

UNIVERSIDAD PANAMERICANA
Facultad de Ciencias Económicas
Licenciatura en Administración de Empresas



Mejora de servicios para un crecimiento vertical en Farmacia San Rafael

(Práctica Empresarial Dirigida –PED–)

Martha Eva Monterrosa Recinos

Retalhuleu, junio 2015

Mejora de servicios para un crecimiento vertical en Farmacia San Rafael

(Práctica Empresaria Dirigida –PED–)

Martha Eva Monterrosa Recinos

Ing. M. Sc. Guillermo Estuardo Monterrosa Recinos, (Asesor)

Licda. Lisbeth Xiomara Cifuentes Santizo, (Revisora)

Retalhuleu, junio 2015

Autoridades de la Universidad Panamericana

M. Th. Mynor Augusto Herrera Lemus

Rector

Dra. Alba Aracely Rodríguez de González

Vicerrectora Académica

M. A. César Augusto Custodio Cobar

Vicerrector Administrativo

EMBA. Adolfo Noguera Bosque

Secretario General

Autoridades de la Facultad de Ciencias Económicas

M. A. César Augusto Custodio Cobar

Decano

M.A. Ronaldo Antonio Girón

Vice Decano

M. Sc. Clara Walesska Zunún Coyoy

Coordinadora

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

Lic. Juan Francisco Lara Samayoa

Examinador

Lic. Uri Cruz Díaz

Examinador

Lic. Laureano Orozco Gordillo

Examinador

Ing. M. Sc. Guillermo Estuardo Monterrosa Recinos

Asesor

Licda. Lisbeth Xiomara Cifuentes Santizo

Revisora



**UNIVERSIDAD
PANAMERICANA**
"Sabiduría ante todo, adquiere sabiduría"

REF.:C.C.E.E.0062-2015

**LA DECANATURA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
GUATEMALA, 17 DE ABRIL DEL 2015
SEDE SAN FELIPE RETALHULEU**

De acuerdo al dictamen rendido por el M.Sc. Guillermo Estuardo Monterrosa Recinos, tutor y Licenciada Lisbeth Xiomara Cifuentes Santizo Revisora de la Práctica Empresarial Dirigida, proyecto -PED- titulada, "Mejora de servicios para un crecimiento vertical en Farmacia San Rafael", Presentado por él (la) estudiante Martha Eva Monterrosa Recinos, y la aprobación del Examen Técnico Profesional, según consta en el Acta No.1140 de fecha 24 de Enero 2015; **AUTORIZA LA IMPRESIÓN**, previo a conferirle el título de Administradora de Empresas, en el grado académico de Licenciada.



M.A. César Augusto Custodio Cobar
Decano de la Facultad de Ciencias Económicas.

Guatemala, 28 de febrero de 2014

Señores
Facultad de Ciencias Económicas
Carrera Licenciatura en Administración de Empresas
Universidad Panamericana
Guatemala, Guatemala.

Estimados Señores:

En relación a la tutoría de la Práctica Empresarial Dirigida –PED- del tema **“Mejora de servicios para un crecimiento vertical en Farmacia San Rafael”**, realizada por **Martha Eva Monterrosa Recinos**, estudiante de la **Licenciatura en Administración de Empresas**, 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 cinco (85) de 100 puntos.

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



Ing. MSc. Guillermo Estuardo Monterrosa Recinos
Colegiado 2008
Tutor

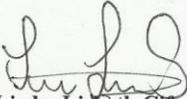
Guatemala, 31 de octubre de 2014.

Señores
Facultad de Ciencias Económicas
Universidad Panamericana
Ciudad.

Estimados señores:

En virtud de la revisión de la Práctica Empresarial Dirigida –PED- con el tema **“Mejora de servicios para un crecimiento vertical en Farmacia San Rafael.”** Presentado por la estudiante: Martha Eva Monterrosa Recinos, previo a optar al grado académico de **“Administrador de Empresas”** cumple con los requisitos técnicos y de contenido establecidos por la Universidad Panamericana, se extiende el presente dictamen favorable para que continúe con el proceso correspondiente.

Atentamente,


Licda. Lisbeth Cifuentes
Revisora



UNIVERSIDAD
PANAMERICANA

"Sabiduría ante todo, adquiere sabiduría"

REGISTRO Y CONTROL ACADÉMICO

REF.: UPANA: RYCA: 834.2015

El infrascrito Secretario General EMBA, Adolfo Noguera Bosque y la Directora de Registro y Control Académico M.Sc. Vicky Sicajol, hacen constar que la estudiante **Monterrosa Recinos Martha Eva** con número de carné 0806551 aprobó con **82 puntos** el Examen Técnico Profesional, de la Licenciatura en Administración de Empresas, en la Facultad de Ciencias Económicas, el día veinticuatro de enero del año dos mil quince.

Para los usos que la interesada estime convenientes se extiende la presente en hoja membretada a los diecinueve días del mes de mayo del año dos mil quince.

Atentamente,

M.Sc. Vicky Sicajol
Directora



Registro y Control Académico



Vo.Bo. EMBA, Adolfo Noguera Bosque
Secretaría General

Dedicatoria

Ahora que empiezo a realizar mi dedicatoria me vienen a la mente aquellos momentos que viví desde el inicio hasta la culminación de mi carrera; en donde participaron un sinnúmero de personas que significaron mucho para mí ya que fueron pilares fundamentales en este largo caminar, así que ahora empiezo:

A Dios:

Por haberme permitido llegar hasta este momento y así mismo brindarme salud, sabiduría y paciencia para lograr mis objetivos y no quedarme en el intento, además de su infinita bondad y amor.

A mis padres Olga Alicia y Francisco Rafael:

Por haberme apoyado en todo momento, por sus consejos, sus valores, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien, por los ejemplos de perseverancia y constancia que los caracteriza y que me han infundado siempre para salir adelante; pero sobre todo por su inmenso amor.

A mi esposo (Edgar Alejandro):

Todo este tiempo me has brindado tu paciencia, comprensión y apoyo para poder alcanzar mi meta, gracias por estar siempre a mi lado y no dejarme rendir cuando creía que ya no podía continuar. Te amo.

A mis hijos (Alejandra y Javier Alejandro):

Por ser el motor de mi vida y por eso mismo poderles demostrar que todo se puede lograr en la vida siempre que se esté dispuesto a ser mejor, no hay límite ni tiempo. Los amo...

A mis hermanos:

Siempre me han brindado su apoyo, han sido un ejemplo para mí, gracias por estar ahí siempre que los necesito.

A mis catedráticos:

Que en este andar de la vida universitaria influyeron en mi persona con sus conocimientos, experiencias y profesionalismo, para formarme como una persona de bien, preparada para enfrentar los retos de la vida profesional, mil gracias a cada uno y todo mi cariño.

A mis amigos Poncho y Willy:

Por su apoyo y consejos ya que fueron de suma importancia en la elaboración de esta tesis, todo mi agradecimiento y amistad para ustedes.

A mis compañeros:

Que nos apoyamos mutuamente en nuestra formación profesional y que hasta ahora, seguimos siendo amigos: Olgui, Mishel, Ceci, Gloria, Omar, Angel, Héctor, Heidy, Dorian. Les deseo mucha suerte y éxitos.

Tabla de contenido

Resumen	i
Introducción	ii
Capítulo 1	1
1.1 Antecedentes	1
1.2 Marco teórico	2
Capítulo 2	5
2.1 Planteamiento del problema	5
2.2 Objetivos de la práctica realizada	5
2.2.1 Objetivo general	5
2.2.2 Objetivos específicos	5
2.3 Alcances y límites de la práctica	5
2.4 Organigrama	6
2.5 Puestos, funciones y salarios	7
Capítulo 3	11
3.1 Metodología aplicada en la práctica	11
3.1.1 Sujetos	11
3.1.2 Instrumentos	11
3.1.3 Procedimiento	11
3.1.3.4 Presentación de resultados	11
Capítulo 4	14

4.1	Análisis e interpretación de resultados	14
Capítulo 5		19
5.1	Propuestas	19
5.2	Análisis de mercado	19
5.3	Análisis de costos	20
5.4	Viabilidad Financiera	22
5.5	Punto de equilibrio	25
5.6	Retorno de Inversión	25
5.7	Balance general	26
5.8	Estado de Resultados	28
5.9	Balance de Cierre	29
Conclusiones		30
Referencias bibliográficas		31

Resumen

Farmacia San Rafael es una empresa que se dedica a la venta de medicina ética, genérica y popular, teniendo como políticas ofrecer productos de calidad que beneficien la salud y bolsillo del consumidor brindando un servicio personalizado con experiencia. Debido a la competencia que existe en el municipio de San Felipe se tiene como propuesta ampliar los servicios que ya se prestan, para que el cliente quede satisfecho en todo sentido. Esto se logrará con la implementación de nuevos servicios como la aplicación de inyecciones y sueros, toma de presión y pruebas de glucosa; ya que por medio de ello se pretende mejorar la rentabilidad y competitividad de la empresa.

