

**INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR ECUATORIANO DE
PRODUCTIVIDAD**

CARRERA PROMOCIÓN DE LA SALUD

**ELABORACIÓN DE UN MODELO DE FARMACIA ESPECIALIZADA
DE PRODUCTOS PARA PACIENTES CON PATOLOGÍAS DEL
SISTEMA NERVIOSO CENTRAL PARA GRUPO DIFARE.**

**Trabajo de Titulación previo la obtención del título de Tecnólogo en
Promoción de la Salud**

AUTORES:

**AIDA CRISTINA ACOSTA ROMO
CARLOS ALERTO REYES ALMEIDA**

TUTORA: ECON. XIMENA MALDONADO

Quito, 2024

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Aida Cristina Acosta Romo, declaro bajo juramento que la investigación es absolutamente original, autentica, es de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes. Las ideas, doctrinas, resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad

Aida Cristina Acosta Romo

C.C: 0400882908

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Carlos Alberto Reyes Almeida, declaro bajo juramento que la investigación es absolutamente original, autentica, es de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes. Las ideas, doctrinas, resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad

Carlos Alberto Reyes Almeida

C.C: 0914793468

LICENCIA DE USO NO COMERCIAL

Yo, Aida Cristina Acosta Romo portador de la cédula de ciudadanía signada con el No. 0400882908 de conformidad con lo establecido en el Artículo 110 del Código de Economía Social de los Conocimientos, la Creatividad y la Innovación (INGENIOS) que dice: “En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos. Sin perjuicio de los derechos reconocidos en el párrafo precedente, el establecimiento podrá realizar un uso comercial de la obra previa autorización a los titulares y notificación a los autores en caso de que se traten de distintas personas. En cuyo caso corresponderá a los autores un porcentaje no inferior al cuarenta por ciento de los beneficios económicos resultantes de esta explotación. El mismo beneficio se aplicará a los autores que hayan transferido sus derechos a instituciones de educación superior o centros educativos.”, otorgo licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del proyecto denominado **ELABORACIÓN DE UN MODELO DE FARMACIA ESPECIALIZADA DE PRODUCTOS PARA PACIENTES CON PATOLOGÍAS DEL SISTEMA NERVIOSO CENTRAL PARA GRUPO DIFARE.** con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Ecuatoriano de Productividad

Aida Cristina Acosta Romo

C.C: 0400882908

**ELABORACIÓN DE MODELO DE FARMACIA ESPECIALIZADA DE PRODUCTOS PARA PACIENTES
CON PATOLOGÍAS DEL SISTEMA NERVIOSO CENTRAL PARA GRUPO DIFARE.**

LICENCIA DE USO NO COMERCIAL

Yo, Carlos Alberto Reyes Almeida portador de la cédula de ciudadanía signada con el No. 091479346-8 de conformidad con lo establecido en el Artículo 110 del Código de Economía Social de los Conocimientos, la Creatividad y la Innovación (INGENIOS) que dice: “En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos. Sin perjuicio de los derechos reconocidos en el párrafo precedente, el establecimiento podrá realizar un uso comercial de la obra previa autorización a los titulares y notificación a los autores en caso de que se traten de distintas personas. En cuyo caso corresponderá a los autores un porcentaje no inferior al cuarenta por ciento de los beneficios económicos resultantes de esta explotación. El mismo beneficio se aplicará a los autores que hayan transferido sus derechos a instituciones de educación superior o centros educativos.”, otorgo licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del proyecto denominado **ELABORACIÓN DE UN MODELO DE FARMACIA ESPECIALIZADA DE PRODUCTOS PARA PACIENTES CON PATOLOGÍAS DEL SISTEMA NERVIOSO CENTRAL PARA GRUPO DIFARE** con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Ecuatoriano de Productividad

Carlos Alberto Reyes Almeida

C.C: 0914793468

**ELABORACIÓN DE MODELO DE FARMACIA ESPECIALIZADA DE PRODUCTOS PARA PACIENTES
CON PATOLOGÍAS DEL SISTEMA NERVIOSO CENTRAL PARA GRUPO DIFARE.**

DEDICATORIA

Esta tesis va más allá de una recopilación de ideas y evaluaciones; representa una travesía marcada por la batalla y el esfuerzo. A medida que escribo estas líneas, no puedo evitar pensar en el viaje que hemos emprendido juntos, un viaje en el que cada uno de ustedes ha sido mi faro y mi inspiración.

