



Administración de los Recursos Humanos en
Sistemas de Salud

PROYECTO DE INVERSIÓN
FORMULACION Y EVALUACION DE PROYECTOS

Maestrante

Lic. Brenda Janeth Trejo Cristiani

Catedrático

MTRA. Maricela Robles

JULIO 2021

DEFINICIÓN DEL PROYECTO

1.1 Inconvenientes presentados en el proceso de definición del proyecto y causas más comunes.

Actualmente no se cuenta con una farmacia en el ejido de Emiliano zapata municipio de bella vista Chiapas, dentro de los inconvenientes están que los proveedores no llegan a la comunidad a tiempo con los insumos en la temporada de lluvias por ello se tendrá que suministrar de un mes para evitar desabastos, además debido a usos y costumbres de las localidades: el plan, el platanar, la noria y el naranjo podrían bajar el nivel de ventas ya que estarán dentro de los clientes, se pagara una cuota al ejido para que se pueda llevar a cabo la apertura del negocio, sin embargo los beneficios son que existe demanda en el mercado local ya que no hay competidores, se tendrá facilidad de vender el servicio, los competidores directos se encuentra a 30 minutos del ejido en la localidad de Comalapa Chiapas, se brindará la capacitación requerida para el uso correcto de los medicamentos.

1.2. Establecer los beneficiarios del proyecto.

La salud constituye una de las ciencias y disciplinas más importantes para la sociedad. Se trata de un órgano que debe ser tratado, regulado y gestionado por profesionales que velen por una administración y un trato eficaz con tal de garantizar una salud digna y ejemplar.

Uno de los estamentos y organismos básicos y necesarios para con nuestra salud es contar con una farmacia cercana que ofrezca precios accesibles. Esta farmacia "San Miguel" tiene como función prestar servicio a los ciudadanos del ejido Emiliano Zapata del municipio de Bella Vista Chiapas, que requieran productos farmacéuticos para auxiliar y tratar distintas dolencias de la salud. Teniendo en cuenta que será un beneficio a la generación de empleo como también beneficio a la comunidad ya que se pagará cuotas ejidales para la inversión en el ejido. La función de este sector es totalmente indispensable para el funcionamiento del sistema sanitario y por ello debemos alabar la labor que desempeñan.

1.3. Entidad ejecutora del proyecto, incluyendo:

1.3.1. Reseña histórica.

La Farmacia como ciencia y profesión es parte de la historia y como tal, está llena de acontecimientos significativos en su proceso de evolución que ameritan de su narración.

La idea de abrir un micro negocio es este caso una farmacia surge a partir de que la clínica que hay en el ejido de Emiliano Zapata municipio de Bella Vista Chiapas, no cuenta con las variedades de medicamentos que la población necesita para aliviar sus dolencias además de que tienen un horario estricto de atención.

El proyecto de la Farmacia “San Miguel”, en el ejido de Emiliano zapata municipio de bella vista Chiapas, es rentable ya que, de acuerdo a los indicadores financieros del proyecto, se obtuvo un VAN positivo TIR del 99.57% y una RBC de \$1.51 que indican que este proyecto es viable y factible financieramente. El estudio de mercado nos indica que existe una demanda suficiente del producto, debido a que la mayoría de las personas compran productos farmacéuticos, y en este lugar no existe una empresa similar. En lo referente al estudio financiero se obtuvo un total de inversión de \$100,000. Con los resultados obtenidos y las proyecciones que sean hechos para los próximos años, el proyecto demuestra que es rentable económica y factiblemente.

1.3.2. Actividades.

- **Atención al cliente-paciente.** explicar a los pacientes cómo tomar los medicamentos de manera segura y eficaz. Si el paciente necesita asesoramiento, deben conocer los efectos secundarios y asegurarse que no toma otros tipos de medicamentos al mismo tiempo.
- **Suministro de medicamentos** y productos no médicos en farmacias, como alimentos para bebés.
- **Preparación de medicamentos** bajo la supervisión del farmacéutico. Puede implicar, por ejemplo, la medición de líquidos.
- **Manejo del software** farmacéutico y **control de stocks.** Los auxiliares de farmacia desempeñan tareas administrativas tales como el registro de recetas y los pedidos de nuevos suministros de medicamentos cuando se terminan.
- **Control de la caducidad** de los medicamentos y productos. Los auxiliares los almacenan según las normas de conservación.
- **Actividades básicas de enfermería:** se aplicará en Toma de presión arterial, Medición de glucosa, Medición de nivel de saturación, Aplicación de sueros, Suturas, Curación de heridas, Nebulizaciones

Necesidades a satisfacer con el proyecto.

