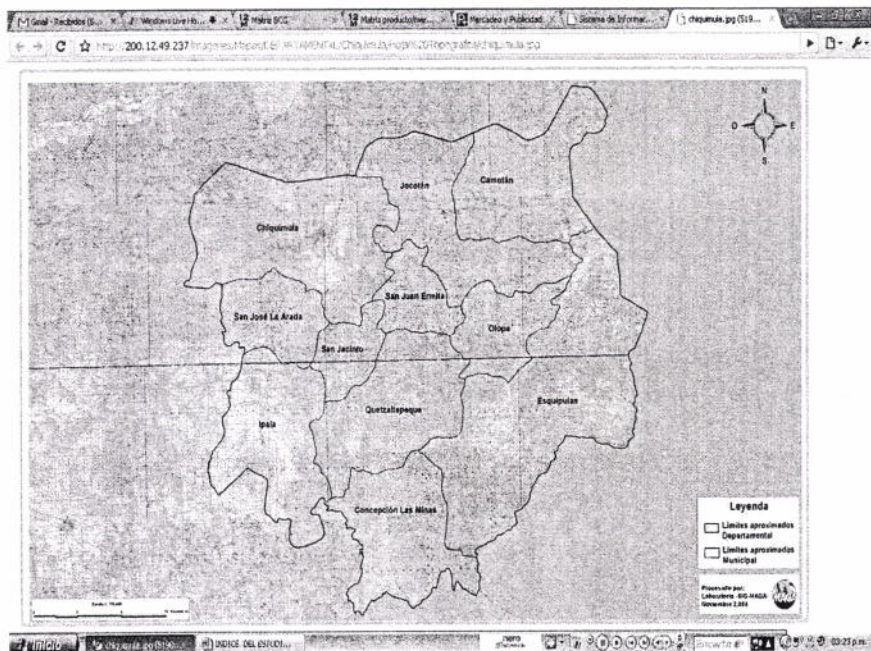
² www.monografias.com/cgi-bin/search.cgi?substring=0&bool=and&query=canales+de+distribucion&x=0&y=0

En este caso se presenta de esta manera dado que la compra de productos varía dependiendo la especialidad, en el caso de productos farmacéuticos éticos o de marca, la mayoría de laboratorios que operan en Guatemala, cuentan con visitadores que venden directamente en las farmacias, ofreciendo descuentos por cantidad, bonificaciones descuento o bonificaciones incentivo.

En este caso en específico se da de esta manera por el caso que los laboratorios de productos genéricos no cuentan con visitadores y las negociaciones deben hacerse estrictamente en el laboratorio y los descuentos regularmente se dan por cantidad. Actualmente existe un proveedor en el departamento de Jalapa que ofrece precios que realmente constituyen una verdadera oportunidad para competir en el mercado de precios de productos de esta naturaleza.

Plaza:

En el caso de los locales farmacéuticos (farmacia, se ubicaran en las cabeceras municipales de cada uno de los municipios importantes del departamento de Chiquimula, tal es el caso de los municipios de Jocotán, Quetzaltepeque, Esquipulas, Concepción las



Minas, Ipala y Chiquimula, los demás municipios del departamento no representan mercados considerablemente competitivos para lograr alcanzar los niveles de venta que se proyectan en las farmacias tal es el caso por ejemplo de Camotan y San Juan Ermita que no cuentan con actividad comercial, por no poseer mercado.

Demanda

La demanda de medicamentos es decidida esencialmente por los médicos (prescripción en los servicios de consulta y atención ambulatoria, hospitalización y rehabilitación) o por los usuarios cuando deciden adquirir un medicamento por voluntad propia (automedicación).

Aunque es determinada por la decisión del médico o el usuario, la demanda depende también del ingreso de las personas, de los precios de los medicamentos, de los mecanismos de financiamiento, de la estructura de la oferta, de las regulaciones para el acceso, del manejo y uso de los medicamentos, y del perfil epidemiológico de la población.

Las encuestas de consumo revelan que la compra de medicamentos (tanto por automedicación como por auto prescripción) tiene alto peso en el gasto de las familias, y es proporcionalmente mayor en las más pobres.

En este caso específico la demanda se medirá utilizando dos componentes que son complementarios los cuales son la población objetivo y la capacidad de compra o el ingreso per cápita de la población, la información mencionada se podrá observar en el capítulo de análisis financiero.

Adicionalmente a ello y para tener mayor certeza en la decisión de aperturar un negocio de este tipo se realizó un focus group, en donde se les hicieron once preguntas concernientes a determinar el prestigio de la farmacia Jireh que ha operado en el mercado Chorti durante seis años, los resultados son los siguientes:

1. La mayoría de personas (67%) ha comprado alguna vez un medicamento en el sector privado.
2. Los establecimientos con mayor presencia comercial en el área son: Jireh con un participación de 33%; Farmacia San José con 25%; y la providencia y la comunidad con un 16%.
3. Las personas también pueden conseguir los medicamentos en el IGSS y en el Hospital principalmente

4. La razón por la que compran mayormente en Farmacia Jireh es por su servicio, por su precio y por la variedad
5. La continuidad con la que las personas compran va desde cada 8 días hasta compras diarias en la mayoría de casos.
6. Precios que oscilan de acuerdo al medicamento que pueden ir desde un quetzal hasta los ciento cincuenta quetzales.
7. Es buena, da resultados
8. Es buena, a veces es muy caro
9. Lo que la mayoría de personas esperan de la farmacia es mayor variedad.
10. La mayoría de personas desconocen si existen más farmacias a parte de las que compran.
11. La mayoría de las personas quisieran que en la farmacia se vendan aguas gaseosas, desodorantes, lociones y cosméticos.

Lo que se puede concluir con el análisis del focus group es que la aceptación que tiene la farmacia Jireh en la región Chorti

De acuerdo con las proyecciones del Fondo Monetario Internacional, durante cada año del período 2011 – 2015 el ritmo de crecimiento económico (3.5%) superará al ritmo de crecimiento poblacional del país (2.5%), por cuanto, en ese período se observará un aumento de los niveles de PIB per cápita. Para 2010, esa institución proyecta un PIB por habitante de US\$2,768.5 (cifra anual), siendo hasta el 2014 cuando se sobrepasen los US\$3,000 dólares por habitante. En 2015 se proyectan US\$3,116.61 por habitante.

En consecuencia, ordinariamente son mercados en los cuales no se ejerce la “soberanía del consumidor”, pues éste no sabe cuál es su mejor opción y tiene que decidir bajo presión. La soberanía del consumidor es una condición esencial para que el mercado opere como un instrumento adecuado de distribución que pueda satisfacer las necesidades de los individuos y de la sociedad.

Promoción:

En cuanto a la decisión de la promoción de los productos y servicios de Farmacias Jireh, también se dividirá en cuanto a los locales comerciales y la distribución al por mayor.

En el primero de los casos se hará publicidad por medio de la televisión local, para lograr contar con información gráfica que pueda visualizar tanto el surtido de medicamentos que ofrece la empresa, así como el trato y las instalaciones que presenta Farmacias Jireh. Adicional a esto se transmitirán spot radiales que puedan tener cobertura en donde no se cuenta con señal de televisión por cable tratando de llegar hasta las comunidades más lejanas de cada uno de los municipios en donde se tendrá cobertura. Se imprimirán volantes para cada una de las aperturas que se realicen de acuerdo al programa de expansión de la empresa.

En el segundo de los casos es decir en la distribución de mayoreo, se imprimirán bifolios y trifolios con información de los productos estrella, para darle más fuerza a la distribución, así como se imprimirá material pop que apoye el posicionamiento de los productos.

Para ambos casos se subirá una página web en donde se suba información relacionada con la empresa, los productos que se ofrecen, contactos, asistencia a los clientes mayoristas y teléfonos de contacto para hacer más veloz la atención al cliente, entre otras cosas.

Productos y servicios:

En relación a los locales comerciales (farmacias), se ofrecerá toda la gama de medicamentos genéricos y éticos o de marca con los que se cuenta, así como línea de cosméticos como desodorantes, champú, cremas aceites de bebe entre otros, y una línea de baterías alcalinas, rollo para cámara fotográfica, etc. Adicionalmente se ofrecerá el servicio de toma de presión, medición de glucosa, administración de inyecciones.

En cuanto a la distribución al mayoreo, se ofrecerá toda la línea de productos genéricos como lo muestra el listado adjunto en anexos.

Precios:

- ³ **En Nicaragua se encuentran las medicinas más baratas, mientras que en Guatemala las más caras.**

El Consejo Centroamericano de Protección al Consumidor publicó un estudio con los precios de venta al público de una canasta 30 de medicamentos originales y de otra con las 30 medicinas genéricas, en 284 farmacias de las capitales centroamericanas

De acuerdo al artículo publicado en Elnuevodiario.com.ni, una canasta de 30 medicamentos originales cuesta \$53 en Nicaragua, \$61 en Costa Rica, \$63 en Honduras, \$68 en Panamá, \$75 en El Salvador y \$77 en Guatemala.

De acuerdo a la información arriba mencionada hoy por hoy el acceso a medicamentos aún sean los genéricos para los guatemaltecos es demasiado caro o por lo menos es más caro que en el resto de países centroamericanos, por lo que el mercado guatemalteco todavía puede contener mayor competencia sin abusar de los precios bajos, lo cual se constituye en una de las mejores estrategias de competencia para introducirse al mercado, pues los productos genéricos más comercializados en la actualidad no son nacionales, sino más bien provenientes de la India y México, por lo que los laboratorios nacionales como Selecpharma y Caplain Point se encuentran fomentando estrategias de precios bajos para poder competir con estas empresas internacionales que han acaparado el mercado guatemalteco.

Dado que la calidad de los medicamentos de origen genérico es muy similar la estrategia competitiva se basa en dos aspectos fundamentales, los cuales son servicio y precio. Por lo que a

³ Fuente: elnuevodiario.com.ni

continuación se expone un cuadro con algunos de los precios al público de medicamentos de diferentes laboratorios frente a los nacionales.

TABLA 2
ANALISIS DE PRECIOS DE LA COMPETENCIA

cloranfenicol capsula	2.00	2.75	3
cloranfenicol colirio	10.00	12	14
clorfeniramina ampolla	8.00	10	12
clorfeniramina suspensión	10.00	10	12
clorfeniramina tableta	0.75	1	1.5
clorfeniramina tableta	0.75	1	1.5
salbutamol espray	35.00	40	46
clotrimazol crema al 1%	10.00	13	15
clotrimazol crema vaginal 2%	22.00	30	26
acetaminofen suspensión	10.00	15	12
amoxicilina capsula	1.50	2	2.5
cobalex ampolla	20.00	25	22

Capítulo 9

Área De Aprovisionamiento Y Producción

En este caso en particular, los el aprovisionamiento se llevará a cabo con los proveedores que a continuación se presentan:

TABLA 3
PROVEEDORES

	Ubicación	Tipo de producto	Que ofrecen
Farmacías Familiares	Jalapa	Genéricos y marcas genéricas	Precios bajos, pago de transporte hasta el lugar de entrega, buen suministro de medicamentos.
Droguerías José Gil	Chiquimula	Productos de la línea de éticos (de marca)	Precios accesibles, pedidos bajos con los mismos precios, accesibilidad por estar en el Departamento sede, promoción de sus productos con unidades especiales, ofertas de temporada y ofertas especiales
Laboratorios Melo	Ciudad capital	Productos éticos	Línea especializada de productos éticos incluyendo antibióticos de

			última generación, bonificaciones por compra, descuentos por pronto pago, pago de gastos de transporte, muestreo de productos
Laboratorio Intecfa	Ciudad capital	Productos éticos	Línea especializada en jabones medicados, medicamentos variados, pago de gastos de transporte, bonificaciones especiales, descuentos por pronto pago
Laboratorio Ovamed	Ciudad capital	Medicamentos éticos	Línea especializada de productos éticos incluyendo antibióticos de última generación, bonificaciones por compra, descuentos por pronto pago, pago de gastos de transporte, muestreo de productos
Laboratorio	Ciudad capital	Medicamentos	Línea especializada

Pharmadel		éticos	de productos éticos incluyendo antibióticos de última generación, bonificaciones por compra, descuentos por pronto pago, pago de gastos de transporte, muestreo de productos
Laboratorio Lafimarq	Ciudad capital	Línea de líquidos y productos químicos	Surtidos de productos químicos populares como siete espíritus, creolina comercial, aguacatina, bicarbonato de sodio, sulfatiazol, etc.
Pharmaquímica	Ciudad capital	Pomadas	Toda la línea de pomadas populares, como pomada del piccito, pomada alcanforada, y otras.