A lo largo de los años, enfrenté obstáculos que parecían insuperables asumí la responsabilidad de guiarlos y cuidarlos en un camino que con frecuencia se volvía empinado y escabroso. Sin embargo, en cada paso, ustedes fueron mi motivación para seguir adelante, incluso cuando el peso de las circunstancias parecía abrumador.

Me han enseñado lecciones profundas sobre el verdadero significado de la perseverancia y el amor incondicional por su fortaleza y su capacidad para adaptarse a las adversidades. Cada dificultad que enfrentamos juntos solo fortaleció nuestra conexión y nuestra determinación de construir un futuro mejor.

Esta tesis no es solo el resultado de mis propios esfuerzos, sino también el resultado de nuestro trabajo en equipo, colaboración y apoyo mutuo a lo largo del tiempo. Cada éxito que celebramos hoy es el resultado de un esfuerzo colectivo, de nuestras manos entrelazadas, enfrentando el mundo con valentía y determinación.

En este día tan especial, quiero dedicar estas palabras a mis queridos hijos, quienes han sido mi luz en los momentos más difíciles, mi inspiración en los momentos de incertidumbre y mi mayor orgullo en cada triunfo. Que esta tesis sirva como un recuerdo permanente de nuestra conexión inquebrantable y del amor que nos une.

Con amor:

Cristina Acosta Romo

AGRADECIMIENTO

Con gratitud y profundo aprecio, deseo dedicar este logro académico a nuestra estimada empresa Difare, cuyo apoyo incondicional ha sido el motor que nos ha impulsado a alcanzar este importante hito en nuestras vidas. A lo largo de nuestro recorrido académico, hemos sido guiados por el respeto y la confianza que nuestra empresa depositó en nosotros al alentar y facilitar nuestra formación universitaria. Y agradezco también al Instituto Superior Tecnológico de Productividad, en especial al Msc. Ramiro Toro por todo su apoyo y comprensión.

Cristina Acosta Romo

DEDICATORIA

A mi familia: Jennifer, Estela, Verónica, Carlos Javier, Santiago, Pamela, Carlos Daniel, Gía, Emilia y Guillermo, por su apoyo constante y haber sido mi mayor motivación durante estos 2 años, esto es gracias a Ustedes.

AGRADECIMIENTO

Gracias a Grupo Difare, a todos los maestros del ITSEP por compartir sus conocimientos y enseñanzas y gracias en especial al MGS. Ramiro Toro por darnos la oportunidad de profesionalizarnos y hacer realidad este sueño que teníamos pendiente para nosotros y nuestras familias.

ÍNDICE GENERAL

DECLARACIÓN DE AUTORÍA	II
LICENCIA DE USO NO COMERCIAL	IV
DEDICATORIA	VI
<i>ABSTRACT</i>	XV
CAPÍTULO I	1
1.01 ANTECEDENTES	1
CONTEXTO.....	1
1.02 JUSTIFICACIÓN	4
CAPÍTULO II	5
2.01 ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS	5
2.02 MAPEO DE INVOLUCRADOS.....	5
2.03 MATRIZ DE ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS	6
CAPÍTULO III	7
3.01 PROBLEMAS Y OBJETIVOS	7
3.02 ÁRBOL DE PROBLEMAS.....	8
3.03 ÁRBOL DE OBJETIVOS	9
CAPÍTULO IV	10
4.01 DIAGRAMA DE ESTRATEGIAS	10
4.02 MATRIZ DE MARCO LÓGICO (MML).....	11
CAPÍTULO V	12
5.01 FILOSOFÍA DE LA PROPUESTA	12
5.01.01 PROPÓSITO.....	12
5.01.02 VISIÓN.....	12
5.01.03 OBJETIVO GENERAL.....	12
5.01.04 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.	12
5.01.05 VALORES CORPORATIVOS.	12
5.01.06 POLÍTICAS DE FARMACIAS CRUZ AZUL Y PHARMACYS	13
5.02 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA FARMACIA.....	15