Esta empresa toma con seriedad la salud de las personas que los visitan, porque quiere en su momento adquirir un prestigio que permita ganar la confiabilidad de los clientes por medio de la excelencia y así lograr el liderazgo en su área.

Para implementar estos servicios se basó en los conocimientos básicos administrativos y mercadológicos, siempre con la visión de aprovechar las oportunidades comerciales para el crecimiento de la misma; involucrando conocimientos y métodos específicos. Se determinó la viabilidad de estos servicios por medio de un análisis financiero que permite prever la rentabilidad de la empresa ya como resultado.

Introducción

La presente investigación consiste evaluar la factibilidad de implementar nuevos servicios en Farmacia San Rafael, ubicada en el municipio de San Felipe, departamento de Retalhuleu; como lo es pruebas de glucosa, toma de presión y aplicación de sueros e inyecciones en las instalaciones de la misma. Estos nuevos servicios ayudarán a que el cliente no se vea en la necesidad de buscar a personas particulares que realicen este trabajo, sino el personal profesionalizado se los brindará de forma gratuita. Adicionar estos servicios es un brindar al público comodidad y satisfacción.

Para ello se desarrolló un marco teórico que sirvió como base para iniciar el proceso. De acuerdo a las necesidades de la población se establecieron los objetivos para poder solucionar el problema. Se realizó un análisis estadístico por medio de una encuesta, la cual permite tener una visión más específica sobre la problemática y con ello se determinó la propuesta analizando el mercado en el cual se incluyen estrategias de producto, precio, plaza, promoción, personal, proceso y presentación, y un análisis Porter que ayuda a determinar el entorno donde se encuentra ubicada la misma. Mediante un proceso financiero e indicadores contables se determinó cuan positivo es la aplicación de estos servicios. Todas estas herramientas utilizadas tendrán como fin facilitar el desarrollo del crecimiento en servicios y aprovechar todas la ventajas que esto conlleva.

Capítulo 1

1.1 Antecedentes

La aplicación de remedios para sanar o para aliviar el sufrimiento, es tan antiguo como la humanidad; por eso es muy difícil determinar cuándo comienza la práctica farmacéutica. Un siglo atrás eran las boticas las que gozaban de popularidad y prestigio en Guatemala. Algunas veces el boticario era más consultado que el médico, no sólo por razones económicas, sino porque se hacía más fácil y directa la consulta; en el mostrador de la farmacia, al boticario se le describía el padecimiento, le enseñaba, por ejemplo, las amígdalas y allí, frente a las demás personas, diagnosticaba y brindaba la medicina adecuada, preparada por él mismo. El boticario era aquel que ayudaba a los vecinos del barrio con ungüentos, pomadas y remedios mezclados con esmero, para preparar estos secretos de salud el boticario era sometido a un examen previo donde le solicitaban realizar compuestos y recetas, evaluado por una terna formada por licenciados químicos que determinaban si la persona estaba apta y capacitada para atender una botica.

En la actualidad no es así, ahora sólo se debe contar con el capital necesario para establecer la empresa aunque no se tenga la experiencia o la información adecuada y también es necesario mencionar que no se preparan remedios en las farmacias sólo se venden productos terminados, el avance de la ciencia ha hecho que en la mayoría de farmacias despachen medicamentos a base de recetas médicas y dejen los compuestos por falta de conocimiento. El boticario de ayer es el químico farmacéutico de hoy; la diferencia es que antes estaban en su botica brindando un servicio de forma personal a sus clientes; ahora dirigen a distancia.

El servicio de farmacia se ha reducido a la venta de productos terminados, en Farmacia San Rafael todavía se cuenta un servicio personalizado con experiencia que puede brindar asesoría al paciente o atender cualquier consulta que se requiera, ofrecer productos genéricos, éticos y populares de calidad que garantizan un resultado positivo en el paciente. En la actualidad existe un sinnúmero de productos no autorizados para el consumo, el cual es difícil identificar las

características para definir si es original o no, a precios bajos y los venden en farmacias como productos originales y ponen en riesgo la salud y el bolsillo del consumidor.

1.2 Marco teórico

- **Enfermeras (os):** En general trabajan en hospitales y clínicas, farmacias, en un ambiente cómodo y bien iluminado. Aunque la mayoría de las tareas no son difíciles, sí necesitan vigor físico para realizar sus tareas. Además, necesitan estabilidad emocional para convivir con el sufrimiento humano y emergencias frecuentes, puesto que trabajan como parte de un equipo muy estrecho, tienen que trabajar bien con otras personas en un ambiente cooperativo. Entre algunas actividades que realizan son: Inyectar y colocar sueros.
- **Inyección:** Es la introducción de medicamento o productos biológicos al sitio de acción mediante la punción a presión en diferentes tejidos corporales mediante una jeringa y una aguja hipodérmica o de inyección.
- **Jeringas y agujas:** Las jeringas son en la actualidad de plástico, vienen envasadas en una bolsa de silicón hermética, son estériles y se utilizan una sola vez, a fin de evitar riesgos de infecciones entre varios pacientes. Las agujas tienen un tubo de metal y un adaptador de plástico. Mediante este adaptador se fija la aguja al extremo inferior de la jeringa. Al igual que las jeringas, las agujas también se suministran envasadas de forma individual y estériles, se utilizan una sola vez para evitar infecciones. Las agujas se fabrican en diversos tamaños, los cuales se utilizan según la forma de inyección.
- **Sueros:** El suero fisiológico es una disolución acuosa de sustancias compatibles con los organismos vivos. Está compuesto de agua, electrolitos y a veces, distintas sustancias, como por ejemplo la glucosa, fuente de carbono y energía para el organismo.
- **Examen de Glucosa:** Es un examen que mide la cantidad de un azúcar llamado glucosa, en una muestra de sangre.
- **Tomar la presión arterial:** la única manera de saber si la presión arterial está alta, es midiéndola de forma regular, varias veces al día y durante varios meses. Es usual que se llene de aire un brazalete, que aprieta la arteria de la parte superior del brazo, de modo

que al dejar escapar el aire del brazalete, un indicador (instrumento para medir) registra la medida de la presión arterial. En la mayoría de los aparatos para uso casero, los indicadores son pantallas digitales (electrónicas).

- **Tomar la temperatura:** Se puede colocar el termómetro en la boca, el recto o la axila. La temperatura corporal normal de los seres humanos varía entre los 36'5-37'5°C. En aquellos casos que la temperatura se sitúa fuera de esos parámetros, en general se habla de:

Hipotermia: cuando la temperatura corporal es inferior a los 36°

Febrícula: Cuando la temperatura es de 37.1-37.9°

Hipertermia o fiebre: Cuando la temperatura es igual o superior a 38°.

Antes de tomar la temperatura al enfermo comprobar que la columna del mercurio esté por debajo de la señal que indica la cifra "normal" de 37°C. Asimismo, se recomienda limpiar el bulbo del termómetro con un algodón o gasa empapado en alcohol, para desinfectarlo y evitar gérmenes o bacterias. Si se desea puede lavarse bajo el grifo pero nunca con agua caliente, porque el mercurio puede dilatarse demasiado y romper el bulbo.

- **Diferencia entre crecimiento y desarrollo:** La regla de oro es adjudicar al desarrollo una base cualitativa y al crecimiento una base cuantitativa. El desarrollo trata sobre cambios en la inversión, ingresos, ahorro y estatus económico, mientras que crecimiento se refiere al aumento de la producción real. Dentro de una empresa, el desarrollo hace más referencia al aprendizaje y a la capacidad laboral de la empresa y de sus empleados. Todo esto se concreta a través de campañas que mejoren las condiciones laborales, sociales y medioambientales. El crecimiento dentro de una empresa apunta directamente a lo que es el negocio, por ejemplo el aumento de los beneficios, significa crecimiento de una empresa.
- **Conceptos y estrategias de Marketing:** Las estrategias de marketing, también conocidas como estrategias de mercadotecnia, estrategias de mercadeo o estrategias comerciales, consisten en acciones que se llevan a cabo para alcanzar determinados objetivos relacionados con el marketing, tales como dar a conocer un nuevo producto, aumentar las ventas o lograr una mayor participación en el mercado. Para formular o

diseñar estrategias de marketing, además de tomar en cuenta nuestros objetivos, recursos y capacidad, debemos previamente analizar nuestro público objetivo, de tal manera que en base a dicho análisis podamos, por ejemplo, diseñar estrategias que nos permitan satisfacer sus necesidades o deseos, o que tomen en cuenta sus hábitos o costumbres. Para una mejor gestión de las estrategias de marketing, éstas se suelen dividir o clasificar en estrategias destinadas a 4 aspectos o elementos de un negocio: estrategias para el producto, estrategias para el precio, estrategias para la plaza (o distribución), y estrategias para la promoción (o comunicación).