Los anteriores proveedores son los que mejor se adaptan a las necesidades de la empresa en cuanto a precio, calidad, cantidad, prontitud de despacho para no estar desabastecidos, por consiguiente este no es un aspecto cerrado, pues el mercado farmacéutico es bastante activo por lo que muchos laboratorios impulsarán nuevos productos o mejores condiciones de comercio o

incluso pueden abrirse nuevos laboratorios que se adapten a las condiciones y requerimientos de las Farmacias Jireh, por lo que las consideraciones de aprovisionamiento se analizarán constantemente para tomar las mejores decisiones.

Capítulo 10

Análisis Económico-Financiero

Inventario Inicial:

Para este caso en particular se ha elaborado un cuadro detallado con cada uno de los medicamentos que se consideran necesarios para el buen funcionamiento de las farmacias, adjuntando cantidades específicas, precios unitarios y costo total, considerando como se muestra en los anexos que el costo total del inventario inicial de cada una de las farmacias es de Q216,292.00, este inventario inicial será adquirido con el préstamo y el aporte de los socios, es decir con el capital de trabajo inicial, por lo que en los cuadros de funcionamiento no figuran como un gasto anual pues sus costos se encuentran incluidos en los costos de financiamiento.

Área Económico-Financiera

TABLA 1
Mercado Meta Y Proyección De Ventas Por Cada Farmacia

MUNICIPIO	POBLACION OBJETIVO	MERCADO META	PARTICIPACION ESPERADA	MONTO EN Q
ESQUIPULAS	120,000	30,000	4,800	Q 154,800.00
CHIQUIMULA	54,000	13,500	1,350	Q 43,537.50
IPALA	22,000	5,500	1,265	Q 40,796.25
CONCEPCION LAS MINAS	13,000	3,250	813	Q 26,203.13
REGION CHORTI	110,000	27,500	6,875	Q 221,718.75
QUEZALTEPEQUE	29,000	7,250	1,813	Q 58,453.13
TOTAL	348,000	87,000	16,915	Q 545,508.75

TABLA 2
Ingresos Estimados Para El Primer Año De Farmacias Jireh

VENTAS/farmacia	iva debito		ventas/mes	ventas/año
ESQUIPULAS	12.00%	Q	154,800.00	Q 1,857,600.00
CHIQUMULA	12.00%	Q	43,537.50	Q 522,450.00
IPALA	12.00%	Q	40,796.25	Q 489,555.00
CONCEPCION LAS MINAS	12.00%	Q	26,203.13	Q 314,437.50
REGION CH'ORTI'	12.00%	Q	221,718.75	Q 2,660,625.00
QUEZALTEPEQUE	12.00%	Q	58,453.13	Q 701,437.50
		Q	545,508.75	Q 6,546,105.00

La composición de las ventas diarias está dada por una meta de ventas que se estipula de acuerdo a la experiencia adquirida en la administración de este tipo de negocios, así como a una investigación informal que se realizará en farmacias de la región.

Tabla 3

Compras de medicamentos para el primer año

*Las compras que se detallan en este apartado son anuales, considerando que se realizarán compras mensuales a algunos de los proveedores y en productos que no son de alto movimiento se realizarán compras con espacios de tiempo más prolongados, pudiendo se fuera necesario aprovechar las políticas crediticias de crédito que manejan la mayoría de laboratorios y droguerías que son créditos de 30, 60 y 90 días. * El inventario inicial se establecerá de acuerdo al cuadro de requerimientos que se encuentra en la sección de los anexos, para luego realizar las compras mensuales necesarias para mantener más o menos ese mismo stock de inventario.*

Tabla 4

Gastos de funcionamiento farmacias Jireh

CONCEPTO/AÑO	1	2	3	4	5
Gastos Ventas	Q3,000.00	Q3,120.00	Q3,244.80	Q3,374.59	Q3,509.58
Fletes acarreo	Q3,000.00	Q3,120.00	Q3,244.80	Q3,374.59	Q3,509.58
Gastos Administración	Q1,408,800.00	Q1,465,152.00	Q1,523,758.08	Q1,584,708.40	Q1,648,096.74
agua y luz	Q14,400.00	Q14,976.00	Q15,575.04	Q16,198.04	Q16,845.96
regentia	Q19,200.00	Q19,968.00	Q20,766.72	Q21,597.39	Q22,461.28
Sueldos ordinarios	Q840,000.00	Q873,600.00	Q908,544.00	Q944,885.76	Q982,681.19
Prestaciones laborales	Q369,600.00	Q384,384.00	Q399,759.36	Q415,749.73	Q432,379.72
Alquileres	Q92,400.00	Q96,096.00	Q99,939.84	Q103,937.43	Q108,094.93
Teléfono y fax	Q6,000.00	Q6,240.00	Q6,489.60	Q6,749.18	Q7,019.15
Combustibles y lubricantes	Q36,000.00	Q37,440.00	Q38,937.60	Q40,495.10	Q42,114.91
Publicidad y propaganda	Q19,200.00	Q19,968.00	Q20,766.72	Q21,597.39	Q22,461.28
Gastos varios	Q12,000.00	Q12,480.00	Q12,979.20	Q13,498.37	Q14,038.30
TOTAL GASTOS FUNCIONAMIENTO	Q1,411,800.00	Q1,468,272.00	Q1,527,002.88	Q1,588,083.00	Q1,651,606.32

Muestra los gastos generales de la empresa como alquileres, luz, teléfono y otros gastos que por su cuantía resultan importantes de establecer para determinar la viabilidad financiera del proyecto.

TABLA 5
Salarios

Los salarios se determinaron anualmente, y es una estimación para cubrir los puestos de todas las farmacias que se abrirán.

PUESTO	SALARIO	SALARIO MENSUAL	PRESTACIONES LABORALES
Gerente General	Q 96,000.00	Q 8,000.00	Q 42,240.00
Contabilidad	Q 42,000.00	Q 3,500.00	Q 18,480.00
supervisor de farmacias	Q 42,000.00	Q 3,500.00	Q 18,480.00
encargado mercadeo	Q 42,000.00	Q 3,500.00	Q 18,480.00
promocion y publicidad	Q 33,000.00	Q 2,750.00	Q 14,520.00
logistica y distribución	Q 33,000.00	Q 2,750.00	Q 14,520.00
encargado recursos humanos	Q 42,000.00	Q 3,500.00	Q 18,480.00
responsable se servicio al cliente	Q 33,000.00	Q 2,750.00	Q 14,520.00
responsable de selección y contrat.	Q 33,000.00	Q 2,750.00	Q 14,520.00
secretaría	Q 27,000.00	Q 2,250.00	Q 11,880.00
Informática	Q 33,000.00	Q 2,750.00	Q 14,520.00
piloto repartidor	Q 22,000.00	Q 1,833.33	Q 9,680.00
Dependiente dos dependientes * farmacia= 14 dependietes	Q 350,000.00	Q 29,166.67	Q 154,000.00
	Q 828,000.00	Q 69,000.00	Q 364,320.00
	Q 828,000.00	Q 69,000.00	Q 364,320.00

TABLA 6

Flujo De Efectivo Primer Año

VENTAS	Q 6.546.105 00	Q 785.532 60	Q 785.532 60	Q 785.532 60	Q 785.532 60	Q 785.532 60	Q 785.532 60	Q 785.532 60	Q 785.532 60	Q 785.532 60	Q 785.532 60	Q 785.532 60	Q 785.532 60	Q 785.532 60	Q 785.532 60
IVA repercutido	Q 785.532 60	Q 65.461 05	Q 65.461 05	Q 65.461 05	Q 65.461 05	Q 65.461 05	Q 65.461 05	Q 65.461 05	Q 65.461 05	Q 65.461 05	Q 65.461 05	Q 65.461 05	Q 65.461 05	Q 65.461 05	Q 65.461 05
LIQUIDACION trim IVA s	Q -			Q 196.383 15				Q 196.383 15				Q 196.383 15			Q 196.383 15
TOTAL COBROS	Q 7.331.637 60	Q 850.993 65	Q 850.993 65	Q 1.047.376 80	Q 850.993 65	Q 850.993 65	Q 1.047.376 80	Q 850.993 65	Q 850.993 65	Q 1.047.376 80	Q 850.993 65	Q 850.993 65	Q 1.047.376 80	Q 850.993 65	Q 1.047.376 80

PAGOS

	ANUAL														
PROVEEDORES	Q 4.254.968 25	Q 510.596 19	Q 510.596 19	Q 510.596 19	Q 510.596 19	Q 510.596 19	Q 510.596 19	Q 510.596 19	Q 510.596 19	Q 510.596 19	Q 510.596 19	Q 510.596 19	Q 510.596 19	Q 510.596 19	Q 510.596 19
SALARIOS NETOS (deducidos)	Q 828.000 00	Q 69.000 00	Q 69.000 00	Q 69.000 00	Q 69.000 00	Q 69.000 00	Q 69.000 00	Q 69.000 00	Q 69.000 00	Q 69.000 00	Q 69.000 00	Q 69.000 00	Q 69.000 00	Q 69.000 00	Q 69.000 00
agua y luz	Q 14.400 00	Q 1.200 00	Q 1.200 00	Q 1.200 00	Q 1.200 00	Q 1.200 00	Q 1.200 00	Q 1.200 00	Q 1.200 00	Q 1.200 00	Q 1.200 00	Q 1.200 00	Q 1.200 00	Q 1.200 00	Q 1.200 00
regenta	Q 19.200 00	Q 1.600 00	Q 1.600 00	Q 1.600 00	Q 1.600 00	Q 1.600 00	Q 1.600 00	Q 1.600 00	Q 1.600 00	Q 1.600 00	Q 1.600 00	Q 1.600 00	Q 1.600 00	Q 1.600 00	Q 1.600 00
Presaciones laborales	Q 364.320 00	Q 30.360 00	Q 30.360 00	Q 30.360 00	Q 30.360 00	Q 30.360 00	Q 30.360 00	Q 30.360 00	Q 30.360 00	Q 30.360 00	Q 30.360 00	Q 30.360 00	Q 30.360 00	Q 30.360 00	Q 30.360 00
Alquileres	Q 92.400 00	Q 7.700 00	Q 7.700 00	Q 7.700 00	Q 7.700 00	Q 7.700 00	Q 7.700 00	Q 7.700 00	Q 7.700 00	Q 7.700 00	Q 7.700 00	Q 7.700 00	Q 7.700 00	Q 7.700 00	Q 7.700 00
FLETES	Q 3.000 00	Q 250 00	Q 250 00	Q 250 00	Q 250 00	Q 250 00	Q 250 00	Q 250 00	Q 250 00	Q 250 00	Q 250 00	Q 250 00	Q 250 00	Q 250 00	Q 250 00
Teléfono y fax	Q 6.000 00	Q 720 00	Q 720 00	Q 720 00	Q 720 00	Q 720 00	Q 720 00	Q 720 00	Q 720 00	Q 720 00	Q 720 00	Q 720 00	Q 720 00	Q 720 00	Q 720 00
Combustibles y lubricantes	Q 36.000 00	Q 4.320 00	Q 4.320 00	Q 4.320 00	Q 4.320 00	Q 4.320 00	Q 4.320 00	Q 4.320 00	Q 4.320 00	Q 4.320 00	Q 4.320 00	Q 4.320 00	Q 4.320 00	Q 4.320 00	Q 4.320 00
Publicidad y propaganda	Q 19.200 00	Q 2.304 00	Q 2.304 00	Q 2.304 00	Q 2.304 00	Q 2.304 00	Q 2.304 00	Q 2.304 00	Q 2.304 00	Q 2.304 00	Q 2.304 00	Q 2.304 00	Q 2.304 00	Q 2.304 00	Q 2.304 00
Gastos varios	Q 12.000 00	Q 1.000 00	Q 1.000 00	Q 1.000 00	Q 1.000 00	Q 1.000 00	Q 1.000 00	Q 1.000 00	Q 1.000 00	Q 1.000 00	Q 1.000 00	Q 1.000 00	Q 1.000 00	Q 1.000 00	Q 1.000 00
IVA soportado	Q 785.532 60	Q 65.461 05	Q 65.461 05	Q 65.461 05	Q 65.461 05	Q 65.461 05	Q 65.461 05	Q 65.461 05	Q 65.461 05	Q 65.461 05	Q 65.461 05	Q 65.461 05	Q 65.461 05	Q 65.461 05	Q 65.461 05
LIQUIDACION trim IVA s	Q 785.532 60			Q 196.383 15				Q 196.383 15				Q 196.383 15			Q 196.383 15
CUOTAS PRESTAMO	Q 205.270 12	Q 17.105 84	Q 17.105 84	Q 17.105 84	Q 17.105 84	Q 17.105 84	Q 17.105 84	Q 17.105 84	Q 17.105 84	Q 17.105 84	Q 17.105 84	Q 17.105 84	Q 17.105 84	Q 17.105 84	Q 17.105 84
TOTAL PAGOS	Q 7.425.825 57	Q 711.617 08	Q 711.617 08	Q 908.000 23	Q 711.617 08	Q 711.617 08	Q 908.000 23	Q 711.617 08	Q 711.617 08	Q 908.000 23	Q 711.617 08	Q 711.617 08	Q 908.000 23	Q 711.617 08	Q 908.000 23
Diferencia anual-----	Q (94.185 97)														
SALDO TESORERIA ACUMULADO -----	Q 139.376 57	Q 278.753 13	Q 418.129 70	Q 557.506 27	Q 696.882 83	Q 836.259 40	Q 975.635 97	Q 1.115.012 53	Q 1.254.389 10	Q 1.393.765 67	Q 1.533.142 23	Q 1.672.518 80	Q 1.811.885 37	Q 1.951.397 42	Q 2.090.914 99

El flujo de caja muestra el movimiento del efectivo que la empresa tendrá durante el primer año de constitución de la misma, por lo que se puede observar que dicho flujo garantiza que el negocio económicamente se mantendrá establemente.