5.03 ASPECTO LEGAL.....	15
5.04 METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN	16
5.04.01 ETAPAS DE LA INVESTIGACIÓN.....	16
5.04.02 POBLACIÓN Y MUESTRA.....	17
5.04.03 FÓRMULA PARA CALCULAR LA MUESTRA	17
5.04.04 HERRAMIENTAS DE LA INVESTIGACIÓN	17
5.04.04.01 Técnica de recolección de datos	17
5.04.04.02 Justificación de la metodología de investigación	18
5.05 MODELO DE ENCUESTA	18
5.06 MODELO CANVAS	25
5.07 ESTRATEGIAS.....	26
5.07.01 Estrategia de marketing	26
5.07.02 Estrategias de procesos	27
5.07.03 Estrategia financiera	28
5.08 ANÁLISIS DE CAUSALIDAD PERSPECTIVAS Y OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	
29	
5.09 ANÁLISIS DE CAUSALIDAD PERSPECTIVA Y OBJETIVOS ESPECÍFICOS	29
5.10 ESTUDIO FINANCIERO.....	30
5.10.01 Ingresos Proyectados	32
5.10.02 Egresos proyectados	32
5.10.02.02 GASTOS	33
5.10.03 Proyección de utilidades	34
5.11 PUNTO DE EQUILIBRIO	35
5.12 CALCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO	36
RECOMENDACIONES	39
CONCLUSIONES	39

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 - Matriz T	4
Tabla 2 - Tabulación Pregunta 1	20
Tabla 3 - Tabulación Pregunta 2	20
Tabla 4 - Tabulación Pregunta 3	21
Tabla 5 - Tabulación Pregunta 4	22
Tabla 6 - Tabulación Pregunta 5	23
Tabla 7 - Modelo CANVAS	25
Tabla 8 - Estrategias de Marketing	26
Tabla 9 - Estrategias de Procesos	27
Tabla 10 - Estrategias Financieras	28
Tabla 11 - Análisis de perspectivas y objetivos estratégicos	29
Tabla 12 - Análisis de perspectiva y objetivos específicos	29
Tabla 13 - Estudio Financiero	30
Tabla 14 - Inventario	31
Tabla 15 - Ingresos Proyectados	32
Tabla 16 - Costos de Venta	32
Tabla 17 - Gastos Ventas	33
Tabla 18 - Gastos Administrativos	34
Tabla 19 - Proyección Utilidades	34
Tabla 20 - Punto de Equilibrio	35

ÍNDICE DE GRÁFICAS

Gráfica 1 - Mapeo de Involucrados	5
Gráfica 2 - Matriz de análisis de involucrados	6
Gráfica 3 - Árbol de Problemas	8
Gráfica 4 - Árbol de Objetivos	9
Gráfica 5 - Diagrama de Estrategias	10
Gráfica 6 - Matriz del Marco Lógico.....	11
Gráfica 7 - Organigrama estructural	15

RESUMEN

El proyecto propone la creación de una farmacia especializada para pacientes que sufren enfermedades mentales y así poder acceder a los tratamientos y medicamentos de manera económica y segura, con la garantía de poder cumplir dichos tratamientos y así eliminar el abandono por falta de stock y la consiguiente recaída en el paciente.

El proyecto contempla la importancia de la salud mental en toda la ciudadanía, situación que fue agravada con la llegada del Covid-19 donde se incrementaron considerablemente los casos de depresión y ansiedad a nivel mundial.

El proyecto busca ayudar al público a obtener fácil acceso a sus tratamientos psiquiátricos y a Difare, a mantenerse como líder en el área farmacéutica mediante la innovadora implementación de una farmacia especializada para pacientes con enfermedades de salud mental. Se espera que estas acciones no solo beneficien a los afectados por problemas psiquiátricos, sino que también sirvan como un modelo para implementar otras farmacias de especialidad para el Grupo Difare. La colaboración entre médicos, pacientes y farmacia son esencial para el éxito y sostenibilidad del proyecto.

Palabras clave: Enfermedades Mentales, Tratamientos, Salud Mental, Covid-19, Difare.

ABSTRACT

The project proposes the creation of a specialized pharmacy for patients suffering from mental illnesses and thus be able to access treatments and medications in an economical and safe manner, with the guarantee of being able to complete said treatments and thus eliminate abandonment due to lack of stock and the consequent relapse in the patient.

The project contemplates the importance of mental health in all citizens, a situation that was aggravated with the arrival of Covid-19 where cases of depression and anxiety increased considerably worldwide.