- Estrategias para el producto: Adicionarle al producto servicios complementarios; por ejemplo, la entrega del producto a domicilio, la instalación del producto, el servicio técnico o de mantenimiento, garantías, políticas de devoluciones.
- Estrategias para el precio: El precio es el valor monetario que le asigna al producto al momento de ofrecerlo o venderlo a los consumidores, como por ejemplo: Reducir los precios por debajo de los de la competencia con el fin de bloquearla y ganarle mercado.
- Estrategias para la plaza o distribución: La plaza o distribución hace referencia a las plazas o puntos de venta en donde el producto es ofrecido o vendido a los consumidores, por ejemplo: Ubicar los productos solamente en un punto de venta que sea exclusivo (estrategia de distribución exclusiva).
- Estrategias para la promoción o comunicación: La promoción o comunicación consiste en dar a conocer, informar o hacer recordar la existencia del producto a los consumidores, así como persuadir, estimular o motivar su compra, consumo o uso. Ejemplo: Colocar carteles o afiches publicitarios en la fachada del local de la empresa, imprimir y repartir folletos, volantes, tarjetas de presentación.

Capítulo 2

2.1 Planteamiento del problema

En el municipio de San Felipe hay Farmacias instaladas que prestan servicio personalizado por lo que Farmacia San Rafael enfrenta una fuerte competencia en relación a los precios, ya que no hay una estandarización de los mismos por alguna entidad de gobierno y tampoco se puede poner en riesgo las utilidades de la empresa. Por lo que es necesario mejorar la estrategia de servicio para crecimiento vertical de la empresa persuadiendo por medio de ellos al cliente y así cumplir la visión y la misión de Farmacia San Rafael.

2.2 Objetivos de la práctica realizada

2.2.1 Objetivo general

Ampliar el servicio que se brinda, mediante jornadas médicas, realización de exámenes de glucosa, toma de presión, administración de sueros e inyecciones.

2.2.2 Objetivos específicos

1. Mantener la rentabilidad.
2. Atender con amabilidad las necesidades de los clientes.
3. Obtener mayor competitividad
4. Brindar confianza con experiencia en el ramo.
5. Garantizar los resultados con la calidad de los productos.

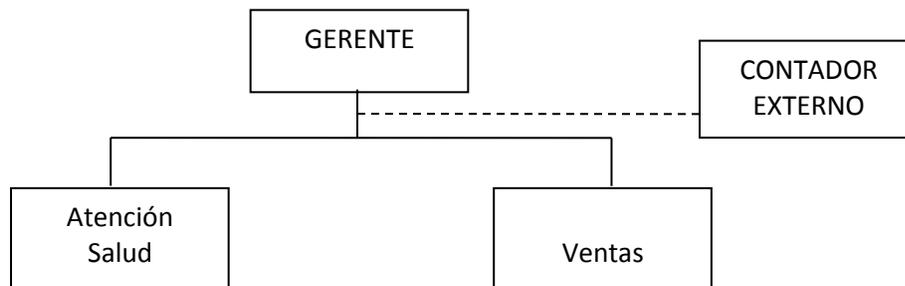
2.3 Alcances y límites de la práctica

- **Alcance teórico:** Se tomó en cuenta bibliografía que servirá como respaldo de la investigación donde se incluyen índices contables y mercadológicos que ayudarán a determinar la viabilidad del implementar los nuevos servicios Para ello también se realizó una encuesta, tomando en cuenta a personas del área urbana y rural del municipio de San Felipe, Retalhuleu. Se efectuó un día domingo ya que hay mayor afluencia de personas aledañas al municipio, por ser día de plaza.

- **Alcance temporal:** Este proceso de investigación se inició en mayo de 2013 y se dio por finalizado en noviembre del año 2014.
- **Alcance espacial:** La Empresa está ubicada en la 2ª. Calle y 7ª. Avenida de la Zona 1, Barrio Camilo Alvarado, San Felipe, Retalhuleu. Esta se enfoca al mercado laboralmente activo ya que es el que efectuará la compra en determinado momento y el mercado consumista que son los individuos de 0 meses hasta el adulto mayor.
- **Límites:** Tiempo y bibliografía.

2.4 Organigrama

Farmacia San Rafael



Nota: El organigrama que se presenta cuenta con cuatro colaboradores que atenderán las diferentes áreas de la siguiente forma: La gerencia general será atendida por el gerente o propietario de la empresa, el área de atención al cliente será atendido por un colaborador y los nuevos servicios serán atendidos por otra persona que se contratará específicamente para ello. El Contador será contratado de forma externa.

2.5 Puestos, funciones y salarios

FARMACIA SAN RAFAEL

Descripción del Puesto : Gerente Propietario	
Salario: Q.3000.00	
División: Gerencia	
Bonificación de Ley: Q.250.00	
	
Perfil:	<ul style="list-style-type: none">• Perito en Administración de Empresas o carrera afín.• Sexo masculino o femenino• Manejo de paquetes de computación• Habilidad numérica• Ser líder y comunicativo• Edad comprendida entre 25 a 35 años• Buenas relaciones humanas
Funciones:	<ul style="list-style-type: none">• Organizar, dirigir y coordinar las actividades de ventas.• Actualizar al personal sobre promociones y estrategias de ventas• Determinar los precios de venta a través de los costos de compras• Mantener control sobre pedidos y ventas• Atender al público con amabilidad y eficiencia• Atender a los proveedores

Fuente: Elaboración propia

FARMACIA SAN RAFAEL

<p>Descripción del Puesto: Ventas</p> <p>Salario: Q.2,171.15</p> <p>División: Atención al Cliente y Ventas</p> <p>Bonificación de Ley: Q.250.00</p>		
Perfil:	<ul style="list-style-type: none">• Estudios de Nivel Medio• Sexo masculino o femenino• Mayor de 18 años• Dispuesto a trabajar bajo presión• Disponibilidad de horarios	
Funciones:	<ul style="list-style-type: none">• Brindar asesoría de los productos que se ofrecen• Efectuar ventas personalizadas con amabilidad y cortesía• Mantener control sobre faltantes	

Fuente: Elaboración propia

FARMACIA SAN RAFAEL

Descripción del Puesto : Atención Salud		
Salario: Q.2,171.15		
División: Atención al cliente		
Bonificación de Ley: Q.250.00		
Perfil:	<ul style="list-style-type: none">• Estudios de Nivel Medio• Sexo masculino o femenino• Mayor de 18 años• Dispuesto a trabajar bajo presión• Disponibilidad de horarios	
Funciones:	<ul style="list-style-type: none">• Brindar asesoría de los productos que se ofrecen• Efectuar ventas personalizadas con amabilidad y cortesía• Mantener control sobre faltantes• Atender los nuevos servicios	

Fuente: Elaboración propia

FARMACIA SAN RAFAEL

Descripción del Puesto : Contador Externo		
Salario: Q.200.00		
División: Área Contable		
Perfil:	<ul style="list-style-type: none">• Perito contador y/o Auditor• Sexo masculino o femenino• Experiencia en el área• Dispuesto a trabajar bajo presión• Disponibilidad de horarios	
Funciones:	<ul style="list-style-type: none">• Llevar el control de facturación dentro de la empresa• Trabajar de forma ordenada• Efectuar el pago de impuestos a su debido tiempo• Informar sobre la nuevas reformas tributarias• Mantener al día los libros que la ley obliga	

Fuente: Elaboración propia

Capítulo 3

3.1 Metodología aplicada en la práctica

3.1.1 Sujetos

Según el Instituto Nacional de Estadística (INE), la estimación de la población total en el municipio de San Felipe, Retalhuleu es de veintiséis mil treinta y ocho habitantes (26,038) del año 2013; por lo que este dato se tomará como base en la práctica de la metodología ya que representa el número de personas tanto del área rural como urbana.

3.1.2 Instrumentos

Para la elaboración del análisis y segmentación de mercado se realizó un estudio por medio del método de observación científica para sondear el mercado, (anexo 1) y de la opinión del mercado, por medio de una encuesta (anexo 2).

3.1.3 Procedimiento

Se realizó una boleta de encuesta para determinar las necesidades de la población. Esta se distribuyó a personas del área urbana y rural del municipio de San Felipe, Retalhuleu tomando en cuenta el número de población estimada por el INE en el año de 2013. Se estableció la muestra por medio de una fórmula estadística. El método de observación se efectuó con la intención de conocer la afluencia de individuos en la competencia.

3.1.3.4 Presentación de resultados

Farmacia San Rafael está ubicada en el área urbana y central del municipio, donde la circulación peatonal y vehicular es constante. El mercado donde se enfoca Farmacia San Rafael es al público joven y adulto en general, laboral activo y su mercado consumidor son las personas de 0 meses de edad hasta el adulto mayor, ya que las enfermedades no distinguen edad, sexo ni situación socioeconómica.