Tabla 7
Estado De Resultados

CONCEPTO/AÑO	1	2	3	4	5
INGRESOS	Q6,546,105.00	Q7,069,793.40	Q7,635,376.87	Q8,246,207.02	Q8,905,903.58
COSTOS DE PRODUCCIÓN	Q4,740,000.00	Q4,929,600.00	Q5,126,784.00	Q5,331,855.36	Q5,545,129.57
UTILIDAD BRUTA	Q1,806,105.00	Q2,140,193.40	Q2,508,592.87	Q2,914,351.66	Q3,360,774.01
Gastos Operación	Q1,411,800.00	Q1,468,272.00	Q1,527,002.88	Q1,588,083.00	Q1,651,606.32
9.1. EBIT (Ingresos antes de intereses, impuestos, depreciaciones o amortizaciones)	Q394,305.00	Q671,921.40	Q981,589.99	Q1,326,268.67	Q1,709,167.69
Intereses de Deuda	Q205,270.12	Q205,270.12	Q205,270.12	Q205,270.12	Q205,270.12
Impuestos	Q654,610.50	Q706,979.34	Q763,537.69	Q824,620.70	Q890,590.36
Depreciación Equipo de proceso	Q27,600.00	Q27,600.00	Q27,600.00	Q27,600.00	Q27,600.00
UTILIDAD NETA	-Q493,175.62	-Q267,928.06	-Q14,817.81	Q268,777.84	Q585,707.22

Como se puede observar los primeros tres años no se proyecta tener ganancias sino más bien subsanar el gasto y la inversión, pero a partir del cuarto año, se comenzarán a tener ganancias, mostrando para el quinto una tendencia a la alta, la que se proyecta se mantenga por lo menos cinco años más.

En este informe se observan los movimientos del estado de resultados hasta antes de impuestos del primer al quinto año usando una proyección de incremento de las ventas y de los desembolsos en 10% anual.

Tabla 8
Balance General

ACTIVO	Q	4,349,635	Q	4,239,665	Q	4,544,121	Q	5,141,579	Q	5,762,171
<u>No Corriente</u>	Q	92,567	Q	(54,200)	Q	(66,300)	Q	(96,400)	Q	(48,000)
Equipo	Q	10,000	Q	-	Q	-	Q	-	Q	-
-Depreciación acumulada	Q	(2,000)	Q	(4,000)	Q	(6,000)	Q	(8,000)	Q	-
Herramientas	Q	10,000	Q	-	Q	-	Q	-	Q	-
-Depreciación acumulada	Q	(2,500)	Q	(5,000)	Q	(7,500)	Q	(10,000)	Q	-
Vehículo	Q	40,000	Q	-	Q	-	Q	-	Q	-
Depreciación acumulada	Q	(8,000)	Q	(16,000)	Q	(24,000)	Q	(40,000)	Q	-
Mobiliario y equipo	Q	48,000	Q	-	Q	-	Q	-	Q	-
Depreciación acumulada	Q	(9,600)	Q	(19,200)	Q	(28,800)	Q	(38,400)	Q	(48,000)
Equipo de computación	Q	10,000	Q	-	Q	-	Q	-	Q	-
Depreciación acumulada	Q	(3,333)	Q	(10,000)	Q	-	Q	-	Q	-
<u>Corriente</u>	Q	4,257,068	Q	4,293,865	Q	4,610,421	Q	5,237,979	Q	5,810,171
Caja	Q	(94,186)	Q	(128,726)	Q	(21,215)	Q	386,204	Q	726,489
Iva credito fiscal	Q	785,533	Q	714,241	Q	774,952	Q	840,823	Q	912,293
mercería	Q	3,565,721	Q	3,708,350	Q	3,856,684	Q	4,010,951	Q	4,171,390
PASIVO Y CAPITAL	Q	5,117,480	Q	4,401,697	Q	4,942,686	Q	5,805,604	Q	6,723,396
<u>Capital y Superávit</u>	Q	767,846	Q	162,032	Q	398,565	Q	664,026	Q	961,224
Capital aportado	Q	816,000	Q	-	Q	-	Q	-	Q	-
Utilidad del ejercicio	Q	(50,689)	Q	170,560	Q	419,542	Q	698,974	Q	1,011,815
Utilidades retenidas	Q	-	Q	-	Q	-	Q	-	Q	-
Reserva legal 5%	Q	2,534	Q	(8,528)	Q	(20,977)	Q	(34,949)	Q	(50,591)
Utilidades por distribuir	Q	-	Q	-	Q	-	Q	-	Q	-
<u>Pasivo</u>	Q	4,349,635	Q	4,239,665	Q	4,544,121	Q	5,141,579	Q	5,762,171
<u>Corriente</u>	Q	2,016,320	Q	2,010,607	Q	1,857,330	Q	1,484,429	Q	976,760
<u>Proveedores</u>	Q	1,563,495	Q	1,461,943	Q	1,781,781	Q	2,599,645	Q	3,559,456
Iva debito fiscal	Q	785,533	Q	714,241	Q	774,952	Q	840,823	Q	912,293
ISR por pagar	Q	(15,714)	Q	52,873	Q	130,058	Q	216,682	Q	313,663

En este estado financiero se puede apreciar la situación de la empresa proyectada a los próximos cinco años, pudiéndose notar que en ningún momento la empresa tendría problemas de liquidez, sin embargo este supuesto se podrá apreciar más adelante con el análisis de las razones financieras.

Tabla 9
Financiamiento

Monto:	Q 750,000.00
Tasa de interés anual:	18.00%
Plazo, en años:	10
Pagos por año:	12

Nº	Fecha del	Saldo	PAGOS DE CAPITAL E INTERES			Saldo	Interés
	Pago	Inicial	Interés	Capital	final	acumulado	
1	31/07/2010	Q 750,000.00	Q 11,250.00	Q 5,855.84	Q 744,144.16	Q 11,250.00	
2	31/08/2010	Q 744,144.16	Q 11,162.16	Q 5,943.68	Q 738,200.48	Q 22,412.16	
3	01/10/2010	Q 738,200.48	Q 11,073.01	Q 6,032.84	Q 732,167.64	Q 33,485.17	
4	31/10/2010	Q 732,167.64	Q 10,982.51	Q 6,123.33	Q 726,044.31	Q 44,467.68	
5	01/12/2010	Q 726,044.31	Q 10,890.66	Q 6,215.18	Q 719,829.13	Q 55,358.35	
6	31/12/2010	Q 719,829.13	Q 10,797.44	Q 6,308.41	Q 713,520.73	Q 66,155.79	
7	31/01/2011	Q 713,520.73	Q 10,702.81	Q 6,403.03	Q 707,117.69	Q 76,858.60	
8	03/03/2011	Q 707,117.69	Q 10,606.77	Q 6,499.08	Q 700,618.62	Q 87,465.36	
9	31/03/2011	Q 700,618.62	Q 10,509.28	Q 6,596.56	Q 694,022.05	Q 97,974.64	
10	01/05/2011	Q 694,022.05	Q 10,410.33	Q 6,695.51	Q 687,326.54	Q 108,384.97	
11	31/05/2011	Q 687,326.54	Q 10,309.90	Q 6,795.95	Q 680,530.59	Q 118,694.87	
12	01/07/2011	Q 680,530.59	Q 10,207.96	Q 6,897.88	Q 673,632.71	Q 128,902.83	

En el cuadro anterior se muestra el movimiento y la amortización durante el primer año del crédito que se propone solicitar al sistema bancario privado para poder costear la implementación del sistema de farmacias. Tomando en consideración de que el préstamo que se prevé solicitar es por un monto de Q750,000.00 y que se hará bajo la modalidad de hipoteca, teniendo para esto a disposición los papeles en orden de una casa con un valor estimado de Q1,200,000.00, el plazo del pago del préstamo sería de 10 años, mostrando solamente en el recuadro anterior lo correspondiente al primer año, pero teniendo entendido que la tasa es fija, y que los pagos serían iguales para todo el plazo.

Capítulo 11

Viabilidad

TABLA 12

TIR Y VAN

Tasa Interna de Retorno (TIR)

Utilidad Neta sin el proyecto	Q0.00					
CONCEPTO/AÑO	0	1	2	3	4	5
Inversión	-Q1,243,000.00					
Ingresos EBIT (a.) adicionales		Q896,616.75	Q1,227,056.15	Q1,595,751.97	Q2,006,362.78	Q2,462,874.38
Flujo de Caja Adicional	-Q1,243,000.00	Q896,616.75	Q1,227,056.15	Q1,595,751.97	Q2,006,362.78	Q2,462,874.38

Tasa Interna de Retorno (TIR)

93.7%

Valor Actual Neto Quetzales (VAN)

CONCEPTO/AÑO	0	1	2	3	4	5
Inversión	-Q1,243,000					
Ingresos Operativos (de flujo de caja)		896,617	1,227,056	1,595,752	2,006,363	2,462,874
Flujo de Caja Adicional	-Q1,243,000	896,617	1,227,056	1,595,752	2,006,363	2,462,874
Flujo de Beneficios	0	0.99	0.81	0.71	0.61	0.51
Valor Actual	-Q1,243,000	800,351	978,200	1,115,225	1,275,000	1,461,501
	11,006					

Valor Actual Neto Quetzales (VAN)

Q4,344,158

BIBLIOGRAFIA

Chiavenato, I. (1999). **Introducción a la Teoría de la Administración** (5ª Edición). Colombia: Mc Graw Hill.

Koontz. (1999). **Administración**. Colombia: Mc Graw Hill.

Stoner y Otros. (1999). **Administración** (6ª Edición). México: Mc Graw Hill.

Robbins (1999). **Las Organizaciones de Hoy**. Colombia: Mc Graw Hill.

www.monografias.com/trabajos11/empre/empre.shtml

www.crearempresas.com/

¹ www.mailxmail.com/curso-creacion-empresas-emprendedores/causas-exito-fracaso

www.deguate.com

www.capacinet.gob.mx

www.ac-markets.com/inversion/

Suplemento informativo No.89 Departamento de Estadística 23/04/2010 27 páginas

www.infomipyme.com/Docs/GT/Offline/marketing/analisisrapidodelmercado.html#paSO5

ANEXOS

Anexo 1

¹Requisitos De Inscripción Personas Individuales Y Jurídicas

Información para inscripción como pequeño contribuyente

Sociedades mercantiles

Para fines de inscripción en la superintendencia de administración tributaria, las personas jurídicas, sea cual sea su clasificación, están obligadas a llenar los siguientes requisitos:

1. Solicitar y completar el formulario de inscripción sat-0014, valor q.1.00.
2. Original o fotocopia legalizada y fotocopia simple de la cédula de vecindad o pasaporte del representante legal.
3. Original o fotocopia legalizada y fotocopia simple del testimonio de la escritura de constitución.
4. Original o fotocopia legalizada y fotocopia simple del nombramiento del representante legal

El formulario sat-0014 deberá acompañarse de los formularios siguientes:

1. Solicitud de habilitación de libros, formulario sat-0052
2. Solicitud para autorización de impresión y uso de documentos y formularios, formulario sat-0042

Personas jurídicas: sociedades anónimas, responsabilidad limitada y sociedad en comandita simple y por acciones.