1.4.1. Objetivo

El objetivo general del proyecto de inversión desde una perspectiva microeconómica. Dicho proyecto consiste en la apertura de una farmacia que cuente con los medicamentos que comúnmente no se encuentran con facilidad y se requieren como parte del tratamiento.

1.4.2. Justificación e importancia.

En el presente trabajo se realiza un estudio a nivel prefactibilidad de un proyecto de creación de una nueva empresa (micronegocio) a partir de los conocimientos existentes de una encuesta realizada a la clínica y a la comunidad en general con el fin de crear una farmacia que permita surtir fármacos con mayor facilidad, como también prestar servicios básicos de enfermería. Se verificará la viabilidad del proyecto en los aspectos comerciales, técnicos, administrativos, legales, ambientales y financieros, se plantearán distintos escenarios posibles para evaluar el riesgo y la conveniencia de realización del proyecto a través de herramientas como el Valor actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Rentabilidad (TIR).

1.4.3. Productos o servicios a ofrecer.

A la hora de poner en marcha una oficina de farmacia, la selección del surtido de productos y los servicios ofrecidos es un elemento estratégico que nos permitirá diferenciarnos y posicionarnos en el mercado.

En esta farmacia se ofrecerán:

- Antibióticos básicos
- Antipiréticos básicos
- Material de curación
- Orientación sobre el uso adecuado de medicamentos
- Toma de presión arterial
- Medición de glucosa
- Medición de nivel de saturación
- Aplicación de sueros
- Suturas
- Curación de heridas
- Nebulizaciones

1.5. Justificación del proyecto.

1.5.1. Aportes sociales.

El cambio en el estilo de vida ha traído consigo un menor tiempo disponible para la compra, pero, a su vez, una posibilidad de adquirir mayor número de productos y de una calidad superior. Paralelo a ello, el acceso a nuevas culturas implica un mayor conocimiento de la variedad de productos existentes en el mercado internacional y, por tanto, una creciente exigencia en los estándares de calidad y servicio que se demandan.

En su conjunto, por tanto, la industria farmacéutica debe entenderse como un bien social por la repercusión que tiene en la salud de los individuos y por la continua y profunda implicación del Estado en su funcionamiento.

1.5.2. Aportes económicos.

El creciente incremento de la renta nacional y las bajas tasas de desempleo que caracterizan al mercado laboral, unido a un marco de bajos tipos de interés a la vez que una baja tasa de inflación, hacen que el consumidor no disponga de una mayor renta disponible.

Paralelamente, hay otra óptica diferente a la del consumidor. Al tratarse de un sector en continua evolución y claramente vinculado a la Administración Pública, es esta última la que mantiene un destacado papel como regulador. No podemos olvidar que a través de los seguros sociales la Administración sanitaria se ha convertido en el principal cliente en el sector.

1.5.3. Aportes tecnológicos.

La farmacia se encuentra hoy en un entorno caracterizado por el continuo desarrollo en materia y la creciente evolución de las tecnologías de la información. Por un lado, los avances científicos permiten desarrollar nuevos y mejores productos que permiten atender mejor las demandas de nuestros clientes y satisfacer las necesidades no cubiertas. Por otro, los cambios tecnológicos han dado lugar a una ampliación y renovación de los productos que se ofrecen y de los sistemas de comercialización que se utilizan. Se trata, por tanto, de un marco de actuación muy dinámico donde cada oficina de farmacia debe encontrar su punto de equilibrio.

2. ESTUDIO DE MERCADO

2.1. El producto.

El proyecto se centra en la venta de productos de mayor demanda por su utilización en el tratamiento de distintos tipos de enfermedades más comunes en el ejido en base a una encuesta realizada a la clínica del ejido. Los medicamentos se obtendrán con mayor facilidad y mayor efectividad al de los tradicionales o convencionales.