Para la elaboración del análisis se realizó un estudio por medio del método de observación para sondear el mercado, (anexo 1) y de la opinión pública por medio de una encuesta (anexo 2 y 3), y esto indicó la demanda de las competencias y de Farmacia San Rafael sin incluir los servicios:

NOMBRE DE LA EMPRESA	NO. PERSONAS QUE VISITAN	PORCENTAJE DE VISITAS
Farmacia Santa Catalina	200	24.39%
Farmat	270	32.93%
Farmacia la Salud	130	15.85%
Farmacia Social	100	12.19%
Farmacia San Rafael	120	14.64%
TOTAL	820	100%

Investigación de campo 2013

Fuente: Elaboración propia

Agregando a la información anterior los nuevos servicios de Farmacia San Rafael, se tendrán los siguientes resultados:

NOMBRE DE LA EMPRESA	NO. PERSONAS QUE VISITAN	PORCENTAJE DE VISITAS
Farmacia Santa Catalina	215	26.22%
Farmat	240	29.27%
Farmacia la Salud	100	12.19%
Farmacia Social	70	8.54%
Farmacia San Rafael	195	23.78%
TOTAL	820	100%

Investigación de campo 2013

Fuente: Elaboración propia

Para realizar la encuesta se aplicó la siguiente fórmula para población conocida: Según el Instituto Nacional de Estadística (INE), la estimación de la población total en el municipio de San

Felipe, Retalhuleu es de veintiséis mil treinta y ocho habitantes (26,038) dato correspondiente al año 2013.

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

N = 26,038 (total de población)

z = 1.96 (tomado de la tabla de Z)

p = 0.50 (equivale a un 50% de probabilidad de éxito)

q = 0.50 (equivale a un 50% de probabilidad de fracaso)

e = 0.09 (margen de error) para este tipo de muestra es aceptable un margen de error de 0-15

n = ? (número de muestras tomadas)

Al sustituir los valores de la fórmula anterior queda de la siguiente manera:

$$n = \frac{26,038 (1.96)^2 * 0.50 * 0.50}{(26,038 - 1) 0.09^2 + (1.96)^2 * 0.50 * 0.50}$$

n = **Muestra 118**

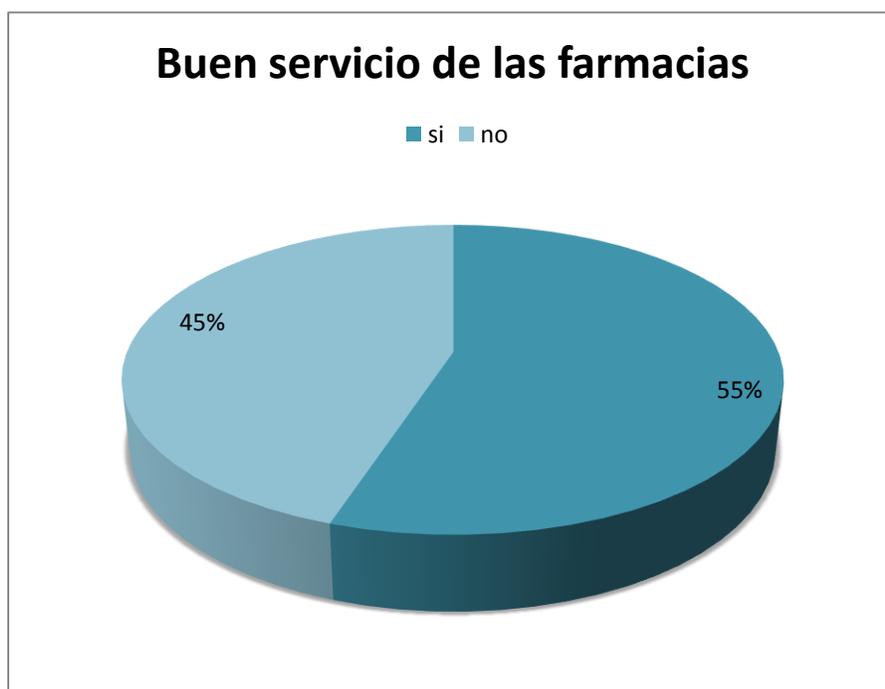
El resultado obtenido equivale a la cantidad de personas que se encuestó.

Capítulo 4

4.1 Análisis e interpretación de resultados

Se hizo un análisis estadístico por medio del método de investigación de la encuesta, para averiguar qué tipo de servicio presta la competencia y si la población está de acuerdo en recibir una mejor atención como por ejemplo: Toma de presión arterial, exámenes de glucosa, puesta de inyecciones y sueros; y estos fueron los resultados:

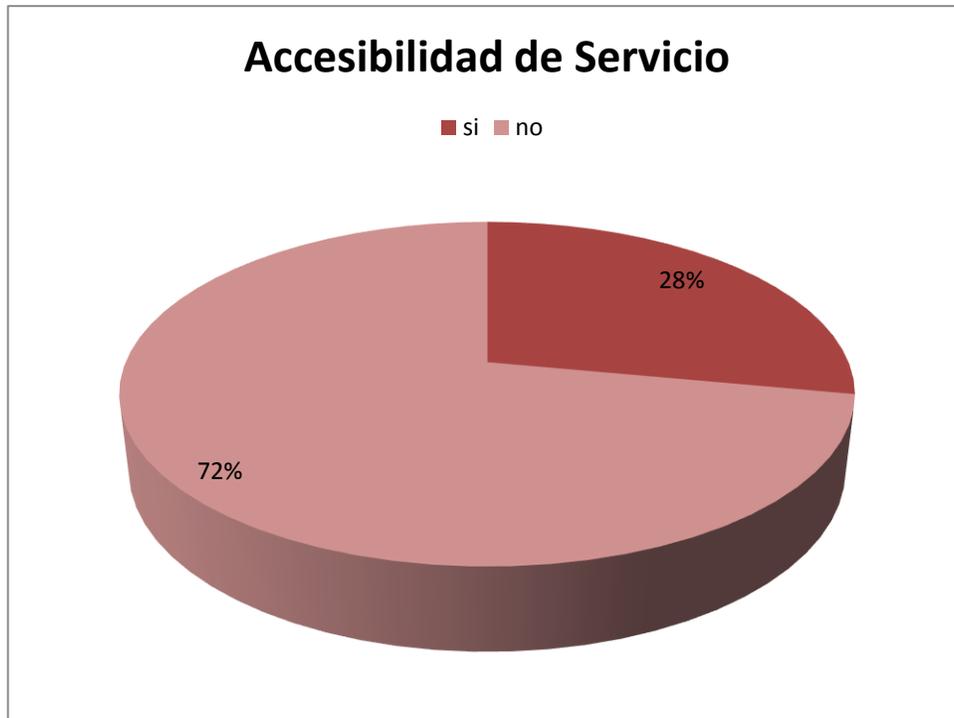
1. ¿Cree que el servicio que prestan las Farmacias en el municipio de San Felipe, Retalhuleu, satisfacen las necesidades de los clientes?



Fuente: Elaboración propia
Investigación de campo 2013

Interpretación: El servicio que prestan en las diferentes farmacias no es tan eficiente ya que hay personas que no están satisfechas con los servicios que prestan.

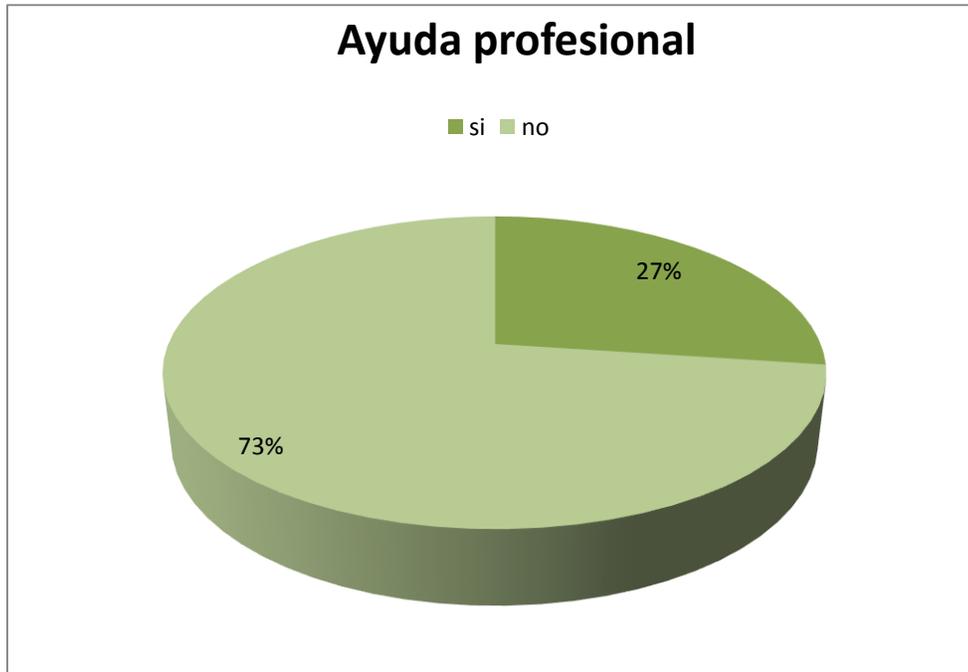
2. ¿Hay alguna persona que viva cerca de usted que inyecte o que ponga sueros?