The project seeks to help the public gain easy access to their psychiatric treatments and Difare to remain a leader in the pharmaceutical area through the innovative implementation of a specialized pharmacy for patients with mental health illnesses. These actions are expected to not only benefit those affected by psychiatric problems, but also serve as a model to implement other specialty pharmacies for the Difare Group . Collaboration between doctors, patients and pharmacy is essential for the success and sustainability of the project.

Keywords: Mental Illnesses, Treatments, Mental Health, Covid-19, Difare.

CAPÍTULO I

1.01 Antecedentes

Contexto

Macro:

En el año 2019, con la llegada del virus Covid-19 aparecieron también nuevas maneras de ansiedad que afectaron a niños, jóvenes y adultos a nivel mundial. El miedo a contraer el virus y a morir, el aislamiento, la incertidumbre se apoderó de todas las personas. La tristeza por pérdida de familiares, la falta de empleos, deudas, preocupación por el futuro fueron factores que incrementaron los casos de Ansiedad y Depresión en todo el mundo de una manera nunca antes vista y que cambio la manera de vida de todos.

Con la llegada del Covid-19 la depresión y ansiedad a nivel mundial aumentó en un 25% según un estudio de la OMS y presentado por la ONU el 2 de marzo 2022; el informe indica que afectó más a las mujeres y a los jóvenes, especialmente a los que tienen entre 20 y 24 años, que a los ancianos inclusive.

Meso:

Ecuador también vivió los estragos de la pandemia. Estudios realizados, demostraron un incremento en enfermedades mentales, principalmente depresión y ansiedad por lo que la venta y comercialización de productos para enfermedades del sistema nervioso central se incrementaron y dicha demanda en ocasiones no pudo ser solventada.

Micro:

Quito y Guayaquil han sido las ciudades donde más se ha evidenciado esta temática, ya que al ser ciudades grandes poseen mayor cantidad de hospitales, clínicas y consultorios con especialistas para tratar este tipo de patología. Centros como el Hospital San Juan de



Dios e Instituto de Neurociencias incrementaron los casos de Depresión y Ansiedad y hasta se cuadruplicó el número de pacientes diarios con estas patologías.

Según un informe de la Organización Mundial de la Salud (OMS) presentado el 2 de marzo de 2022 por la Organización de las Naciones Unidas (ONU), los niveles de depresión y ansiedad se han incrementado en un 25 % a nivel mundial como resultado de la pandemia de COVID-19. Según este estudio, las mujeres y los jóvenes, especialmente aquellos con edades comprendidas entre los 20 y los 24 años, incluso más que los adultos mayores, se vieron más afectados.

“La información que tenemos ahora sobre el impacto del Covid-19 en la salud mental del mundo es solo la punta del iceberg” afirmó el director general de la OMS Dr. Tedros Adhanom Ghebreyesus calificó estos resultados como “una llamada de atención a todos los países para que presten más atención a la salud mental y la ayuda que necesita la población al respecto”.

Desde el año 2020 a la actualidad, los problemas de Depresión y de Ansiedad se han convertido en patologías de común atención en dispensarios, centros médicos y consultorios particulares de todo el mundo; esto como secuencia del Covid-19. Las muertes inesperadas, falta de empleos, deudas y problemas económicos afectaron a la población mundial causando la aparición de estos síntomas, además del miedo a la muerte y la incertidumbre al futuro, reportes indican que moléculas como Escitalopram estuvo a punto de agotarse a nivel mundial debido a la alta demanda.

Ecuador, no se ha librado de esto, ya que la depresión y ansiedad se ha incrementado en todas las regiones, siendo Quito y Guayaquil las ciudades donde más se puede analizar esta situación. Un estudio Publicado en la Revista Nacional de Neurología, Vol. 30 Num.2, 2021 indicó lo siguiente:

“Describir el estado de la salud mental de los adultos ecuatorianos durante la pandemia por COVID-19 de marzo a agosto de 2020. Para este fin, se analizaron los datos de un estudio más amplio que involucró varios países hispanohablantes. La investigación tuvo

un diseño no experimental, cuantitativo, transversal de tipo descriptivo donde se aplicó una encuesta anónima en línea.