Requisitos de inscripción personas individuales y jurídicas

¹ www.infomipyme.com/Docs/GT/Offline/Registro/SATSociedad.htm

Información para inscripción como pequeño contribuyente

Formación

2. De la sociedad anónima

Sociedad anónima es la que existe bajo una denominación y se compone exclusivamente de socios cuya obligación se limita al pago de sus acciones. La denominación se formará libremente, pero será distinta de la de cualquiera otra sociedad y al emplearse irá siempre seguida de las palabras "Sociedad Anónima" o de su abreviatura "S.A.". Corresponde al grupo de las sociedades capitalistas. (Interesa fundamentalmente la aportación que se hace para la formación de capital social) Ha llegado a divulgarse universalmente en la actualidad es sinónimo de empresa organizada para acometer importantes aspectos de la banca, del comercio en general y de la industria.

3. Constitución de la sociedad

Para proceder a la constitución de una sociedad anónima se requiere:

Es la que tiene el capital dividido y representado por acciones. La responsabilidad de cada accionista está limitada al pago de las acciones que hubiere suscrito. Código de Comercio artículos 10 y 86.

Denominación.

La sociedad anónima se identifica con una denominación, la que podrá formarse libremente, con el agregado obligatorio de la leyenda: Sociedad Anónima, que podrá abreviarse S.A.

La denominación podrá contener el nombre de un socio fundador o los apellidos de dos o más de ellos, pero en este caso, deberá igualmente incluirse la designación del objeto principal de la sociedad. (Art. 87)

En su constitución se observarán los artículos 14 a 55 y 86 a 194 del Código de Comercio, y 29 a 32 y 47 del Código de Notariado.

Un profesional del derecho (asesor legal –abogado) debidamente colegiado deberá inicialmente:

1. Elaborar la escritura de la sociedad; registrarla en su protocolo y posteriormente llevarla al Registro Mercantil para iniciar los trámites respectivos
2. Para nombrar al Representante Legal y/o Gerente General, el abogado deberá de solicitarles su Cédula de Vecindad y Número de Identificación Tributaria (NIT) a las personas que han sido electas para estos cargos.
3. Elaborar acta de nombramiento de Representante Legal y Gerente General, (puede ser la misma persona quien represente a la empresa) y llevar la misma a registrar en el Registro Mercantil (Ver continuidad de procedimientos a seguir en las áreas específicas de REGISTRO MERCANTIL, SAT, IGSS y otras necesarias).

Proceso de Autorización

El procedimiento para inscribir la sociedad anónima en el Registro Mercantil contiene los siguientes pasos:

- Presentar formulario de solicitud de inscripción de sociedad autenticado.
- Pagar la orden de pago de Q.275.00
- Copia de la cédula del promotor o representante de la sociedad
- Presentar original y fotocopia del testimonio de la escritura de constitución de la sociedad.
- Presentar la resolución del Ministerio de Economía en el cual autoriza los estatutos o proyecto de escritura de constitución.
- Posteriormente se recibe el Edicto y se debe publicar en el Diario Oficial de Centro América, para ver si alguien interpone oposición a la inscripción.
- Ocho días después de la publicación se debe presentar memorial solicitando inscripción definitiva, copia de la publicación realizada, testimonio original de la escritura de constitución, copia del nombramiento del representante legal.
- EL Registro Mercantil entrega la Patente de Sociedad ya inscrita.

Para los diferentes trámites tanto en el Registro Mercantil como en el Ministerio de Salud Publica es necesario que exista una persona autorizada para ejercer la representación legal de la nueva entidad, para el efecto debe realizar los siguientes pasos de inscripción en el Registro Mercantil,

sin embargo el trámite del Ministerio de Salud Pública lo puede realizar el licenciado o licenciada en Farmacia que se desempeñará como regente.

- Pagar la orden de pago respectiva de Q.75.00
- Adjuntar al formulario el nombramiento autorizado por notario, fotocopia de la cédula del representante legal y copia de la patente de sociedad.
- Posteriormente el Registro Mercantil entrega certificación de la inscripción respectiva.

Adicionalmente se debe inscribir la empresa de la sociedad. Para ese caso se deben seguir los pasos siguientes:

- Presentar formulario de solicitud de inscripción de empresa.
- Pagar la orden de pago de Q.100.00
- Copia de la patente de sociedad.
- Copia de la representación legal del promotor y de su cédula.
- El Registro Mercantil entrega la Patente de Empresa.

Una vez inscrita la sociedad en el Registro Mercantil, se debe proceder a la inscripción en la Superintendencia de Administración Tributaria –SAT–, Instituto Guatemalteco de Seguridad Social –IGSS–, IRTRA entre otras.

Los requisitos para inscribir la sociedad en éstas entidades son los siguientes:

SAT

- Presentar el formulario de inscripción
- Copia del primer testimonio de constitución de la sociedad y copia de la resolución del Ministerio de Economía autorizándola.
- Copia de la patente de sociedad y patente de empresa
- Copia del nombramiento del representante legal y su cédula.

(Ver anexos).

IGSS

- Copia del primer testimonio de constitución de sociedad.
- Copia de patente de empresa y de sociedad.
- Copia de acta notarial de Nombramiento de representante legal.
- Copia de constancia de nit.
- Constanza extendida por un perito contador, en la cual se indique:
 - Fecha en que se llevo al mínimo de trabajadores que obliga al patrono a inscribirse.
 - Total de trabajadores con los cuales se dio la obligación en la fecha señalada.
 - Monto devengado de salarios por el total de trabajadores indicados, en el periodo base de la inscripción.
- Nomina de salarios de los trabajadores en el periodo de inscripción.

Irtra

- Constanza de inscripción en el igss.
- Copia de nombramiento de representante legal.
- Planilla con recibos de los primeros tres meses de pagos.

Otro aspecto que se verifica es que los libros contables estén debidamente autorizados y habilitados (en la sat y registro mercantil) así como se tengan facturas autorizadas, para el efecto se deben cumplir con los requisitos siguientes:

- Presentar los formularios respectivos.
- Copia de la cédula del representante legal.
- Copia del nombramiento del representante legal.

Sociedades mercantiles

Para fines de inscripción en la superintendencia de administración tributaria, las personas jurídicas, sea cual sea su clasificación, están obligadas a llenar los siguientes requisitos:

1. Solicitar y completar el formulario de inscripción sat-0014, valor q.1.00.

2. Original o fotocopia legalizada y fotocopia simple de la cédula de vecindad o pasaporte del representante legal.
3. Original o fotocopia legalizada y fotocopia simple del testimonio de la escritura de constitución.
4. Original o fotocopia legalizada y fotocopia simple del nombramiento del representante legal

El formulario sat-0014 deberá acompañarse de los formularios siguientes:

1. Solicitud de habilitación de libros, formulario sat-0052
2. Solicitud para autorización de impresión y uso de documentos y formularios, formulario sat-0042

Personas jurídicas: Sociedades anónimas, responsabilidad limitada y sociedad en comandita simple y por acciones.

Anexo 2

Instituto guatemalteco de seguridad social IGSS

El 30 de octubre de 1946, el congreso de la república de Guatemala, emite el decreto número 295, "la ley orgánica del instituto guatemalteco de seguridad social". Se crea así "una institución autónoma, de derecho público de personería jurídica propia y plena capacidad para adquirir derechos y contraer obligaciones, cuya finalidad es aplicar en beneficio del pueblo de Guatemala, un régimen nacional, unitario y obligatorio de seguridad social, de conformidad con el sistema de protección mínima" (cáp. 1º, art. 1º).

Se crea así un régimen nacional, unitario y obligatorio. Esto significa que debe cubrir todo el territorio de la república, debe ser único para evitar la duplicación de esfuerzos y de cargas tributarias; los patronos y trabajadores de acuerdo con la ley, deben de estar inscritos como contribuyentes, no pueden evadir esta obligación, pues ello significaría incurrir en la falta de previsión social.

La constitución política de la república de Guatemala, promulgada el 31 de mayo de 1985, dice en el artículo 100: "seguridad social. El estado reconoce y garantiza el derecho de la seguridad social para beneficio de los habitantes de la nación".

¿Dónde se puede inscribir un patrono?

El patrono o su representante, deberán acudir a la sección de inscripciones en la división de registro de patronos y trabajadores, en el 2o nivel del edificio central en la ciudad de Guatemala, o bien en las cajas o delegaciones departamentales que les corresponda (delegaciones).

Se les entregará un formulario drtp-001 el cual deberá ser debidamente lleno.

- pasos para inscripción general al igss

Comerciante individual o persona individual

Una persona como patrono y/o contrato de negocios en participación:

- a. Fotocopia de cédula de vecindad (completa) si es guatemalteco y fotocopia del pasaporte (completo) si es extranjero.
- b. Fotocopia de constancia del número de identificación tributaria (NIT).

Más de una persona como patrono y/o contrato de negocios en participación:

- Fotocopia de cédula de vecindad completa del gestor.
- Si es extranjero, fotocopia del pasaporte.
- Fotocopia de patente de comercio (si es empresa)
- Fotocopia de cédula de vecindad completa de copropietarios.
- Si son extranjeros, fotocopia de pasaporte.
- Fotocopia de la constancia del número de identificación tributaria – NIT.

Empresa individual

Empresas ubicadas en el departamento de Guatemala

Al emplear los servicios de 3 trabajadores el patrono está obligado a inscribir su empresa en el régimen de seguridad social, debiendo descontar la cuota laboral correspondiente a sus empleados posteriores a la inscripción.

Únicamente las empresas de transporte terrestre, quedan obligadas a inscribir la Empresa en el Régimen de Seguridad Social, cuando ocupen 1 ó 2 trabajadores.

Empresas ubicadas en el resto de departamentos de la República de Guatemala:

Al emplear los servicios de 5 trabajadores el patrono está obligado a inscribir su empresa en el Régimen de Seguridad Social, debiendo descontar la cuota laboral correspondiente a sus empleados posteriores a la inscripción. 3 trabajadores a partir del 15 de marzo 2003

Sociedades Mercantiles o Personas Jurídicas

Todas las Sociedades Mercantiles deberán presentar obligatoriamente para su inscripción una fotocopia de Patente de la Comercio de Empresa.

Empresas ubicadas en el resto de departamentos de la República de Guatemala:

Al emplear los servicios de 5 trabajadores el patrono está obligado a inscribir su empresa en el Régimen de Seguridad Social, debiendo descontar la cuota laboral correspondiente a sus empleados posteriores a la inscripción. 3 trabajadores a partir del 15 de marzo 2005

Documentación relacionada con el patrono:

1. Fotocopia de la patente de comercio de sociedad.
2. Fotocopia de la escritura pública de constitución de sociedad, en caso de modificarse la escritura citada, en sus cláusulas relacionadas con la razón social o comercial, y del

capital, cuando éste se amplíe con capital no dinerario, que constituya una empresa, adjuntarse fotocopia de la escritura pública respectiva.

3. Fotocopia del acta notarial de nombramiento del representante legal, con anotación de inscripción en el registro mercantil.
4. Fotocopia de cédula de vecindad (completa) del representante legal. Si es extranjero deberá adjuntar fotocopia del pasaporte (completo).
5. Fotocopia de constancia del NIT.

Regímenes de Propiedad Horizontal (condominios):

- Fotocopia de la escritura pública de constitución del régimen de propiedad horizontal;
- Fotocopia de los estatutos del edificio constituido en condominio;
- Fotocopia del nombramiento del administrador del condominio
- Fotocopia de cédula de vecindad completa del administrador. Pasaporte si es extranjero
- Fotocopia de la constancia del número de identificación tributaria – NIT.

Anexo 3

IRTRA

Afiliaciones e Información General

Cuando una empresa se afilia al IGSS debe pagar la contribución al IRTRA, según la actividad económica a la que se dedica, el impuesto a pagar es el 1% sobre el total de salarios ordinarios y extraordinarios mensuales, lo cual le permite obtener los carnés de afiliación para los trabajadores con los que puede ingresar sin costo, a todos los parques recreativos el afiliado y 5 miembros de su núcleo familiar: padres, conyugue e hijos para disfrutar de una recreación sana.

Todos los trabajadores de las empresas privadas que estén afiliadas al IRTRA pueden utilizar los parques del IRTRA.

Si algunos empleados ya cuentan con carnet puede solicitarse la renovación de la vigencia o en caso de pérdida de la tarjeta se deberá proceder con el trámite de reposición. (Verificar la duración del carnet).