Fuente: Elaboración propia
Investigación de campo 2013

Interpretación: La mayoría de personas necesitan buscar quien les presta el servicio y muchas veces se les complica tener acceso al mismo.

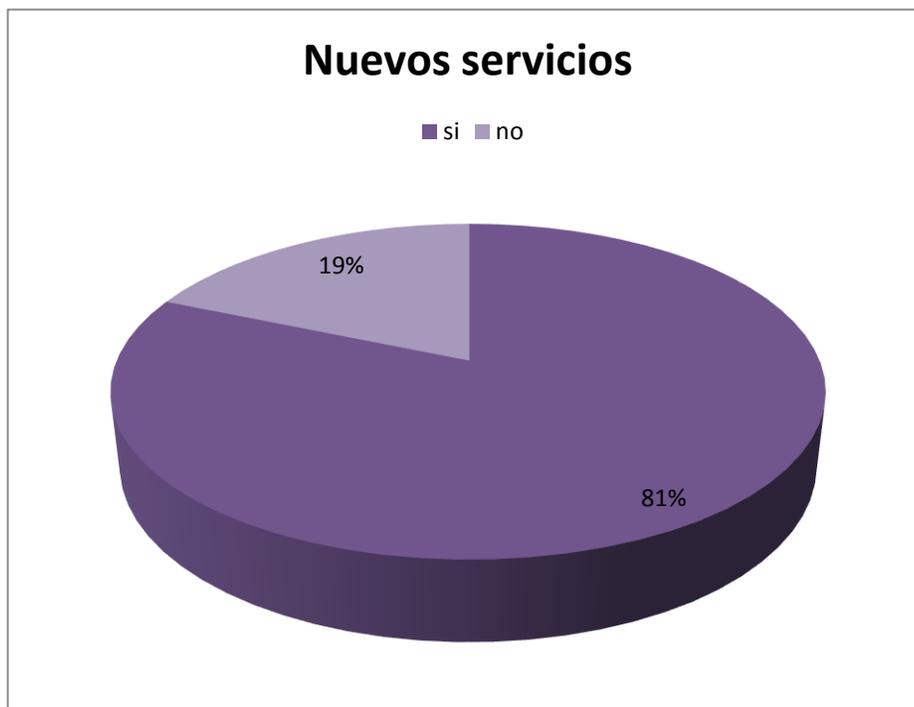
3. ¿Por lo general consume medicamentos bajo prescripción médica?



Fuente: Elaboración propia
Investigación de campo 2013

Interpretación: Es necesario brindar un servicio profesional ya que la mayoría de personas busca estos servicios alternativos ya que el costo de utilizar un médico es elevado.

4. ¿Cree que sería de gran beneficio brindar un servicio más completo dentro de las farmacias como toma de presión, examen de glucosa, puesta de suero e inyecciones?



Fuente: Elaboración propia
Investigación de campo 2013

Interpretación: El brindar nuevos servicios como toma de presión, pruebas de glucosa, administración de sueros e inyecciones ayudará a captar más clientes ya que muchas veces no se tiene fácil acceso a estos servicios.

5. ¿Posee servicio de IGSS?



Fuente: Elaboración propia
Investigación de campo 2013

Interpretación: El grupo de personas afiliadas al IGSS es grande, el problema que se encuentra es que el servicio que muchas veces les brindan es lento y en varias oportunidades no poseen la medicina que necesita el paciente.

Capítulo 5

5.1 Propuestas

Farmacia San Rafael tiene como objetivo específico mejorar y ampliar el servicio que se brinda, mediante jornadas médicas, realización de exámenes de glucosa, toma de presión, puesta de sueros e inyecciones; ya que tiene como problemática la baja precios en la competencia y a pesar de exigir bonificaciones a los proveedores y sacrificarlas no se pueden nivelar los precios de ciertos productos éticos. Es por ello que Farmacia San Rafael implementará estas mejoras al servicio que ya brinda para mejorar sus ventas. Para ello se capacitará a la persona indicada y así brindar un servicio profesional sin poner en riesgo la salud y vida del paciente. Con esto quiere lograr el crecimiento vertical con respecto al servicio. Dentro del estudio de mercado que se realizó para determinar el impacto de los nuevos cambios está el siguiente análisis:

5.2 Análisis de mercado

- **Producto:** El servicio que ya brinda Farmacia San Rafael será ampliado por otros nuevos tales como realización de exámenes de glucosa, toma de presión, administración de sueros e inyecciones. Estos nuevos servicios se están implementando con la intención de facilitarle al paciente el alivio o cura a su enfermedad y no se vean en la necesidad de que enfermos tengan que buscar a la persona indicada para que realice servicio y muchas veces estas persona no se encuentran disponibles o accesibles. Utilizando la estrategia de Desarrollo de los Productos y la estrategia de Servicios Mejorados
- **Precio:** El precio del servicio va a ser gratuito para el paciente que compre el medicamento en Farmacia San Rafael, ya que la intención es incrementar el número de clientes al prestar estos servicios. Utilizando la estrategia de Descuento en Precios.
- **Plaza:** Estos servicios se comercializaran dentro de la instalaciones de Farmacia San Rafael, haciendo uso de personal capacitado. Utilizando las estrategias de Distribución.
- **Promoción:** Se colocarán carteles o afiches publicitarios en la fachada del local de la empresa y se repartirán volantes. Se hará hincapié en que el servicio es totalmente gratuito. Utilizando la estrategia para la promoción o comunicación.

- **Personal:** La persona que realizará este trabajo será capacitada mediante un curso de enfermería, para que el servicio se haga de forma profesional y segura para no arriesgar la salud del cliente. Utilizando la estrategia de Recursos Humanos.
- **Proceso:** Se hará de forma profesional, con los aparatos necesarios para tener exactitud en los resultados.
- **Presentación:** Farmacia San Rafael cuenta con un espacio adecuado con las herramientas necesarias para que el cliente se sienta cómodo.

Dentro del análisis de entorno se pudo determinar lo siguiente por medio del análisis Porter:

- **Amenaza de entrada de nuevos competidores:** Si hay posibilidades que la competencia incluya estos servicios ya que no es necesario profesionalizarse para inyectar o tomar presión.
- **Amenaza de servicios sustitutivos:** Si existen personas particulares que se dedican a inyectar o administrar sueros algunas profesionales y otras no, el centro de salud también brinda este servicio.
- **Poder de Negociación de los Proveedores:** Se negociará con los visitantes médicos de diferentes laboratorios para que realicen jornadas médicas y puedan brindar alguna serie de medicamentos como vitaminas para administrarles a los clientes de forma gratuita.
- **Poder de negociación de los clientes:** A los clientes no solo se le ofrecerá productos de alta calidad, buenos precios, descuentos, sino un servicio completo para satisfacer las necesidades de los clientes, sin costo alguno.
- **Rivalidad de Competidores:** La empresa se encuentra en un sector muy saturado por competidores, pero la diferencia la hará la experiencia y profesionalismo con que se realicen los diferentes servicios, ya que se ofrecerán productos accesibles, de calidad incomparable con un servicio personalizado amable y cortés.

5.3 Análisis de costos

Entre los gastos que se van a incluir dentro de los gastos de operación e inversión ya establecidos están:

Gastos de Operación		
Descripción	Gastos Mensuales (Quetzales)	Gastos Anuales (Quetzales)
Salarios	Q7,342.30	Q88,107.60
Bonificación Decreto	Q750.00	Q9,000.00
Energía, Agua, y Teléfono	Q450.00	Q.5,400.00
Publicidad	Q700.00	Q.8,400.00
Capacitación		Q.5,200.00
Depreciaciones	Q296.11	Q.3,253.30
Impuestos		Q30,229.90
Prestaciones Laborales	Q2,141.01	Q25,692.18
Regente	Q500.00	Q.6,000.00
Contador	Q200.00	Q.2,400.00
TOTAL	Q12,054.42	Q159,527.71

Fuente: Elaboración propia

Entre los nuevos rubros en los gastos de operación están la publicidad que aumentó un 75% ya que se tenía al principio un monto de Q400.00, este aumento se empleará en la elaboración de volantes y el diseño de afiches para promocionar los nuevos servicios. El monto de capacitación cubre un curso de enfermería auxiliar que se recibirá los días sábados por la mañana durante un año.