En total participaron 766 personas, 64.23% fueron mujeres y la edad media fue de 32.35 (DT = 12.54). Alrededor del 8% de los participantes declararon haber tenido diagnóstico de COVID-19 y un 12.9% haber experimentado síntomas relacionados. La mayor parte de los participantes (77.4%) indicaron no haber tenido problemas de salud mental en el pasado y el 87.6% no tener estos problemas durante la pandemia. Sin embargo, el 41% reconoció tener mayor malestar psicológico. Los participantes presentaron niveles bajos de síntomas (depresión, ansiedad y estrés). Las mujeres y los adultos jóvenes fueron los grupos más afectados por los síntomas evaluados”.

Los problemas psiquiátricos afectan a toda la población: niños, jóvenes, adultos y ancianos; son grupos a los que afectan la depresión, ansiedad y estrés, no discriminan raza ni condición social, por ello es importante una atención primaria a todas estas patologías y además de contar con un sitio especializado de venta de productos para SNC, ya que, generalmente los pacientes no encuentran sus recetas completas y por ello abandonan o incumplen los tratamientos.

1.02 Justificación

El presente trabajo es para proponer la creación de una farmacia especializada para pacientes con enfermedades mentales ya que es muy difícil conseguir la medicación que se necesita para controlar este tipo de patologías y aprovechar que Difare tiene la estructura, sistemas implementados y capacidad de respuesta ante las necesidades de los pacientes con este tipo de patologías, esto ayudaría mucho a este grupo de personas vulnerables y a sus familias.

1.03 Definición del problema central

Falta de establecimientos que garanticen los tratamientos para pacientes con problemas psiquiátricos y neurológicos, con el fin de garantizar que encuentren todos sus tratamientos con medicamentos de calidad, economía y promociones que garanticen su cumplimiento.

1.03.01 Matriz T

Por medio de la Matriz T se explicará la situación actual del proyecto, haciendo un breve análisis de las situaciones que pueden presentarse como "Empeorada" y "Mejorada" y analizar las fuerzas que "Impulsan" y "Bloquean"

MATRIZ T					
Situación empeorada	Situación Actual				Situación mejorada
Pacientes dejan el tratamiento por falta de medicamentos o no lo cumplen	Farmacia Especializada que le garantiza stock, economía y servicio de calidad				Pacientes cumplen su tratamiento, remiten sintomatología y se reintegran a sus actividades cotidianas
Fuerzas Impulsadoras	I	PC	I	PC	Fuerzas Bloqueadoras
Título del proyecto	1	4	3	1	Difare no aprueba el proyecto
Realizar un estudio de mercado	2	5	3	1	Mal enfocado el estudio de mercado
Presentar creación de Farmacia	1	4	4	1	Desinterés por la nueva propuesta
Pedir ayuda por parte del Medico	2	5	3	1	Médico no quiera colaborar

Tabla 1 - Matriz T

Elaborado por: Cristina Acosta/Carlos Reyes

Fuente: Investigación propia

CAPÍTULO II

2.01 Análisis de involucrados

Para poder realizar el presente trabajo debemos de mencionar que entre los involucrados estarían:

- Centros de Psiquiatría Quito y Guayaquil.
- Los médicos especialistas que están en estos centros.
- Los pacientes que padecen problemas de Salud Mental.
- La familia de los pacientes, mismos que son importantes para el apoyo sea emocional y/o económico.
- Grupo Difare que gracias a sus cadenas de farmacias Cruz Azul y Pharmacys ayudan a los pacientes a cumplir sus tratamientos.
- El Estado, ya que el Ministerio de Salud Publica debería tener programas de medicación y contingencia para este tipo de patologías.

2.02 Mapeo de involucrados

Es una herramienta imprescindible para elaborar las estrategias de implementación de un proyecto, siendo un recurso visual para poder identificar los grupos de interés y permite viabilizar las acciones a implementar en el proyecto y su alcance real.



Gráfica 1 - Mapeo de Involucrados

Elaborado por: Cristina Acosta/Carlos Reyes

2.03 Matriz de análisis de involucrados

Por medio de esta matriz se va a analizar quienes son los involucrados, cuáles son los intereses del problema, problemas percibidos, cuáles son los recursos, mandatos y capacidades, los intereses del proyecto y finalmente cuales son los conflictos potenciales.