Anexo 4

Inscripción de Farmacias

El interesado en inscribir una farmacia, debe presentarse al Centro de Salud más cercano al establecimiento, este centro enviará a un inspector sanitario a revisar si cumple con los requisitos siguientes:

- El local debe de tener servicio sanitario completo y en buen estado,
 - Estanterías y mostradores ya instalados,
 - Debe de contratar los servicios profesionales de una persona graduada en farmacología (Licenciado/a en Farmacia) para regentar su negocio (farmacia),
 - Tramitar la licencia sanitaria.
 - Todos los empleados deben tramitar personalmente tarjeta de pulmones, debiendo llenar los requisitos siguientes:
1. TARJETA DE PULMONES (Costo Q 5.00) pueden tomarse la radiografía, en el Centro de Salud más cercano a su domicilio (Hay 2 turnos a las 07:00am y 11:00am respectivamente) o bien en la Liga Nacional contra la Tuberculosis.
 2. TARJETA DE SALUD, extendida por el Centro de Salud, para que le sea extendida deberá de llenar los siguientes requisitos:
 3. Presentar su tarjeta de pulmones,
 4. Una (1) foto tamaño cédula de vecindad,
 5. Cédula de vecindad en buen estado,
 6. Presentarse en ayunas para examen de sangre al Centro de Salud a las 05:00 AM,
 7. Comprar una jeringa de 5 c.c. y entregarla para el examen de sangre,
 8. Deberá llevar al Centro de Salud una muestra de heces fecales, en un frasco (tamaño de compota), debidamente rotulado con su nombre,
 9. Deberá dar un donativo de Q20.00 y
 10. Recoger la tarjeta de salud, 24 horas después.

- En el Registro Mercantil debe de tramitar la patente de comercio de acuerdo a la modalidad de empresa que esté constituyendo.
- En la Superintendencia de Administración Tributaria –SAT- debe de tramitar la autorización de caja registradora.

Sociedad Anónima

Es la que tiene el capital dividido y representado por acciones. La responsabilidad de cada accionista está limitada al pago de las acciones que hubiere suscrito. Código de Comercio artículos 10 y 86.

Denominación.

La sociedad anónima se identifica con una denominación, la que podrá formarse libremente, con el agregado obligatorio de la leyenda: Sociedad Anónima, que podrá abreviarse S.A.

La denominación podrá contener el nombre de un socio fundador o los apellidos de dos o más de ellos, pero en este caso, deberá igualmente incluirse la designación del objeto principal de la sociedad. (Art. 87)

En su constitución se observarán los artículos 14 a 55 y 86 a 194 del Código de Comercio, y 29 a 32 y 47 del Código de Notariado.

Un profesional del derecho (Asesor Legal –Abogado) debidamente colegiado deberá inicialmente:

Elaborar la escritura de la sociedad; registrarla en su protocolo y posteriormente llevarla al Registro Mercantil para iniciar los trámites respectivos

Para nombrar al Representante Legal y/o Gerente General, el abogado deberá de solicitarles su Cédula de Vecindad y Número de Identificación Tributaria (NIT) a las personas que han sido electas para estos cargos.

Elaborar acta de nombramiento de Representante Legal y Gerente General, (puede ser la misma persona quien represente a la empresa) y llevar la misma a registrar en el Registro Mercantil (Ver continuidad de procedimientos a seguir en las áreas específicas de REGISTRO MERCANTIL, SAT, IGSS y otras necesarias)

Requisitos De Inscripción Personas Individuales Y Jurídicas

Inscripción de contribuyentes y responsables

Código Tributario (art.112 num. 1,literal b, y 120)

Obligación Formal: Inscribirse en el registro tributario unificado, aportando los datos y documentos necesarios y comunicar las modificaciones del los mismos.

Todos los contribuyentes y responsables están obligados a inscribirse en la Superintendencia Administración Tributaria antes de iniciar actividades afectas.

* Información para inscripción como pequeño Contribuyente

Sociedades Mercantiles

Para fines de inscripción en la Superintendencia de Administración Tributaria, las Personas Jurídicas, sea cual sea su clasificación, están obligadas a llenar los siguientes requisitos:

Solicitar y completar el formulario de inscripción SAT-0014, valor Q.1.00.

Original o fotocopia legalizada y fotocopia simple de la cédula de vecindad o pasaporte del Representante Legal.

Original o fotocopia legalizada y fotocopia simple del testimonio de la Escritura de Constitución.

Original o fotocopia legalizada y fotocopia simple del Nombramiento del Representante Legal

El Formulario SAT-0014 deberá acompañarse de los formularios siguientes:

Solicitud de Habilitación de Libros, formulario SAT-0052

Solicitud para autorización de impresión y uso de documentos y formularios, formulario SAT-0042

Personas Jurídicas: Sociedades Anónimas, Responsabilidad Limitada y Sociedad En Comandita Simple y por Acciones.

Anexo 5

Costos de productos Farmacia Jireh

Código	Producto	Costo unit.	En Almacén	TOTAL
300	Aj Cloristal	Q 3.50	Q 10.00	Q 35.00
419	acción	Q 0.35	Q 500.00	Q 175.00
008	aceclofenaco tableta	Q 0.55	Q 200.00	Q 110.00
507	aceite baby magic	Q 18.00	Q 10.00	Q 180.00
482	aceite de oliva bote	Q 5.00	Q 10.00	Q 50.00
508	aceite jhonson's	Q 13.75	Q 10.00	Q 137.50
513	aceite jhonson's	Q 13.75	Q 10.00	Q 137.50
847	aceite rosa de mosqueta	Q 1.33	Q 500.00	Q 665.00
061	acetaminofen gotas	Q 6.00	Q 10.00	Q 60.00
425	acetaminofen infasa	Q 0.12	Q 300.00	Q 36.00
070	acetaminofen suspensión 120ml	Q 4.50	Q 10.00	Q 45.00
363	aciclovir crema	Q 5.00	Q 10.00	Q 50.00
007	aciclovir suspensión	Q 30.00	Q 10.00	Q 300.00
119	aeroflux solución oral 120ml	Q 61.26	Q 10.00	Q 612.60
149	aerovan expectorante	Q 54.24	Q 10.00	Q 542.40
355	aflac gotas	Q 32.00	Q 10.00	Q 320.00
563	agua florida	Q 2.00	Q 50.00	Q 100.00
632	agua oxigenada	Q 1.50	Q 10.00	Q 15.00
587	aguacatina liquida suelta	Q 0.65	Q 300.00	Q 195.00
302	aj carbamin tableta	Q 0.34	Q 500.00	Q 170.00
299	aj gelacid suspensión	Q 10.00	Q 10.00	Q 100.00
303	aj paraselmin	Q 2.80	Q 10.00	Q 28.00

068	aj sizflag suspensión	Q	4.75	Q	10.00	Q	47.50
022	albandazole tableta	Q	0.20	Q	200.00	Q	40.00
057	albandazole suspensión neo	Q	2.80	Q	10.00	Q	28.00
833	alcohol bote simple	Q	1.38	Q	200.00	Q	276.00
454	aleve tableta	Q	0.01	Q	300.00	Q	3.00
185	alfernicol gotas	Q	34.76	Q	10.00	Q	347.60
634	algodón 16 onzas	Q	21.00	Q	10.00	Q	210.00
499	algodón superior 8 onzas	Q	0.41	Q	20.00	Q	8.20
176	alicol d suspensión	Q	44.00	Q	20.00	Q	880.00
659	alka ad tableta	Q	0.98	Q	500.00	Q	490.00
495	alkagastic masticable	Q	0.94	Q	100.00	Q	94.00
433	alkaseltzer efervescente	Q	0.66	Q	2,800.00	Q	1,848.00
015	alopurinol tableta	Q	0.39	Q	196.00	Q	76.44
553	alopurinol tableta	Q	2.25	Q	79.00	Q	177.75
145	ambrox t 120	Q	88.12	Q	20.00	Q	1,762.40
146	ambrox t baby bom	Q	88.12	Q	20.00	Q	1,762.40
094	ambroxol + loratadina suspensión	Q	22.50	Q	10.00	Q	225.00
380	ambroxol suspensión	Q	9.75	Q	20.00	Q	195.00
744	aminovit jarabe	Q	20.00	Q	10.00	Q	200.00
014	amlodipina 10 mg	Q	0.40	Q	100.00	Q	40.00
011	amlodipona tableta	Q	0.30	Q	200.00	Q	60.00
026	amoxicilina suspensión 100ml	Q	10.00	Q	10.00	Q	100.00
087	amoxicilina suspensión 60ml	Q	7.75	Q	10.00	Q	77.50
025	amoxicilina tableta	Q	0.46	Q	300.00	Q	138.00
570	ampicilina tableta	Q	1.00	Q	50.00	Q	50.00
183	ampodek ampolla bebible	Q	38.75	Q	10.00	Q	387.50
195	ampodek ampolla infantil	Q	32.92	Q	10.00	Q	329.20
194	ampodek expectorante	Q	38.12	Q	10.00	Q	381.20
332	ampolla bebibles	Q	34.00	Q	10.00	Q	340.00
212	anara sobre tabletas	Q	1.85	Q	50.00	Q	92.50
210	angiocat 18	Q	3.49	Q	10.00	Q	34.90
541	antigrip tableta	Q	0.67	Q	700.00	Q	469.00
041	antigripal tableta	Q	0.35	Q	800.00	Q	280.00
616	antigripito tableta	Q	0.50	Q	200.00	Q	100.00
436	apetil jarabe	Q	11.50	Q	10.00	Q	115.00
571	aralen	Q	1.25	Q	100.00	Q	125.00
320	arcocort ampolla	Q	23.50	Q	10.00	Q	235.00
328	arcolax tableta	Q	0.66	Q	50.00	Q	33.00
322	arcoproct crema	Q	45.00	Q	10.00	Q	450.00

505	asepxia jabon forte	Q	21.25	Q	10.00	Q	212.50
826	asepxia toallitas *10	Q	22.00	Q	10.00	Q	220.00
825	asepxia toallitas *25	Q	46.00	Q	10.00	Q	460.00
353	asmaphin suspensión	Q	19.00	Q	10.00	Q	190.00
452	aspirina adulto	Q	0.29	Q	500.00	Q	145.00
450	aspirina forte tableta	Q	0.36	Q	500.00	Q	180.00
451	aspirina niño	Q	0.29	Q	500.00	Q	145.00
639	astroton h4 capsula	Q	2.10	Q	100.00	Q	210.00
004	atenolol tableta	Q	0.35	Q	200.00	Q	70.00
219	augmetin es 600	Q	147.16	Q	10.00	Q	1,471.60
186	avamigran tableta sobre 5 tabs	Q	15.06	Q	10.00	Q	150.60
018	azitromicina suspensión	Q	19.50	Q	10.00	Q	195.00
052	azitromicina tableta	Q	12.00	Q	10.00	Q	120.00
683	azufre polvo	Q	0.19	Q	10.00	Q	1.90
518	añelina negra	Q	0.75	Q	100.00	Q	75.00
723	bac clor	Q	150.00	Q	10.00	Q	1,500.00
464	bacaolinita jarabe	Q	34.10	Q	10.00	Q	341.00
365	bacitracina + neomicina crema	Q	8.00	Q	10.00	Q	80.00
488	balsamico gms	Q	3.01	Q	10.00	Q	30.10
402	balsámico santa lucia	Q	4.00	Q	10.00	Q	40.00
200	bálsamo eléctrico	Q	12.52	Q	10.00	Q	125.20
691	barlgina tableta	Q	1.50	Q	50.00	Q	75.00
414	bay kid tableta	Q	0.47	Q	300.00	Q	141.00
848	baygon spray	Q	23.77	Q	10.00	Q	237.70
493	baytalcid tableta masticable	Q	0.87	Q	200.00	Q	174.00
446	Bebetina tableta	Q	0.34	Q	200.00	Q	68.00
15C	benzan susp.	Q	33.32	Q	10.00	Q	333.20
063	benzoato de bencilo susp.	Q	10.50	Q	10.00	Q	105.00
577	bicarbonato bolsita	Q	0.13	Q	400.00	Q	52.00
650	bigo brain tableta	Q	2.50	Q	20.00	Q	50.00
486	bismuto compuesto sobre	Q	0.17	Q	300.00	Q	51.00
072	bromexina suspension	Q	4.00	Q	10.00	Q	40.00
561	bronquiosolvan jarabe	Q	42.00	Q	10.00	Q	420.00
597	brunevit ampolla 25,000	Q	44.00	Q	10.00	Q	440.00
134	buscapina ampolla	Q	16.12	Q	10.00	Q	161.20
644	buscapina compuesta	Q	2.98	Q	200.00	Q	596.00
133	buscapina tableta	Q	64.79	Q	10.00	Q	647.90
747	cacao	Q	2.50	Q	50.00	Q	125.00
455	cafiaspirina tableta	Q	0.50	Q	100.00	Q	50.00
	calamina loción	Q	8.75	Q	10.00	Q	87.50