Costo de Inversión			
Cantidad	Descripción	Costo Unitario (Quetzales)	Total (Quetzales)
3	Estanterías	Q.800.00	Q.2,400.00
1	Mostrador/vitrina	Q.2,500.00	Q.2,500.00
1	Computadora	Q.1,000.00	Q.1,000.00
1	Escritorio/silla	Q.3,500.00	Q.3,500.00
1	Bicicleta	Q.1,200.00	Q.1,200.00
1	Camilla	Q.1,500.00	Q.1,500.00
	Mercadería		Q.25,000.00
	TOTAL	Q10,500.00	Q37,100.00

Fuente: Elaboración propia

El rubro de camilla fue el costo que se incluyó nuevo dentro del costo de inversión, esta va a ser necesaria para la realización de los nuevos servicios.

5.4 Viabilidad Financiera

Se incluye la situación financiera durante un año y como se visualizará al término de un años al implementar los nuevos servicios.



VENTAS ANUALES 2013

FARMACIA SAN RAFAEL

INGRESOS	SALDO A DEPRECIAR	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTALES
VENTAS		Q 34,677.98	Q 38,976.90	Q 39,766.56	Q 43,780.78	Q 48,976.90	Q 53,765.98	Q 58,765.45	Q 59,876.78	Q 61,234.76	Q 63,876.34	Q 67,543.76	Q 70,876.98	Q 642,119.17
COSTO DE VENTAS		Q 24,274.59	Q 27,283.83	Q 27,836.59	Q 30,646.55	Q 34,283.83	Q 37,636.19	Q 41,135.82	Q 41,913.75	Q 42,864.33	Q 44,713.44	Q 47,280.63	Q 49,613.89	Q 449,483.42
GASTOS														
SALARIOS		Q 7,342.30	Q 7,342.30	Q 7,342.30	Q 7,342.30	Q 7,342.30	Q 7,342.30	Q 7,342.30	Q 7,342.30	Q 7,342.30	Q 7,342.30	Q 7,342.30	Q 7,342.30	Q 88,107.60
BONIFICACION DECRETO 78-89		Q 750.00	Q 750.00	Q 750.00	Q 750.00	Q 750.00	Q 750.00	Q 750.00	Q 750.00	Q 750.00	Q 750.00	Q 750.00	Q 750.00	Q 9,000.00
ENERGIA ELECTRICA		Q 300.00	Q 300.00	Q 300.00	Q 300.00	Q 300.00	Q 300.00	Q 300.00	Q 300.00	Q 300.00	Q 300.00	Q 300.00	Q 300.00	Q 3,600.00
AGUA POTABLE		Q 50.00	Q 50.00	Q 50.00	Q 50.00	Q 50.00	Q 50.00	Q 50.00	Q 50.00	Q 50.00	Q 50.00	Q 50.00	Q 50.00	Q 600.00
TELEFONO		Q 100.00	Q 100.00	Q 100.00	Q 100.00	Q 100.00	Q 100.00	Q 100.00	Q 100.00	Q 100.00	Q 100.00	Q 100.00	Q 100.00	Q 1,200.00
PUBLICIDAD		Q 400.00	Q 400.00	Q 400.00	Q 400.00	Q 400.00	Q 400.00	Q 400.00	Q 400.00	Q 400.00	Q 400.00	Q 400.00	Q 400.00	Q 4,800.00
PRESTACIONES		Q 2,141.01	Q 2,141.01	Q 2,141.01	Q 2,141.01	Q 2,141.01	Q 2,141.01	Q 2,141.01	Q 2,141.01	Q 2,141.01	Q 2,141.01	Q 2,141.01	Q 2,141.01	Q 25,692.18
HONORARIOS DE REGENTE Y CONTADOR		Q 700.00	Q 700.00	Q 700.00	Q 700.00	Q 700.00	Q 700.00	Q 700.00	Q 700.00	Q 700.00	Q 700.00	Q 700.00	Q 700.00	Q 8,400.00
DEPRECIACIONES														Q -
EQUIPO DE COMPUTO	Q 1,000.00	Q 27.78	Q 27.78	Q 27.78	Q 27.78	Q 27.78	Q 27.78	Q 27.78	Q 27.78	Q 27.78	Q 27.78	Q 27.78	Q 27.78	Q 333.30
MOBILIARIO Y EQUIPO	Q 8,400.00	Q 140.00	Q 140.00	Q 140.00	Q 140.00	Q 140.00	Q 140.00	Q 140.00	Q 140.00	Q 140.00	Q 140.00	Q 140.00	Q 140.00	Q 1,680.00
VEHICULO (BICICLETA)	Q 1,200.00	Q 20.00	Q 20.00	Q 20.00	Q 20.00	Q 20.00	Q 20.00	Q 20.00	Q 20.00	Q 20.00	Q 20.00	Q 20.00	Q 20.00	Q 240.00
INMUEBLE	Q 20,000.00	Q 83.33	Q 83.33	Q 83.33	Q 83.33	Q 83.33	Q 83.33	Q 83.33	Q 83.33	Q 83.33	Q 83.33	Q 83.33	Q 83.33	Q 1,000.00
TOTAL DE GASTOS		Q 36,329.01	Q 39,338.25	Q 39,891.02	Q 42,700.97	Q 46,338.25	Q 49,690.61	Q 53,190.24	Q 53,968.17	Q 54,918.76	Q 56,767.86	Q 59,335.06	Q 61,668.31	Q 594,136.50
UTILIDAD OPERATIVA		Q (1,651.03)	Q (361.35)	Q (124.46)	Q 1,079.81	Q 2,638.65	Q 4,075.37	Q 5,575.21	Q 5,908.61	Q 6,316.00	Q 7,108.48	Q 8,208.70	Q 9,208.67	Q 47,982.67
ISR (31% SOBRE UTILIDADES)		Q (511.82)	Q (112.02)	Q (38.58)	Q 334.74	Q 817.98	Q 1,263.37	Q 1,728.32	Q 1,831.67	Q 1,957.96	Q 2,203.63	Q 2,544.70	Q 2,854.69	Q 14,874.63
UTILIDAD NETA														Q 33,108.05
PORCENTAJE DE UTILIDAD														5%

RETORNO DE INVERSION

11.38 MESES

PUNTO DE EQUILIBRIO

TOTAL GASTOS FIJOS Q 144,653.08 RESULTADO
 COSTO DE VENTAS-VENTAS Q 192,635.75 0.75

P.E Q 482,176.92



PROYECCION ANUAL DE VENTAS
FARMACIA SAN RAFAEL

INGRESOS	SALDO A DEPRECIAR	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTALES
VENTAS		Q 49,765.00	Q 52,987.00	Q 64,307.00	Q 51,543.00	Q 60,342.00	Q 67,897.00	Q 85,643.00	Q 81,654.00	Q 82,321.00	Q 88,543.00	Q 88,512.00	Q 98,876.00	Q 872,390.00
COSTO DE VENTAS		Q 34,835.50	Q 37,090.90	Q 45,014.90	Q 36,080.10	Q 42,239.40	Q 47,527.90	Q 59,950.10	Q 57,157.80	Q 57,624.70	Q 61,980.10	Q 61,958.40	Q 69,213.20	Q 610,673.00
GASTOS														
SALARIOS		Q 7,342.30	Q 88,107.60											
BONIFICACION DECRETO 78-89		Q 750.00	Q 9,000.00											
ENERGIA ELECTRICA		Q 300.00	Q 3,600.00											
AGUA POTABLE		Q 50.00	Q 600.00											
TELEFONO		Q 100.00	Q 1,200.00											
PUBLICIDAD		Q 700.00	Q 8,400.00											
CAPACITACION		Q 600.00	Q 400.00	Q 600.00	Q 400.00	Q 5,200.00								
PRESTACIONES		Q 2,141.01	Q 25,692.18											
HONORARIOS DE REGENTE Y CONTADOR		Q 700.00	Q 8,400.00											
DEPRECIACIONES														Q -
EQUIPO DE COMPUTO	Q 1,000.00	Q 27.78	Q 333.30											
MOBILIARIO Y EQUIPO	Q 9,900.00	Q 165.00	Q 1,980.00											
VEHICULO (BICICLETA)	Q 1,200.00	Q 20.00	Q 240.00											
INMUEBLE	Q 20,000.00	Q 83.33	Q 1,000.00											
TOTAL DE GASTOS		Q 47,814.92	Q 49,870.32	Q 57,794.32	Q 48,859.52	Q 55,018.82	Q 60,307.32	Q 72,929.52	Q 69,937.22	Q 70,404.12	Q 74,759.52	Q 74,737.82	Q 81,992.62	Q 764,426.08
UTILIDAD OPERATIVA		Q 1,950.08	Q 3,116.68	Q 6,512.68	Q 2,683.48	Q 5,323.18	Q 7,589.68	Q 12,713.48	Q 11,716.78	Q 11,916.88	Q 13,783.48	Q 13,774.18	Q 16,883.38	Q 107,963.92
ISR (28% SOBRE UTILIDADES)		Q 546.02	Q 872.67	Q 1,823.55	Q 751.37	Q 1,490.49	Q 2,125.11	Q 3,559.77	Q 3,280.70	Q 3,336.73	Q 3,859.37	Q 3,856.77	Q 4,727.35	Q 30,229.90
UTILIDAD NETA														Q 77,734.03
PORCENTAJE DE UTILIDAD														9%