GRUPOS	INTERESES	PROBLEMAS PERCIBIDOS	MANDATOS Y RECURSOS
Centros Psiquiátricos	Tratar y brindar servicios de calidad a los pacientes con problemas y trastornos en Salud Mental	Falta de especialistas y medicinas para atender la demanda	Brindar un mejor servicio a los pacientes y tener la cantidad adecuada de especialistas en Psiquiatría
Pacientes	Encontrar todos sus tratamientos para cumplirlos y aplacar su sintomatología	Pacientes se quejan de no encontrar sus tratamientos completos, stock suficiente y abandonar ,los tratamientos por este motivo	Atención de calidad, encontrar los tratamientos completos, promociones y precios accesibles
Médicos	Tener puntos de venta especializados que garanticen stock completo de productos para sus pacientes	Médicos que cambian recetas por falta de stock, contar con un punto de venta especializado donde sus pacientes encuentren sus tratamientos completos	Tener un punto de venta especializado donde sus pacientes encuentren los medicamentos que sus pacientes requieren para cumplir sus tratamientos
Grupo Difare	Tener mayor rotación de productos de especialidad y así garantizar servicio y calidad al cliente además de una ganancia económica	Identificar los puntos de venta adecuados para este plan, tener stock suficiente de productos psiquiátricos	Espacio físico en la farmacia, recursos tecnológicos, stock de productos
Familia	Dar apoyo a los pacientes y ayudar en el cumplimiento del tratamiento	Ver al paciente como una carga, no tener el dinero suficiente para poder cumplir con el tratamiento	Estar siempre presente, ser apoyo emocional y financiero para que el paciente se sienta respaldado y pueda cumplir su tratamiento
Estado	Que el Estado cree planes y recursos para atención de pacientes con enfermedades de Salud Mental	Que el Estado no posea presupuesto para planes o medicinas en pacientes con problemas de Salud Mental	Que la Salud Mental sea prioridad para el Ministerio de Salud Pública y aporte con los recursos necesarios para ayudar a los pacientes

Gráfica 2 - Matriz de análisis de involucrados

Elaborado por: Cristina Acosta/Carlos Reyes

Fuente: Propia de investigación

CAPÍTULO III

3.01 Problemas y objetivos

Problema:

Falta de establecimientos que garanticen los tratamientos para pacientes con problemas psiquiátricos y neurológicos, con el fin de garantizar que encuentren todos sus tratamientos con medicamentos de calidad, economía y promociones que garanticen su cumplimiento.

Objetivos:

Uno de los objetivos principales de este trabajo de investigación fue preguntar al personal médico y pacientes sobre sus necesidades al momento de prescribir, y que el paciente acuda a un lugar donde pueda comprar sus tratamientos y encontrarlos completos con calidad y a un precio accesible.

Es por esto que es necesario investigar si es factible la creación de un área especializada, dentro de las farmacias del Grupo Difare que posea el stock necesario y los tratamientos que el paciente requiere para cumplir con la terapia; con productos de calidad, buenos precios y promociones que le ayuden a economizar.

Por ello es importante realizar encuestas de información sobre la factibilidad de poder crear esta área de venta tanto en Quito como en Guayaquil.

Objetivo general

Establecer la factibilidad de la creación de un área de venta, dentro de la farmacia, con stock completo economía y promociones para pacientes con problemas de depresión, ansiedad y del SNC en general.

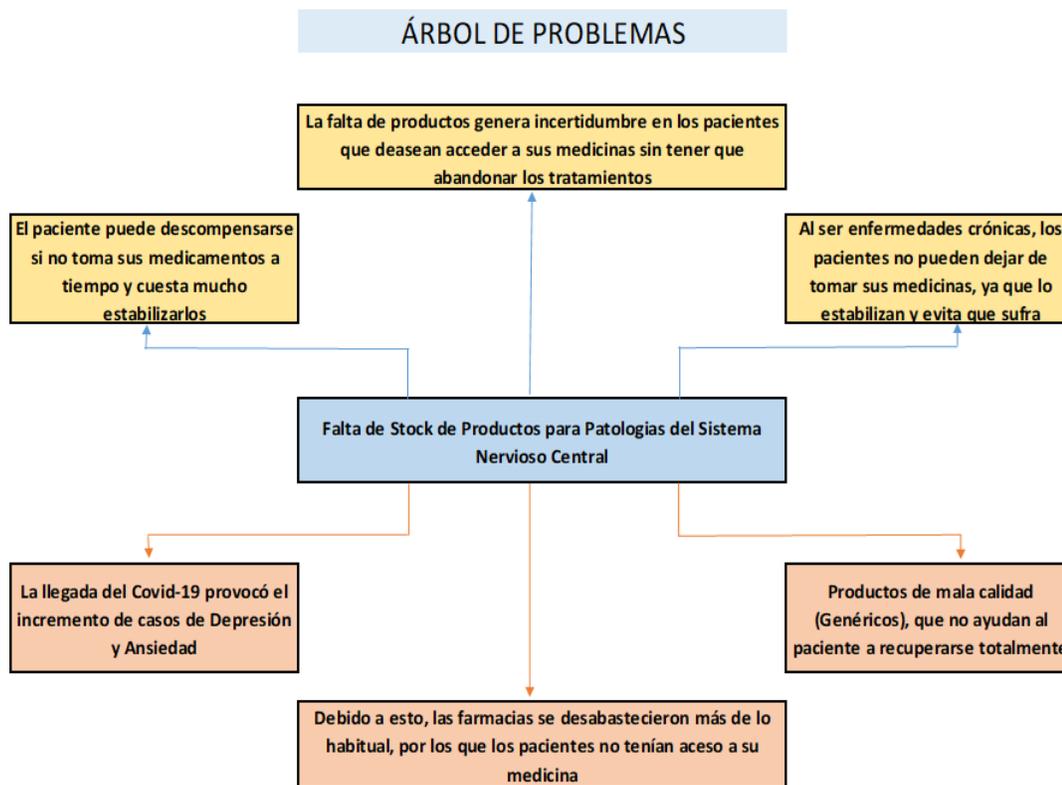
Objetivos específicos

- Identificar las instituciones, médicos y lugares donde sea viable este plan e investigación.
- Investigar fundamentos teóricos en el área de venta especializada con productos para enfermedades psiquiátricas y del SNC.
- Implementar un Plan de Difusión mediante la investigación obtenida tanto para médicos como para pacientes y productos.

**ELABORACIÓN DE MODELO DE FARMACIA ESPECIALIZADA DE PRODUCTOS PARA PACIENTES
CON PATOLOGÍAS DEL SISTEMA NERVIOSO CENTRAL PARA GRUPO DIFARE.**

3.02 Árbol de problemas

Por medio del árbol de problemas se va a analizar cuál es la problemática y como se intenta solucionar por medio de una intervención tipo causa efecto.