646	calcio land lancasco	Q	1.50	Q	50.00	Q	75.00
635	calcio plus gel	Q	1.50	Q	200.00	Q	300.00
851	calcifos jarabe	Q	16.00	Q	10.00	Q	160.00
232	callifilm fracos	Q	53.59	Q	10.00	Q	535.90
586	calmadol	Q	0.12	Q	1,696.00	Q	203.52
501	calmante sante	Q	0.13	Q	300.00	Q	39.00
108	canesten crema	Q	24.06	Q	10.00	Q	240.60
107	canesten spray	Q	42.43	Q	10.00	Q	424.30
106	canesten v 3 ovulos	Q	65.63	Q	10.00	Q	656.30
697	capiderm crema 13 grs	Q	13.35	Q	20.00	Q	267.00
019	captopril 25 tableta	Q	0.15	Q	200.00	Q	30.00
009	captopril tableta	Q	0.18	Q	300.00	Q	54.00
361	carbamazepina tableta	Q	0.35	Q	1,000.00	Q	350.00
453	cardiaspirina tableta blister	Q	1.25	Q	200.00	Q	250.00
846	cardiomep capsula gelatina blanda	Q	2.00	Q	200.00	Q	400.00
417	cardiosapirina tableta frasco	Q	40.00	Q	10.00	Q	400.00
823	cardiovital tableta	Q	1.68	Q	50.00	Q	84.00
700	cataflan gotas	Q	71.31	Q	10.00	Q	713.10
125	cataflan tableta	Q	8.72	Q	100.00	Q	872.00
033	cefadroxilo tableta	Q	1.10	Q	200.00	Q	220.00
080	cefixime suspension selecpharma	Q	23.50	Q	10.00	Q	235.00
054	cefixime tableta	Q	68.00	Q	10.00	Q	680.00
036	ceftriaxona ampollia 10mil	Q	12.00	Q	10.00	Q	120.00
297	cerebrex mas gingo	Q	56.00	Q	10.00	Q	560.00
295	cerebrex tableta	Q	0.78	Q	10.00	Q	7.80
157	cetamin c tabletas	Q	2.15	Q	50.00	Q	107.50
800	cheracol	Q	0.93	Q	50.00	Q	46.50
084	ciclonor ampolla	Q	19.75	Q	10.00	Q	197.50
362	cinarizina tableta	Q	0.28	Q	100.00	Q	28.00
031	ciprofloxacina tableta	Q	0.55	Q	300.00	Q	165.00
120	cirbral 25 tableta	Q	0.46	Q	100.00	Q	46.00
500	citrato de magnesia sante sobre	Q	0.79	Q	100.00	Q	79.00
062	claritrimicina neo tableta	Q	2.81	Q	50.00	Q	140.50
225	clavulin c12 suspension	Q	111.30	Q	10.00	Q	1,113.00
694	clavulin c12 tableta	Q	18.00	Q	10.00	Q	180.00
224	clavulin suspension 60ml	Q	49.36	Q	10.00	Q	493.60
293	climoxil suspension	Q	10.00	Q	10.00	Q	100.00

391	clindamician (captamicina)	Q	4.18	Q	100.00	Q	418.00
143	cloprin ampolla	Q	26.68	Q	10.00	Q	266.80
144	cloprin gotas	Q	40.61	Q	10.00	Q	406.10
142	cloprin jarabe	Q	44.40	Q	10.00	Q	444.00
229	cloprin tableta	Q	35.77	Q	10.00	Q	357.70
331	cloranfencil colorio	Q	5.75	Q	20.00	Q	115.00
804	cloranfenicol capsula	Q	1.00	Q	50.00	Q	50.00
582	cloranfenicol colirio	Q	7.00	Q	10.00	Q	70.00
091	clorfeniramina ampolla	Q	1.90	Q	20.00	Q	38.00
379	clorfeniramina suspension	Q	3.25	Q	10.00	Q	32.50
098	clorfeniramina tableta	Q	0.10	Q	100.00	Q	10.00
554	clorfeniramina tableta	Q	0.50	Q	100.00	Q	50.00
462	cloromilan (lagrimitas)	Q	0.27	Q	100.00	Q	27.00
047	clotrimazol crema al 1%	Q	5.00	Q	10.00	Q	50.00
092	clotrimazol crema vaginal 2%	Q	11.00	Q	10.00	Q	110.00
308	clotrimazol ovulos	Q	20.00	Q	10.00	Q	200.00
374	clotrimazol spray	Q	27.75	Q	10.00	Q	277.50
341	cobalex ampolla	Q	14.00	Q	10.00	Q	140.00
118	coderpina tableta	Q	1.40	Q	50.00	Q	70.00
457	cofal 35 gramos	Q	9.04	Q	30.00	Q	271.20
443	cofal fuerte 60 mg	Q	13.00	Q	10.00	Q	130.00
588	colicon gotan	Q	14.00	Q	10.00	Q	140.00
352	compleben ampolla	Q	40.00	Q	10.00	Q	400.00
624	complejo b ampolla vial	Q	8.00	Q	50.00	Q	400.00
021	complejo b tableta	Q	0.11	Q	200.00	Q	22.00
824	condones vive más duro	Q	9.44	Q	10.00	Q	94.40
689	conme! tableta	Q	0.50	Q	50.00	Q	25.00
127	corifen gotas 30 ml	Q	79.10	Q	10.00	Q	791.00
834	crema cuatro rosas	Q	2.00	Q	15.00	Q	30.00
223	cromatonbic ferrum bebible	Q	10.44	Q	30.00	Q	313.20
840	cromatonbic ferrum inyectable	Q	29.26	Q	10.00	Q	292.60
447	curaderma pomada	Q	6.67	Q	20.00	Q	133.40
566	curitas	Q	0.11	Q	100.00	Q	11.00
230	daktarin crema	Q	74.70	Q	10.00	Q	747.00
175	dayamineral suspension	Q	89.81	Q	10.00	Q	898.10
745	dayamineral suspension sin caja	Q	35.00	Q	10.00	Q	350.00
392	dearexin suspension	Q	24.25	Q	10.00	Q	242.50
390	dearexin tableta	Q	1.50	Q	50.00	Q	75.00
612	delotetravit tableta	Q	2.00	Q	100.00	Q	200.00

494	denguina adulto	Q	0.23	Q	200.00	Q	46.00
470	denguina tableta	Q	0.23	Q	100.00	Q	23.00
654	dermabex pomada	Q	8.50	Q	10.00	Q	85.00
857	dermamed crema	Q	80.00	Q	10.00	Q	800.00
858	dermi 3 crema	Q	50.00	Q	10.00	Q	500.00
017	desloratadina tableta	Q	0.27	Q	300.00	Q	81.00
178	dex dispensador	Q	0.52	Q	100.00	Q	52.00
179	dexa neurobion ampolla	Q	56.03	Q	10.00	Q	560.30
375	dexa neurotropas ampolla	Q	13.50	Q	10.00	Q	135.00
373	dexametasona tableta	Q	0.42	Q	100.00	Q	42.00
327	dexavtianervo ampolla	Q	12.00	Q	10.00	Q	120.00
837	dextrovita al 10% suero inyectable	Q	42.85	Q	10.00	Q	428.50
227	dextrovita al 5% de 1,000	Q	33.47	Q	10.00	Q	334.70
990	dianné 35 tableta	Q	177.05	Q	10.00	Q	1,770.50
535	diclofenaco + neurotras	Q	1.00	Q	1,000.00	Q	1,000.00
074	diclofenaco acido libre suspension	Q	13.00	Q	10.00	Q	130.00
060	diclofenaco ampolla	Q	1.30	Q	100.00	Q	130.00
038	diclofenaco gel	Q	7.50	Q	15.00	Q	112.50
545	diclofenaco gel capsula	Q	0.01	Q	1,000.00	Q	10.00
090	diclofenaco potasico tableta	Q	0.18	Q	1,000.00	Q	180.00
089	diclofenaco sodico tableta	Q	0.18	Q	1,000.00	Q	180.00
543	diclofimeI gotas (diclofenaco)	Q	48.62	Q	10.00	Q	486.20
809	dicloxacilina tableta	Q	4.00	Q	100.00	Q	400.00
367	dimenhidrinato ampolla	Q	5.50	Q	10.00	Q	55.00
0309	dimenhidrinato tableta (nauseol)	Q	0.25	Q	500.00	Q	125.00
079	dipirona ampolla	Q	5.50	Q	10.00	Q	55.00
329	doble terapia colirio	Q	13.75	Q	10.00	Q	137.50
480	dolo kalorub spr 100ml	Q	25.62	Q	10.00	Q	256.20
173	dolo menalgil ampolla	Q	39.49	Q	10.00	Q	394.90
396	dolo vitaplex	Q	10.00	Q	10.00	Q	100.00
601	dolodent gotas	Q	2.75	Q	10.00	Q	27.50
836	dolodent gotas	Q	2.50	Q	15.00	Q	37.50
448	dolofin tableta	Q	0.55	Q	300.00	Q	165.00
820	dolomenalgil tableta	Q	1.76	Q	200.00	Q	352.00
732	doloneuroback tableta	Q	2.00	Q	100.00	Q	200.00
029	doloneurobion ampolla	Q	35.00	Q	10.00	Q	350.00
530	doloneurobion tableta	Q	2.80	Q	186.00	Q	520.80

685	doloneuromenal tableta	Q	2.15	Q	10.00	Q	21.50
066	doloneurotropas ampollas	Q	13.75	Q	20.00	Q	275.00
351	dolotetravit ampolla	Q	37.00	Q	10.00	Q	370.00
335	dolovitanervo tableta	Q	0.80	Q	200.00	Q	160.00
603	dolovitaplex ampolla	Q	27.00	Q	10.00	Q	270.00
692	dolviplex tableta	Q	0.45	Q	200.00	Q	90.00
449	dominal tableta	Q	0.51	Q	300.00	Q	153.00
413	dorival gel	Q	1.54	Q	200.00	Q	308.00
415	dorival tableta	Q	0.79	Q	500.00	Q	395.00
192	dorixina relax tableta	Q	5.25	Q	50.00	Q	262.50
708	dosamicina jarabe	Q	15.00	Q	50.00	Q	750.00
330	dulcitos suspension	Q	17.50	Q	10.00	Q	175.00
746	duoclamed 250 mg	Q	62.00	Q	10.00	Q	620.00
231	duofilm frasco	Q	55.60	Q	10.00	Q	556.00
474	emulsion de escott sabores	Q	36.75	Q	10.00	Q	367.50
473	emulsion de scott 200ml	Q	24.50	Q	10.00	Q	245.00
006	enalapril tableta 20 mg	Q	0.24	Q	500.00	Q	120.00
695	ensimas digestivas gel	Q	2.00	Q	500.00	Q	1,000.00
132	ensure lata	Q	87.66	Q	10.00	Q	876.60
456	entero guanil adulto	Q	0.21	Q	500.00	Q	105.00
459	entero guanil niño tableta	Q	0.04	Q	2,701.00	Q	108.04
382	enzitrol tableta	Q	0.80	Q	200.00	Q	160.00
184	enzypride sobre 4 tabs	Q	13.26	Q	10.00	Q	132.60
721	equipo de suero	Q	6.00	Q	10.00	Q	60.00
032	eritromicina tableta	Q	1.11	Q	50.00	Q	55.50
742	esencia coronada	Q	4.00	Q	10.00	Q	40.00
055	esomeprazol tableta	Q	2.00	Q	30.00	Q	60.00
158	espasmo canulase tableta	Q	2.74	Q	30.00	Q	82.20
567	espasmo cibalgina tableta	Q	1.50	Q	20.00	Q	30.00
427	espasmofin tableta	Q	0.80	Q	300.00	Q	240.00
844	espaven gotas	Q	35.71	Q	10.00	Q	357.10
704	estomicina sobre	Q	0.40	Q	50.00	Q	20.00
152	eurax locion	Q	49.75	Q	10.00	Q	497.50
064	ex flu gotas	Q	17.50	Q	10.00	Q	175.00
376	ex flu suspension	Q	13.75	Q	10.00	Q	137.50
366	exflu ampollas	Q	13.50	Q	10.00	Q	135.00
565	expectorante compuesto lancascos susp.	Q	27.00	Q	10.00	Q	270.00
460	eyemo II colirio	Q	13.76	Q	200.00	Q	2,751.66
137	fenilbutazona tableta	Q	1.32	Q	50.00	Q	66.00