RETORNO DE INVERSION 10.93 MESES

PUNTO DE EQUILIBRO TOTAL GASTOS FIJOS Q 153,753.08 RESULTADO
COSTO DE VENTAS-VENTAS Q 261,717.00 0.59

P.E Q 512,510.25

5.5 Punto de equilibrio

Se presenta el punto de equilibrio de la empresa Farmacia San Rafael:

$$\text{P.E.} = \frac{\text{Gastos fijos}}{\text{Precio de venta} - \text{precios de costo}}$$

$$\text{P.E.} = \frac{153,753.08}{872,390.00 - 610,673.00}$$

$$\text{P.E.} = \frac{153,753.08}{261,717.00} = 0.587478 * 872,390.00$$

$$\text{P.E.} = \mathbf{512,510.27}$$

El punto de equilibrio indica que en este momento la empresa no pierde, ni gana; a partir de aquí si la empresa aumenta ventas puede percibir ganancias, de lo contrario empiezan a surgir pérdidas.

5.6 Retorno de Inversión

Total de gasto anual + ISR anual=

$$764,426.08 + 30,229.9 = \mathbf{794,655.98}$$

$$\text{Retorno de Inversión} = 794,655.98 / 872,390.00 * 12 = \mathbf{10.93}$$

El retorno de inversión indica que en el mes de octubre se estará recuperando lo que se invirtió.

5.7 Balance general

Se incluye el Balance general del año finalizado ya que en base a estos datos se inicia el balance del año 2014.

 FARMACIA SAN RAFAEL MARTHA EVA MONTERROSA RECINOS Balance General Practicado: del 31 de Diciembre 2013 (Proyectado) EN BASE AL ESTADO DE RESULTADO			
ACTIVO CORRIENTE			Q 96,885.97
Caja y Bancos			Q 71,885.97
Mercaderías			Q 25,000.00
ACTIVO NO CORRIENTE			Q 307,346.70
Mobiliario y Equipo	Q 8,400.00		
(-)Depreciación Acumulada	Q 1,680.00		Q 6,720.00
Inmuebles	Q 20,000.00		
(-)Depreciación Acumulada	Q 1,000.00		Q 19,000.00
Vehículo	Q 1,200.00		
(-)Depreciación Acumulada	Q 240.00		Q 960.00
equipo de computación	Q 1,000.00		
(-)Depreciación Acumulada	Q 333.30		Q 666.70
Terrenos	Q 280,000.00		Q 280,000.00
SUMA ACTIVO			Q 404,232.67
PASIVO			Q 24,874.63
PASIVO CORRIENTE			
ISR POR PAGAR			Q 14,874.63
PROVEEDORES			Q 10,000.00
PATRIMONIO			
capital			Q 379,358.05
Suma igual al Activo			Q 404,232.67
PORCENTAJE DE CRECIMIENTO DE CAPITAL			
CAPITAL FINAL / CAPITAL INICIAL -1*100			9.56%
F) _____			
MARTHA EVA MONTERROSA RECINOS			
<p>El infrascrito Perito Contador, registrado ante al Superintendencia de Administración Tributaria (SAT), con el número de NIT 0000000; CERTIFICA: Que el presente BALANCE GENERAL DE APERTURA, fue tomado directamente de los registros de la empresa denominada FARMACIA SAN RAFAEL, propiedad de la señora MARTHA EVA MONTERROSA RECINOS.</p>			

Con este balance general se inician las actividades contables del año 2014.

 EN BASE AL ESTADO DE RESULTADO MARTHA EVA MONTERROSA RECINOS Balance General Practicado: del 01 de Enero 2014 (Proyectado)			
ACTIVO CORRIENTE			Q 96,885.97
Caja y Bancos		Q	71,885.97
Mercaderias		Q	25,000.00
ACTIVO NO CORRIENTE			Q 307,346.70
Mobiliario y Equipo	Q 8,400.00		
(-)Depreciacion Acumulada	Q 1,680.00	Q	6,720.00
Inmuebles	Q 20,000.00		
(-)Depreciacion Acumulada	Q 1,000.00	Q	19,000.00
Vehiculo	Q 1,200.00		
(-)Depreciacion Acumulada	Q 240.00	Q	960.00
equipo de computacion	Q 1,000.00		
(-)Depreciacion Acumulada	Q 333.30	Q	666.70
Terrenos	Q 280,000.00	Q	280,000.00
SUMA ACTIVO			Q 404,232.67
PASIVO			Q 24,874.63
PASIVO CORRIENTE			
ISR POR PAGAR		Q	14,874.63
PROVEEDORES		Q	10,000.00
PATRIMONIO			
capital		Q	379,358.05
Suma igual al Activo			Q 404,232.68
F) _____			
MARTHA EVA MONTERROSA RECINOS			
<p>El infrascrito Perito Contador, registrado ante al Superintendencia de Administracion Tributaria (SAT), con el NIT 00000000; CERTIFICA: Que el presente BALANCE GENERAL DE APERTURA, fue tomado directamente de los registros de la empresa denominada FARMACIA SAN RAFAEL, propiedad de la señora MARTHA EVA MONTERROSA RECINOS.</p>			

5.8 Estado de Resultados

		FARMACIA SAN RAFAEL	
		MARTHA EVA MONTERROSA RECINOS	
		ESTADO DE RESULTADOS	
		Practicado: del 1 de Enero al 31 de Diciembre del 2013	
MOVIMIENTOS DE INGRESOS			
Ventas			Q 872,390.00
COSTO DE VENTAS			
Mercaderias I	Q 25,000.00		
Compras	Q 620,673.00		
Mercaderias Disponibles	Q 645,673.00		
Mercaderias II	Q 35,000.00		Q 610,673.00
Ganancia Bruta en Ventas			Q 261,717.00
COSTOS Y GASTOS DE OPERACIONES			
SALARIOS	Q 88,107.60		
BONIFICACION DECRETO 78-89	Q 9,000.00		
ENERGIA ELECTRICA	Q 3,600.00		
AGUA POTABLE	Q 600.00		
TELEFONO	Q 1,200.00		
PUBLICIDAD	Q 8,400.00		
CAPACITACIÓN	Q 5,200.00		
PRESTACIONES	Q 25,692.18		
HONORARIOS DE REGENTE	Q 8,400.00		
DEPRECIACIONES			
EQUIPO DE COMPUTO	Q 333.30		
MOBILIARIO Y EQUIPO	Q 1,980.00		
VEHICULO (BICICLETA)	Q 240.00		
INMUEBLE	Q 1,000.00		Q 153,753.08
UTILIDAD OPERATIVA			Q 107,963.92
IMPUESTOS DEL ISR			Q 30,229.90
UTILIDAD NETA			Q 77,734.03
F) _____			
MARTHA EVA MONTERROSA RECINOS			

5.9 Balance de Cierre

 FARMACIA SAN RAFAEL MARTHA EVA MONTERROSA RECINOS Balance General (proyectado) Practicado: del 31 de diciembre 2014			
ACTIVO CORRIENTE			Q 128,826.47
Caja y Bancos			Q 93,826.47
Mercaderías			Q 35,000.00
ACTIVO NO CORRIENTE			Q 304,093.40
Mobiliario y Equipo	Q 8,400.00		
(-)Depreciación Acumulada	Q 3,360.00	Q 5,040.00	
Inmuebles	Q 20,000.00		
(-)Depreciación Acumulada	Q 2,000.00	Q 18,000.00	
Vehículo	Q 1,200.00		
(-)Depreciación Acumulada	Q 480.00	Q 720.00	
equipo de computación	Q 1,000.00		
(-)Depreciación Acumulada	Q 666.60	Q 333.40	
Terrenos	Q 280,000.00	Q 280,000.00	
SUMA ACTIVO			Q 432,919.87
PASIVO			Q 50,229.90
PASIVO CORRIENTE			
ISR POR PAGAR			Q 30,229.90
PROVEEDORES			Q 20,000.00
PATRIMONIO			
capital			Q 379,358.05
utilidad del periodo			Q 30,229.90
Suma igual al Activo			Q 429,587.95
PORCENTAJE DE CRECIMIENTO DE CAPITAL			
CAPITAL FINAL / CAPITAL INICIAL -1*100			13.24%
F) _____			
MARTHA EVA MONTERROSA RECINOS			
<p>El infrascrito Perito Contador, registrado ante al Superintendencia de Administracion Tributaria (SAT), con el NIT 00000000; CERTIFICA: Que el presente BALANCE FINAL PROYECTADO, fue tomado directamente de los registros de la empresa denominada FARMACIA SAN RAFAEL, propiedad de la señora MARTHA EVA MONTERROSA RECINOS.</p>			

Conclusiones

- Al implementar los nuevos servicios, el negocio tendrá un incremento considerable en las ventas mensuales, por lo que la rentabilidad del negocio será mayor.
- La amabilidad y la cordialidad son factores importantes en la atención al cliente, porque la mayor parte de quienes visitan el negocio llegan enfermos.
- Las mejoras se realizarán con la intención de brindarle un valor agregado y así marcar la diferencia con la competencia.
- La experiencia es necesaria para brindar un servicio óptimo y confiable al cliente, para que quede satisfecho con los resultados.
- Brindar productos de calidad para que el paciente recupere su salud sin perder tiempo y dinero.
- Cuando un servicio se brinda con profesionalismo y experiencia el resultado se torna positivo.