Se ofrecerá antibióticos básicos como son:

Penicilinas:

- Bencilpenicilinas: bencilpenicilina (penicilina G); fenoximetilpenicilina (penicilina V).
- Amino penicilinas: amoxicilina, ampicilina.

Cefalosporinas:

- 1ª generación: cefalexina.
- 2ª generación: cefaclor, cefuroxima.
- 3ª generación: cefixima, cefotaxima, ceftriaxona.

Que Son antibióticos bactericidas que actúan inhibiendo la síntesis de la pared celular bacteriana.

Se ofrecerá antipiréticos básicos como:

SALICILATOS · Ácido acetilsalicílico

PARAMINOFENOL · Acetaminofeno o paracetamol (Dirox, Termofren, Causalón, Tempra).

DERIVADOS DEL ÁCIDO ACÉTICO 1) ARILACÉTICOS o FENILACÉTICOS · Diclofenaco sódico (Voltarén) oral e i.m · Diclofenac potásico (Cataflam)

PIRROLACÉTICO · Ketorolaco (Dolten)

DERIVADOS DEL ÁCIDO PROPIONICO · Ibuprofeno oral e i.m. · Ketoprofeno · Naproxeno

OXICAMES · Piroxicam · Meloxicam

se ofrecerá material de curación:

- Soluciones y Pomadas Antisépticas.
- Gel Antibacterial.
- Jeringas.
- Banditas y Cintas microporosas.
- Gasas y Vendas.
- Guantes y Cubrebocas.
- Algodón e Hisopos.

2.2. El cliente.

2.2.1. El perfil del consumidor.

En cuanto a las tendencias del consumidor, según el Fondo de Capitalización e Inversión del Sector Rural (FOCIR) los adultos a quienes está dirigido el producto, tienden a comparar precios y buscar promociones, les importa el bienestar de sus familias, buscan ahorrar dinero y tiempo, así como buscan nuevas presentaciones ya que están dentro un de un nivel socio económico medio- bajo.

De igual manera el sexo al que pertenezcan determina las preferencias del consumidor, ya que por ejemplo las mujeres se preocupan por mantener su figura, les interesa la salud de su familia, son quienes realizan las compras, buscan calidad, precio, ahorro y características del producto. Los hombres por su parte consumen

mayor cantidad de alimentos chatarra, no se fijan en precios, llevan una vida agitada y son pocos los que se preocupan por su figura.

El comportamiento del consumidor es también marcado en su tendencia de consumo por el estrado social al que pertenezca, los estrados bajos son de ingresos limitados, los estrados medios tienen prioridad en el ahorro de tiempo y esfuerzo, mientras que los estrados altos buscan productos gourmet, alimentos funcionales, orgánicos e innovadores.

2.2.2. Identificación de variables.

Entre las clasificaciones se encuentran costos:

Directos o indirectos al objetivo de costos que se considere. Se definen como “costo directo a un objetivo de costeo determinado, a aquellos costos que son inequívocamente identificables con él”, y “costos indirectos a los mismos, a aquellos que no lo sean, probablemente por ser un costo que comparten con otros objetivos de costeo”.

Por ejemplo:

- Costo de local
- Seguridad
- Alquileres
- Gastos generales
- Sueldos del personal
- La gente de las 4 localidades cercanas al ejido prefiere la medicina tradicional

2.3. La demanda.

2.3.1. Análisis de la demanda.

Con el análisis de la demanda se determina y mide cuales son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado con respecto a la demanda del producto, así como establecer la posibilidad de participación del producto del proyecto en la satisfacción de dicha demanda, La variable a medir para conocer con objetividad la demanda de nuestro producto será por medio de encuestas.

2.3.2. La proyección de la demanda.

se basa en la proyección de las ventas futuras con el fin de generar presupuestos de costos y estimados de ventas, entre otros.

Conocer el pronóstico de la demanda permite a las empresas contar con un mínimo de inventario suficiente para abastecer un determinado periodo de ventas y así evitar la escasez de productos.