096	fenitoina suspension	Q	11.00	Q	10.00	Q	110.00
670	fenobarbital tableta	Q	4.50	Q	100.00	Q	450.00
226	fex tableta	Q	9.81	Q	20.00	Q	196.20
220	fixin 100 ml	Q	215.25	Q	10.00	Q	2,152.50
126	flamydol capsulas	Q	6.62	Q	100.00	Q	662.00
684	fledec plus susp-	Q	39.00	Q	10.00	Q	390.00
058	fluconazoles tableta	Q	1.50	Q	50.00	Q	75.00
294	fluidex suspension	Q	13.50	Q	10.00	Q	135.00
750	foly hierro taableta.	Q	2.50	Q	50.00	Q	125.00
717	fungifar liquida	Q	12.00	Q	10.00	Q	120.00
187	furaltamicina sobre	Q	0.61	Q	200.00	Q	122.00
046	furosemida ampolla	Q	1.75	Q	50.00	Q	87.50
012	furosemida tableta	Q	0.10	Q	200.00	Q	20.00
013	furosemida tableta	Q	0.26	Q	300.00	Q	78.00
574	ganol 500	Q	0.30	Q	100.00	Q	30.00
485	gasa tyca	Q	0.50	Q	50.00	Q	25.00
713	gastrimel jarabe	Q	60.00	Q	10.00	Q	600.00
206	gin gin ampolla bebible	Q	87.47	Q	10.00	Q	874.70
205	gin gin tableta	Q	1.98	Q	10.00	Q	19.80
546	gingo biloba	Q	1.50	Q	500.00	Q	750.00
207	girasol pomada	Q	10.78	Q	10.00	Q	107.80
674	glibenclamida tableta	Q	0.20	Q	300.00	Q	60.00
595	glicerina gotas	Q	5.50	Q	10.00	Q	55.00
130	glucosoral	Q	9.00	Q	200.00	Q	1,800.00
350	gripenton d	Q	27.00	Q	20.00	Q	540.00
081	guayacolato de glicerilo suspension	Q	3.80	Q	10.00	Q	38.00
400	hemobex ampolla	Q	13.00	Q	20.00	Q	260.00
034	hidrocortisona crema	Q	8.50	Q	10.00	Q	85.00
095	hidroxilo de aluminio suspension 180ml	Q	7.75	Q	10.00	Q	77.50
344	higavit ampolla	Q	12.00	Q	20.00	Q	240.00
722	hisopos plastico	Q	0.03	Q	500.00	Q	15.00
159	histaprin ampolla	Q	36.02	Q	20.00	Q	720.40
160	histaprin jarabe	Q	55.66	Q	20.00	Q	1,113.20
633	histaprin tableta	Q	2.77	Q	20.00	Q	55.40
596	honfort pomada	Q	8.50	Q	20.00	Q	170.00
542	hongono crema	Q	40.00	Q	20.00	Q	800.00
003	ibuprofeno 600mg tableta	Q	0.25	Q	500.00	Q	125.00
736	ibuprofeno 800	Q	0.50	Q	300.00	Q	150.00

067	ibuprofeno suspension	Q	6.00	Q	20.00	Q	120.00
181	iliadin infantil gotas	Q	45.90	Q	10.00	Q	459.00
180	ilidian adulto gotas	Q	40.58	Q	10.00	Q	405.80
656	inisiso	Q	4.23	Q	300.00	Q	1,269.00
490	inestesticina tableta	Q	0.95	Q	500.00	Q	475.00
711	intrafer f800 tableta	Q	4.35	Q	20.00	Q	87.00
222	intrafer suspension	Q	55.13	Q	20.00	Q	1,102.60
123	irs suspension 120 ml	Q	55.13	Q	20.00	Q	1,102.60
124	irs tableta	Q	2.09	Q	50.00	Q	104.50
538	iruvir tableta	Q	8.00	Q	200.00	Q	1,600.00
359	jabon de pepino	Q	15.00	Q	10.00	Q	150.00
709	jabon protex	Q	5.00	Q	20.00	Q	100.00
035	jalea real + ginseng	Q	16.00	Q	20.00	Q	320.00
406	jeringas 3ml	Q	0.47	Q	300.00	Q	141.00
405	jeringas 5 ml	Q	0.47	Q	300.00	Q	141.00
559	jeringas de 10ml	Q	0.60	Q	20.00	Q	12.00
326	kalmanat	Q	15.00	Q	20.00	Q	300.00
688	kalmanat tableta	Q	1.60	Q	500.00	Q	800.00
346	ketoconazole crema	Q	5.00	Q	10.00	Q	50.00
208	kiddi pharमतon jarabe 100ml	Q	60.52	Q	1.00	Q	60.52
839	kiddi pharमतon jarabe 200ml	Q	91.06	Q	20.00	Q	1,821.20
122	kisat tableta	Q	2.47	Q	50.00	Q	123.50
404	kolit tableta	Q	1.20	Q	300.00	Q	360.00
828	kotex teen	Q	8.60	Q	10.00	Q	86.00
829	kotex up nor	Q	8.50	Q	20.00	Q	170.00
741	kramp nf	Q	35.00	Q	20.00	Q	700.00
339	kromic ferrum bebible	Q	74.00	Q	20.00	Q	1,480.00
150	krup e gotas	Q	51.45	Q	20.00	Q	1,029.00
306	kruru kups	Q	36.00	Q	20.00	Q	720.00
853	labello	Q	16.75	Q	20.00	Q	335.00
517	laborgaformina tableta	Q	3.00	Q	200.00	Q	600.00
528	laborgamox plus capsulas	Q	4.55	Q	300.00	Q	1,365.00
529	laborgamox plus suspension	Q	65.36	Q	20.00	Q	1,307.20
808	laborgavenal tableta	Q	2.67	Q	100.00	Q	267.00
211	lacteol forte sobre	Q	13.96	Q	20.00	Q	279.20
044	lanzoprazol tableta	Q	0.50	Q	200.00	Q	100.00
161	laprimox jarabe 60 ml	Q	72.52	Q	20.00	Q	1,450.40
641	laverina laveran	Q	27.00	Q	10.00	Q	270.00
336	laxol jarabe	Q	10.00	Q	10.00	Q	100.00
503	lecha nan 2	Q	58.00	Q	10.00	Q	580.00

444	leche magnesia philips bote 60ml	Q	8.00	Q	20.00	Q	160.00
467	levadura de cerveza	Q	0.08	Q	100.00	Q	8.00
056	levofloxacina tableta	Q	4.10	Q	50.00	Q	205.00
609	lidocaina ampolla	Q	7.50	Q	100.00	Q	750.00
438	linaza molida capusla	Q	31.00	Q	20.00	Q	620.00
437	linaza molida tarro polvo	Q	18.25	Q	10.00	Q	182.50
510	listerine antisarro y anticaries	Q	21.50	Q	10.00	Q	215.00
511	listerines citricos	Q	18.75	Q	10.00	Q	187.50
291	lofenak gotas	Q	8.00	Q	10.00	Q	80.00
399	lofenak suspension	Q	11.00	Q	10.00	Q	110.00
653	lofenak tableta	Q	1.00	Q	100.00	Q	100.00
618	lombri niños sobres	Q	0.75	Q	100.00	Q	75.00
407	loperamida tableta	Q	0.12	Q	100.00	Q	12.00
378	loratadina suspension	Q	9.25	Q	10.00	Q	92.50
469	magnesia de salud de therfan sobre	Q	0.73	Q	100.00	Q	73.00
643	mamonos de ciclon transparentes	Q	9.69	Q	10.00	Q	96.90
309	manpos	Q	30.00	Q	10.00	Q	300.00
369	mebendazole suspension	Q	5.25	Q	20.00	Q	105.00
532	mebendazole tableta	Q	0.60	Q	100.00	Q	60.00
153	mebocaina	Q	1.14	Q	10.00	Q	11.40
177	medox abc suspension 120ml	Q	45.57	Q	10.00	Q	455.70
418	mejoral tableta	Q	0.25	Q	500.00	Q	125.00
023	meloxicam 15 mg tableta	Q	0.12	Q	500.00	Q	60.00
549	meloxicam tableta	Q	0.75	Q	100.00	Q	75.00
843	menalgil ampolla	Q	52.18	Q	20.00	Q	1,043.60
619	menalgil b6 tableta	Q	2.50	Q	50.00	Q	125.00
536	mentol davis	Q	4.00	Q	10.00	Q	40.00
755	mentolito davis	Q	2.25	Q	20.00	Q	45.00
214	meprogescico tableta	Q	3.68	Q	20.00	Q	73.60
349	mesigest ampolla	Q	20.00	Q	20.00	Q	400.00
521	metamucil polvo	Q	41.40	Q	20.00	Q	828.00
024	metformina tableta 850mg	Q	0.45	Q	500.00	Q	225.00
638	methergin tableta	Q	2.59	Q	10.00	Q	25.90
216	meticoten tableta	Q	5.21	Q	50.00	Q	260.50
364	metocarbamol tableta	Q	0.50	Q	100.00	Q	50.00
191	metocarbamol ac tableta	Q	2.29	Q	50.00	Q	114.50
307	metricon ovulos	Q	22.50	Q	20.00	Q	450.00

651	metronidazole tableta	Q	1.00	Q	100.00	Q	100.00
129	micropore color piel 1"	Q	8.32	Q	20.00	Q	166.40
317	migradolisina	Q	0.95	Q	200.00	Q	190.00
193	migrodorixina tableta	Q	3.71	Q	100.00	Q	371.00
345	mineravit suspension	Q	35.00	Q	10.00	Q	350.00
552	miofranz (acetaminofen+metocarbamol)	Q	2.50	Q	500.00	Q	1,250.00
104	mucosolvan compuesto suspension	Q	91.09	Q	20.00	Q	1,821.80
105	mucosolvan simple suspension	Q	60.66	Q	20.00	Q	1,213.20
397	multiplex prenatal	Q	0.80	Q	100.00	Q	80.00
314	nafazolina colirio	Q	13.75	Q	10.00	Q	137.50
389	nasolin gotas	Q	13.75	Q	20.00	Q	275.00
693	nauseol ampolla	Q	12.25	Q	20.00	Q	245.00
533	nauseol tableta	Q	1.01	Q	500.00	Q	505.00
368	neobol spra	Q	43.00	Q	20.00	Q	860.00
323	neogripina ampolla	Q	3.50	Q	20.00	Q	70.00
724	neomelubrina gotas	Q	32.00	Q	20.00	Q	640.00
235	neomelubrina jarabe	Q	41.91	Q	10.00	Q	419.10
424	neomelubrina tableta	Q	0.57	Q	1,000.00	Q	570.00
372	neomicina + clostebol crema	Q	1.90	Q	20.00	Q	38.00
487	nerviosina sobre	Q	0.29	Q	500.00	Q	145.00
629	nervesa tableta	Q	0.75	Q	5.00	Q	3.75
296	nervifen cap	Q	0.41	Q	300.00	Q	123.00
228	nervipaz cap.	Q	53.87	Q	20.00	Q	1,077.40
491	nervotiamina tableta	Q	0.99	Q	500.00	Q	495.00
394	neumogflu suspension	Q	17.50	Q	10.00	Q	175.00
162	neumonil ampolla	Q	7.29	Q	10.00	Q	72.90
817	neumonil g tableta	Q	0.83	Q	200.00	Q	166.00
822	neumonil tableta	Q	2.63	Q	200.00	Q	526.00
100	neurobion ampolla	Q	59.88	Q	10.00	Q	598.80
856	neurobion tableta	Q	3.50	Q	100.00	Q	350.00
115	neurofortan ampolla	Q	39.83	Q	10.00	Q	398.30
801	neurofortan jarabe	Q	41.43	Q	10.00	Q	414.30
101	neurofortan tableta	Q	0.66	Q	20.00	Q	13.20
049	neurotropas 25,000	Q	7.50	Q	20.00	Q	150.00
075	neurotropas 25,000	Q	11.00	Q	20.00	Q	220.00
069	neurotropas de 10,000	Q	7.75	Q	20.00	Q	155.00
076	nistatina gotas suspension	Q	10.25	Q	20.00	Q	205.00
607	nivea pequeña	Q	4.50	Q	2.00	Q	9.00