Referencias Bibliográficas

- <http://www.elperiodico.com.gt/es/20120623/lacolumna/214032>
- <http://servicios.prensalibre.com/pl/domingo/archivo/revistad/2008/marzo/02/oficios.shtml>
<http://www.ellatinoarkansas.com/content3.cfm?ArticleID=5264&Entry=Issue>
- [http://es.wikipedia.org/wiki/Inyecci%C3%B3n_\(medicina\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Inyecci%C3%B3n_(medicina))
- http://es.wikipedia.org/wiki/Suero_fisiol%C3%B3gico
- <http://www.nlm.nih.gov/medlineplus/spanish/ency/article/003482.htm>
- <http://effectivehealthcare.ahrq.gov/index.cfm/search-for-guides-reviews-and-reports/?pageaction=displayproduct&productid=1040>
- <http://www.nlm.nih.gov/medlineplus/spanish/ency/article/003400.htm>
- <http://salud.uncomo.com/articulo/como-tomar-la-temperatura-a-un-enfermo-4426.html>
- <http://www.crecenegocios.com/concepto-y-ejemplos-de-estrategias-de-marketing/>
- <http://diferencias-entre.com/diferencia-entre-el-crecimiento-y-el-desarrollo/>
- <http://www.luismiguelmanene.com/2013/05/31/estrategias-empresariales-tipologia-caracteristicas-y-uso/>

Anexos



Anexo 1

Método de observación

Se utilizará esta información para determinar la cantidad de personas que visitan la competencia.

Nombre de la empresa	No. de personas que visitan	Porcentaje de visitas

Anexo 2

Guía de encuesta estructurada a los habitantes del Municipio de San Felipe, Retalhuleu

San Felipe, Retalhuleu

La presente encuesta servirá para conocer la opinión escrita sobre los diferentes servicios que prestan las diferentes farmacias en el municipio de San Felipe, Retalhuleu.

Para el desarrollo de la encuesta se le solicita marcar con una X en los cuadros en blanco, los datos serán tratados en forma estrictamente confidencial.

1. ¿Cree que el servicio que prestan las Farmacias en el municipio de San Felipe, Retalhuleu, satisfacen las necesidades de los clientes?

Si _____ No _____

2. ¿Hay alguna persona que viva cerca de usted que inyecte o que ponga sueros?

Si _____ No _____

3. ¿Por lo general consume medicamentos bajo prescripción médica?

Si _____ No _____

4. ¿Cree que sería de gran beneficio brindar un servicio más completo dentro de las farmacias como toma de presión, examen de glucosa, puesta de suero e inyecciones?

Si _____ No _____

5. ¿Posee servicio de IGSS?

Si _____ No _____

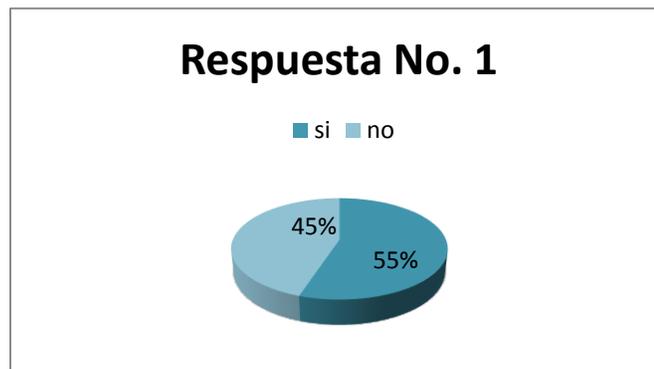
Anexo 3

Resultados de la Encuesta:

1. ¿Cree que el servicio que prestan las Farmacias en el municipio de San Felipe, Retalhuleu, satisfacen las necesidades de los clientes?

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	65	55%
No	53	45%
Total	118	100%

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

2. ¿Hay alguna persona que viva cerca de usted que inyecte o que ponga sueros?

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	33	28%
No	85	72%
Total	118	100%

Fuente: Elaboración propia

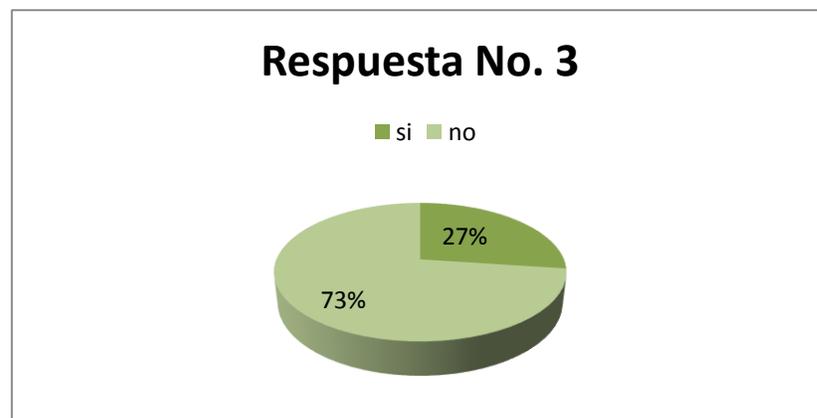


Fuente: Elaboración propia

3. ¿Por lo general consume medicamentos bajo prescripción médica?

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	32	27%
No	86	73%
Total	118	100%

Fuente: Elaboración propia

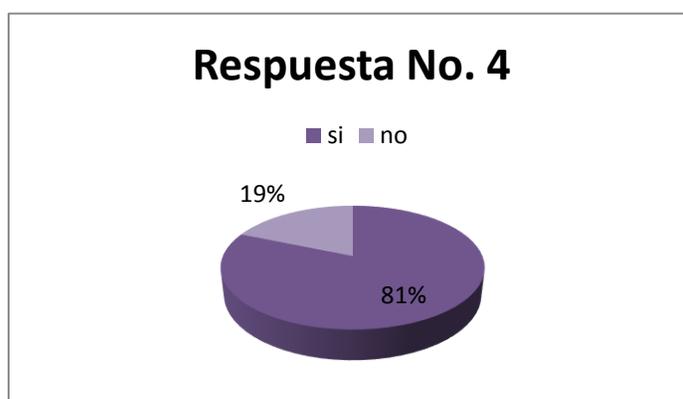


Fuente: Elaboración propia

4. ¿Cree que sería de gran beneficio brindar un servicio más completo dentro de las farmacias como toma de presión, examen de glucosa, puesta de suero e inyecciones?

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	96	81%
No	22	19%
Total	118	100%

Fuente: Elaboración propia

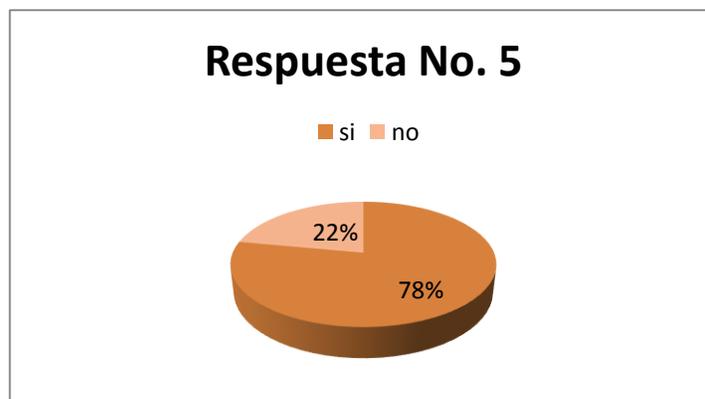


Fuente: Elaboración propia

5. ¿Posee servicio de IGSS?

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	92	78%
No	26	22%
Total	118	100%

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia