



**MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE
SISTEMAS DE SALUD**

**FORMULACION Y EVALUACION DE
PROYECTOS**

PROYECTO 3ª PARTE

ASESORA:

MARISELA ROBLES

PRESENTA LA ALUMNA:

LESLY YAQUELIN LÓPEZ MATÍAS

5. EVALUACIÓN DE PROYECTOS

5.1 Gerenciamiento del proyecto

- Administración de contratos (personal y renta de local)
- Selección del personal
- Asesoría para la implementación del proyecto

5.2 Plan de ejecución

Los pasos que se realizarán para el plan de ejecución son los siguientes:

1. Análisis del entorno de la farmacia.

Se realizara una evaluación a nivel interno y externo, contemplando los recursos, el posicionamiento, el equipo, la superficie de ventas, la competencia, el mercado, la población, los clientes y el público potencial, esto nos revelara nuestras fortalezas y debilidades y del donde estamos que expondrá las amenazas y oportunidades que se nos puedan presentar

Al momento que se Realice un análisis DAFO permitirá tener una foto detallada de la situación actual para que se pueda conseguir aprovechar las oportunidades y disminuir las amenazas, al mismo tiempo que se podrán potenciar las fortalezas corrigiendo las debilidades.

Por otro lado, la realización del estudio de mercado se conseguirá que este análisis de la situación sea mucho más exhaustivo, porque basándose en la observación, las encuestas, la investigación digital y estudios benchmarking aportarán datos contrastables y de carácter más cuantitativo, que los obtenidos previamente en el análisis DAFO de orden mucho más cualitativo.

2. Objetivos: Se establecerán los objetivos se trata de fijar el fin último que queremos alcanzar con la gestión efectiva de nuestra farmacia. En este sentido, no se trata de tener uno único, podemos diferenciar entre los generales y los

específicos, así como a largo y corto plazo, todos surgirán en función de las posibilidades y necesidades establecidas por el farmacéutico titular.

Lo que si es necesario es que los objetivos cumplan con una serie de requisitos, puesto que según estos se elegirá la estrategia y por tanto el éxito del plan.

3. Estrategias: Se pondrán en acción las estrategias establecidas para poder lograr el posicionamiento deseado para la farmacia y poder captar más clientes. Dichos planes de acción pueden abordar diferentes áreas de trabajo en la Farmacia, ya sea merchandising, promoción, formación del personal, superficie de ventas, producto. Sin embargo, todos ellos estarán marcados por dos ideas clave, la primera la consecución del objetivo, y la segunda, buscar la diferenciación, puesto que esta segunda variable permitirá que destaquemos en el mercado al mismo tiempo que trabajamos por la rentabilidad.

5. Financiamiento

Una vez concluida la etapa de planificación del Plan, dentro de esta etapa se tiene previsto la realización de un análisis para lograr un apalancamiento financiero y checar que alternativa será mejor para poder contar con el capital necesario y lograr el capital sin tanto interés

6. Factibilización

Durante esta etapa se ampliará la etapa de comunicación, promoción y motivación ya realizada en la fase de formulación del proyecto, de tal manera que se confirmen los acuerdos interinstitucionales básicos y los compromisos necesarios para la ejecución.

7. Selección de Personal

Se elegirá al personal para poder ocupar los puestos vacantes de la Farmacia, deberá considerarse asimismo la contratación de personal especializado para las

actividades que se realizaran, seguimiento, evaluación y reorientación de actividades.

8. Capacitación del Personal

Una vez seleccionado el personal y antes del inicio de las operaciones específicas del proyecto, está planteado que se realice la capacitación del personal que actuaría en el Proyecto.

5.3 Evaluación de resultados

El éxito de un proyecto consistirá en conseguir equilibrar las cuatro acciones que son: pensar, hacer, medir y mejorar

Control y Mejora: Trabajar con objetivos lleva implícita la necesidad de contrastar resultados, puesto que mediante éste análisis de control podrás medir la efectividad del proyecto y por tanto establecer áreas, técnicas o necesidades de mejora. Gestionar requiere de una conciencia basada en mejorar la efectividad constantemente. El uso de herramientas de control en los procesos y resultados. El conjunto de valores numéricos que informan acerca de cuatro perspectivas fundamentales en la gestión de la Farmacia: finanzas, clientes, procesos internos y formación-crecimiento sitúan a la farmacia y permiten definir nuevas tareas y/o objetivos a favor del futuro.

Anticiparse a los errores

Una vez que ya ha quedado clara la importancia de desarrollar una evaluación de resultado del plan del proyecto es necesario también realizar estos análisis.

- **Análisis contrastado:** al realizar el análisis del entorno conviene asegurarse de que se utilizan fuentes de información fiables, un análisis erróneo de la situación llevará a un establecimiento equivocado de objetivos.

- **Definición de Objetivos:** en este sentido los objetivos establecidos deben estar muy bien definidos y viables.
- **La estrategia y la planificación:** Contar con una estrategia y hay que seguir el orden planificado, ejecutar acciones sin coherencia difícilmente conduce al éxito.
- **Organización y participación:** Hay que checar que la estrategia este organizada y definir los roles de participación del equipo de la farmacia. Una buena asignación de tareas conseguirá que se trabaje con productividad.