234	nodik tableta 500mg	Q	84.53	Q	20.00	Q	1,690.60
005	norfloxacin tableta	Q	0.45	Q	500.00	Q	225.00
696	nutricerebral con hierro jarabe	Q	46.23	Q	20.00	Q	924.60
731	nutricerebral forte con hierro tableta	Q	2.02	Q	200.00	Q	404.00
316	ojo de aguil colirio	Q	9.00	Q	20.00	Q	180.00
043	omeprazol tableta	Q	0.38	Q	300.00	Q	114.00
715	ongus	Q	12.00	Q	20.00	Q	240.00
805	onix tableta	Q	10.00	Q	50.00	Q	500.00
324	otik gotas	Q	11.25	Q	20.00	Q	225.00
099	ovol gotas	Q	58.58	Q	20.00	Q	1,171.60
680	oxido de zinc polvo	Q	1.50	Q	20.00	Q	30.00
109	oxy 10 crema	Q	26.71	Q	20.00	Q	534.20
110	oxy 5 crema	Q	24.58	Q	20.00	Q	491.60
572	pachas pequeñas	Q	11.44	Q	20.00	Q	228.80
576	pacifen tableta	Q	1.50	Q	100.00	Q	150.00
555	paletas dulces	Q	0.25	Q	20.00	Q	5.00
148	paludol ampolla	Q	14.69	Q	20.00	Q	293.80
492	panadol alergias sinus	Q	1.34	Q	300.00	Q	402.00
420	panadol antigripal	Q	0.66	Q	500.00	Q	330.00
416	panadol extra fuerte	Q	0.68	Q	500.00	Q	340.00
429	panadol mujer	Q	1.07	Q	100.00	Q	107.00
498	panadol multisintomas no sueño	Q	0.82	Q	200.00	Q	164.00
497	panadol multisintomas tableta sobre ro	Q	1.50	Q	200.00	Q	300.00
428	panadol ultra tableta	Q	0.79	Q	200.00	Q	158.00
430	panadolito	Q	0.37	Q	500.00	Q	185.00
121	panclasa tableta	Q	2.68	Q	100.00	Q	268.00
016	pantaprozol tableta	Q	1.04	Q	100.00	Q	104.00
830	papel higienico	Q	13.45	Q	20.00	Q	269.00
807	papel higienico *4	Q	15.25	Q	20.00	Q	305.00
239	parche leon	Q	15.69	Q	20.00	Q	313.80
687	pasiflora tableta	Q	2.00	Q	20.00	Q	40.00
850	pasta lassar tarro por 250mg	Q	30.00	Q	20.00	Q	600.00
496	pastilla de cuajo marshal	Q	0.82	Q	300.00	Q	246.00
703	pañales sueltos	Q	1.50	Q	200.00	Q	300.00
131	pedyalite	Q	17.25	Q	20.00	Q	345.00
384	penetracyna 3 crema	Q	26.75	Q	20.00	Q	535.00
059	penicilina benzatinica ampolla 2.4 megas	Q	15.50	Q	20.00	Q	310.00

305	penicilina procaina	Q	9.80	Q	20.00	Q	196.00
439	pepto bismol 118 ml	Q	17.00	Q	20.00	Q	340.00
440	pepto bismol 236ml	Q	29.00	Q	20.00	Q	580.00
201	perla tabletas	Q	19.95	Q	20.00	Q	399.00
519	perlas de ether	Q	0.33	Q	300.00	Q	99.00
523	pildoras de witt's	Q	0.40	Q	300.00	Q	120.00
102	piogil burbujitas	Q	4.33	Q	100.00	Q	433.00
583	piroxican gel conamep	Q	1.00	Q	50.00	Q	50.00
028	piroxocan ampolla	Q	1.50	Q	150.00	Q	225.00
854	pomada dermoxido	Q	6.67	Q	20.00	Q	133.40
356	pomada lassar 2 onzas	Q	12.50	Q	20.00	Q	250.00
155	pomada santa maria	Q	6.13	Q	20.00	Q	122.60
556	pomada sulfatiazol	Q	3.50	Q	20.00	Q	70.00
202	postavit tableta	Q	20.97	Q	20.00	Q	419.40
716	pre luz tableta	Q	1.60	Q	200.00	Q	320.00
020	prednisolona tableta	Q	0.35	Q	300.00	Q	105.00
097	prednisona tableta	Q	0.30	Q	300.00	Q	90.00
085	pregestin depot ampolla	Q	23.50	Q	10.00	Q	235.00
086	pregestion 100 ampolla	Q	18.00	Q	20.00	Q	360.00
672	principal forte jarabe	Q	97.20	Q	20.00	Q	1,944.00
678	probanova ampolla	Q	41.00	Q	20.00	Q	820.00
010	propanolol tableta	Q	0.24	Q	300.00	Q	72.00
370	propinoxato gotas	Q	14.50	Q	20.00	Q	290.00
319	prostacan tableta	Q	146.00	Q	20.00	Q	2,920.00
649	prostacan tableta	Q	3.00	Q	200.00	Q	600.00
304	pruebas de embarazo	Q	10.00	Q	50.00	Q	500.00
604	pulmitrin gel	Q	0.30	Q	1,000.00	Q	300.00
640	rabano yodado lancasco	Q	25.00	Q	20.00	Q	500.00
719	ranitidina ampolla	Q	8.00	Q	20.00	Q	160.00
625	ranitidina gel	Q	1.50	Q	300.00	Q	450.00
042	ranitidina tableta 300mg	Q	0.35	Q	100.00	Q	35.00
802	rayo	Q	2.08	Q	20.00	Q	41.60
623	relax plus capsula	Q	1.50	Q	50.00	Q	75.00
248	resfriol dxt	Q	23.00	Q	20.00	Q	460.00
347	resfriol tableta	Q	1.19	Q	50.00	Q	59.50
810	respiral compuesto fco.	Q	65.00	Q	20.00	Q	1,300.00
377	retinol + neomicina crema	Q	10.75	Q	20.00	Q	215.00
561	reumafin pomada	Q	6.00	Q	20.00	Q	120.00
383	reumentan tableta	Q	0.64	Q	300.00	Q	192.00
811	riboten d ampolla	Q	47.00	Q	20.00	Q	940.00

803	riboten dx ampolla	Q	40.00	Q	50.00	Q	2,000.00
163	rinofof antitusivo suspension	Q	57.40	Q	20.00	Q	1,148.00
357	riño vital tableta	Q	0.80	Q	150.00	Q	120.00
354	rocefort ampolla	Q	24.00	Q	50.00	Q	1,200.00
217	rowatinex perla	Q	4.81	Q	20.00	Q	96.20
849	saba economica con alas paq. de 10	Q	5.15	Q	50.00	Q	257.50
432	sal andrews	Q	0.69	Q	1,000.00	Q	690.00
728	sal andrews triple accion	Q	0.75	Q	100.00	Q	75.00
729	sal de uvas	Q	1.01	Q	150.00	Q	151.50
579	sal inglesa bolsita	Q	0.10	Q	500.00	Q	50.00
073	salbutamol suspension	Q	4.25	Q	20.00	Q	85.00
318	sanirenal tableta	Q	0.58	Q	100.00	Q	58.00
475	santamicina sobres	Q	0.39	Q	500.00	Q	195.00
151	sargenor ampolla	Q	156.44	Q	20.00	Q	3,128.80
053	secnidazol suspension	Q	16.00	Q	20.00	Q	320.00
050	secnidazol tableta	Q	4.50	Q	20.00	Q	90.00
071	secnidazole suspension selecpharma	Q	16.00	Q	20.00	Q	320.00
340	selectovit	Q	14.25	Q	20.00	Q	285.00
164	serafon ampolla	Q	11.43	Q	20.00	Q	228.60
196	sertal compuesto ampolla	Q	37.59	Q	20.00	Q	751.80
568	sertal compuesto tableta	Q	1.80	Q	500.00	Q	900.00
581	siete espiritus	Q	0.34	Q	4,363.50	Q	1,483.59
471	siete mares perlas	Q	0.24	Q	100.00	Q	24.00
516	sildenafil 100mg tableta	Q	15.00	Q	100.00	Q	1,500.00
078	simeticona gotas	Q	17.00	Q	20.00	Q	340.00
671	similac advance 1 con eye q	Q	95.39	Q	20.00	Q	1,907.80
135	sintaverin tableta	Q	2.67	Q	50.00	Q	133.50
082	solucion salina normal selec.	Q	16.00	Q	20.00	Q	320.00
614	sosiego tableta	Q	1.50	Q	20.00	Q	30.00
735	spasmodel compuesto tableta	Q	4.50	Q	20.00	Q	90.00
209	ssn gotas	Q	21.35	Q	10.00	Q	213.50
171	sucrol ampolla	Q	32.20	Q	10.00	Q	322.00
585	sucrol jarabe	Q	32.00	Q	10.00	Q	320.00
594	sucrol mujer tab.	Q	1.41	Q	50.00	Q	70.50
720	sucrol tableta	Q	0.41	Q	150.00	Q	61.50
167	sucrol vigor * 60	Q	76.58	Q	10.00	Q	765.80
166	sucrol vigor mujer * 60	Q	75.36	Q	20.00	Q	1,507.20
423	suero oral ancalmo	Q	0.82	Q	150.00	Q	123.00

598	sulfatiazol polvo	Q	0.65	Q	150.00	Q	97.50
739	sulfatiazol tableta	Q	0.13	Q	1,045.00	Q	135.85
580	sulfato de soda bolsita	Q	0.75	Q	20.00	Q	15.00
002	sulfato ferroso tableta	Q	0.13	Q	260.00	Q	33.80
421	supertiamina 300	Q	0.36	Q	200.00	Q	72.00
141	supervim suspension	Q	10.79	Q	10.00	Q	107.90
385	supositorio febril	Q	2.67	Q	20.00	Q	53.40
727	supositorios de temprá	Q	4.00	Q	25.00	Q	100.00
409	tabcin accion nocturna	Q	0.78	Q	300.00	Q	234.00
411	tabcin celeste	Q	0.71	Q	500.00	Q	355.00
410	tabcin extra fuerte	Q	0.77	Q	300.00	Q	231.00
435	tabcin gripe y tos	Q	0.78	Q	1,580.00	Q	1,232.40
408	tabcin niños	Q	0.61	Q	500.00	Q	305.00
139	terramicina gel	Q	25.00	Q	20.00	Q	500.00
422	tetraciclina capsula	Q	0.27	Q	1,000.00	Q	270.00
445	tiamina 500	Q	0.27	Q	300.00	Q	81.00
699	timpanol fco.	Q	45.00	Q	20.00	Q	900.00
048	tinidazol tableta	Q	0.27	Q	100.00	Q	27.00
681	tintura de alhuzema fraco 60ml	Q	4.50	Q	10.00	Q	45.00
831	toallitas humedas rojas	Q	29.76	Q	10.00	Q	297.60
832	toallitas humedas verdes	Q	18.60	Q	20.00	Q	372.00
740	toallitas humetas verdes	Q	19.00	Q	10.00	Q	190.00
531	tonicon b12	Q	18.00	Q	20.00	Q	360.00
138	topasel ampolla	Q	66.02	Q	10.00	Q	660.20
045	tramadol ampolla	Q	5.00	Q	20.00	Q	100.00
564	tribedoce ampolla	Q	10.00	Q	10.00	Q	100.00
218	:rifamox suspension	Q	192.36	Q	10.00	Q	1,923.60
343	trimetose	Q	16.50	Q	10.00	Q	165.00
627	trimetropin sulfa tableta	Q	1.00	Q	300.00	Q	300.00
371	trimetropin suspension	Q	6.50	Q	10.00	Q	65.00
310	triple colorio	Q	18.00	Q	10.00	Q	180.00
040	triple crema 30gramos	Q	9.00	Q	20.00	Q	180.00
083	triple pomada 13 gramos	Q	5.00	Q	20.00	Q	100.00
199	tylenol suspension	Q	40.74	Q	20.00	Q	814.80
387	tylofen suspension	Q	15.75	Q	20.00	Q	315.00
589	unal ampolla	Q	28.00	Q	20.00	Q	560.00
442	unguento leon	Q	9.11	Q	20.00	Q	182.20
321	unicilin infantil	Q	11.00	Q	20.00	Q	220.00
238	unicilina 4 millones	Q	25.73	Q	20.00	Q	514.60
655	unipec jarabe	Q	29.00	Q	20.00	Q	580.00

**GUÍA DE ENTREVISTA PARA EL ÁREA DE MERCADO DEL PROYECTO PED
"FOCUS GROUP"**

1. ¿Usted ha comprado alguna vez un medicamento?

2. ¿Dónde compra este producto o servicio?

3. ¿En dónde más puede adquirir este producto?

4. ¿Por qué compra de en ese lugar?

5. ¿Cuán a menudo compra Ud.?

6. ¿Qué precio paga?

7. ¿Qué piensa Ud. sobre la calidad de su compra?

8. ¿Qué piensa sobre el precio?

9. ¿Se le ocurre alguna forma de mejorar el producto (servicio, más variedad, mejores marcas, mejores precios)?

10. ¿Sabe si alguien más está planeando ofrecer este producto?

11. ¿Existe algún otro producto o productos que le gustaría que le vendieran en este establecimiento?