Con el fin de realizar un pronóstico de las ventas que permita llevar un mejor control de la producción y así reducir los riesgos de pérdida en la empresa, se pueden aplicar los siguientes métodos:

2.4. La oferta.

2.4.1. Los competidores en el mercado del producto.

El mercado de farmacias se caracteriza por la existencia de un gran número de oficinas que pueden desarrollar actuaciones muy similares. Por tanto, en este marco se hará fácil mantener posiciones de liderazgo y el éxito de nuestras actuaciones ya que no se cuenta con competidores directos en el mercado, vendrá establecido principalmente por la diferenciación de los productos y servicios que se ofrezcan y por el grado de fidelización conseguido con nuestros clientes a los de la clínica. Sin embargo, en competidores indirectos la medicina tradicional es uno de ellos ya que las 4 localidades más cercanas al ejido al no contar con una clínica cercana recurren a ellos antes.

2.4.2. Los competidores en los mercados de insumos y servicios relacionados.

En la actualidad, los servicios básicos de atención farmacéutica y la supervivencia de las pequeñas farmacias existentes en esos ámbitos deben garantizarse en el marco de la sanidad pública.

Fuera del ámbito de la atención farmacéutica pública, los pacientes deben poder beneficiarse de la disposición por parte de las farmacias más dinámicas e innovadoras a ofrecer una atención farmacéutica de mayor calidad y a menor precio.

Para lograrlo, la farmacia debe competir con competidores indirectos como en las comunidades: el plan, el platanar, la noria y el naranjo que son las más cercanas al ejido y por lo tanto estarán dentro de los clientes ya que no hay clínicas ni farmacias y los habitantes prefieren acudir a las parteras o la medicina tradicional para no tener que gastar en mayores cantidades

2.5. Estrategias de mercadeo.

La nueva empresa, pretende lanzar al mercado una estrategia de publicidad intensiva en lo referente a la farmacia Local para dar conocer su producto y llegar al cliente objetivo de manera rápida y eficiente a fin de iniciar el camino hacia su posicionamiento.

- Los medios para implementar esta estrategia serán: folletería específica, perifoneo, lonas, pintar bardas.
- Promoción: una de las medidas promocionales que se aplicaran a lo largo de los primeros meses es el lanzamiento de los productos destinados a la población.
- Relaciones Públicas: convenios con el médico de la clínica para la difusión

2.6. Mercado de insumos.

2.6.1. Aspectos a tener en cuenta.

Para realizar el presente proyecto, primeramente, se examinaron los activos tangibles e intangibles con los que se cuenta. De lo cual se rentó un local que se utilizarán para la empresa Farmacia San Miguel. Se cuenta con un local de 4 x 4 en el cual se colocarán 2 vitrinas El terreno cubre un área de 100 m². Para abrir el micronegocio se tiene una persona capacitada sobre productos farmacéuticos porque ha laborado en una farmacia y pasante de enfermería general, para vender los productos y darle la atención que necesita los clientes que contara con un sueldo base de \$100 pesos diarios para empezar, y conforme se vaya estableciendo la empresa se estaría pagando un sueldo coherente y sus prestaciones de ley.

2.6.2. Selección de proveedores insumos.

Son los encargados de suministrar los productos y servicios que posteriormente se ofrecen en el mercado. Suelen integrarse en cadena y parten de la materia prima hasta llegar al producto o servicio final.

En este caso se utilizará a la empresa NADRO para distribuir productos de medicinas y material de curación de gran demanda, ya que los fabricantes no tienen la capacidad de hacer llegar sus productos a todo el mercado consumidor ni a todos los detallistas.

2.7. Proyección de los precios del producto y los insumos.

Es la cantidad monetaria del precio de los productos, y los consumidores a comprar, un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio, ahora bien, los precios pueden locales, nacionales, de zona fronteriza o internacionales y es de suma importancia la delimitación de tales definiciones ya que de lo contrario podría llevar el negocio a la quiebra

Se planea implementar una estrategia de precios bajos, ofreciendo un producto de calidad superior al de mercado, con el objetivo de posicionarse en el mercado, obteniendo con ello diferentes porcentajes de ganancias dependiendo el tipo de producto y/o servicio.