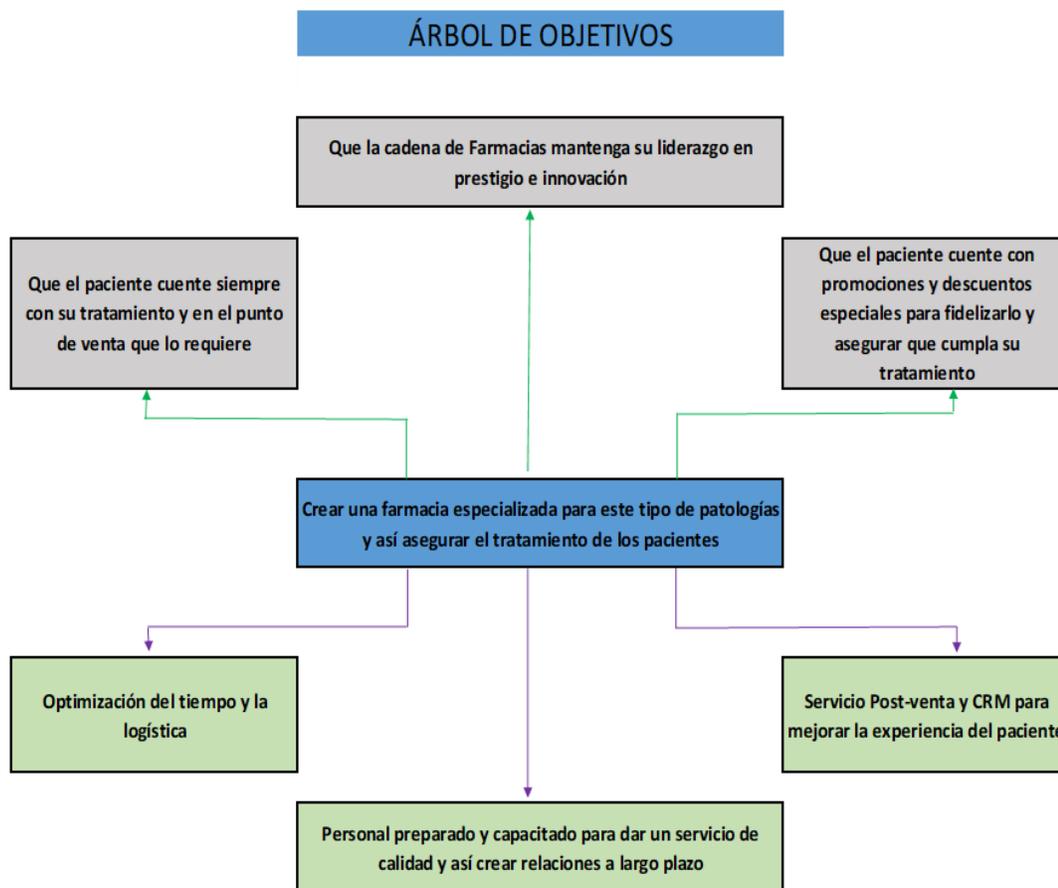
Gráfica 3 - Árbol de Problemas

Realizado por: Cristina Acosta/Carlos Reyes

Fuente: Investigación propia

3.03 Árbol de objetivos

Explicaremos por medio del árbol de objetivos la manera de transformar la visión negativa del árbol de problemas a una visión positiva tomando las causas en medios y los efectos en fines



Gráfica 4 - Árbol de Objetivos

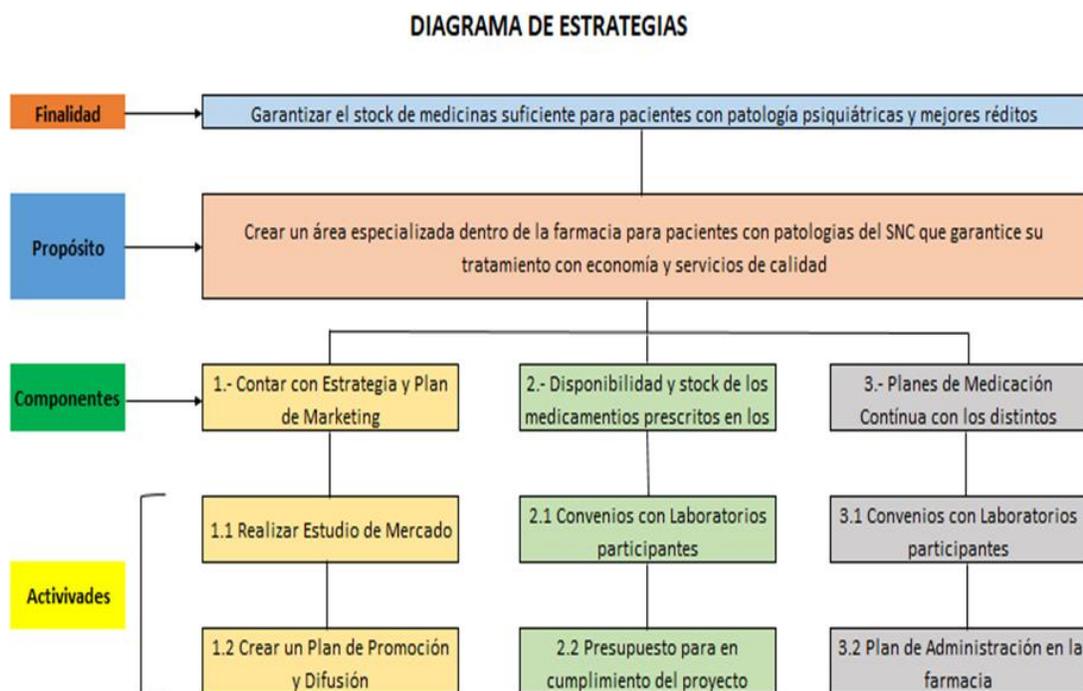
Realizado por: Cristina Acosta/Carlos Reyes

Fuente: Investigación propia

CAPÍTULO IV

Dentro del diagrama de estrategias se puede constatar cada paso a seguir para que de una manera ordenada poder tomar las decisiones correctas sobre las actividades a realizarse en base a los componentes planteados en el proyecto.

4.01 Diagrama de estrategias



Gráfica 5 - Diagrama de Estrategias

Realizado por: Cristina Acosta/Carlos Reyes

Fuente: Propia de investigación

4.02 Matriz de Marco Lógico (MML)

La Matriz del Marco Lógico permite analizar de forma resumida, sistemática y lógica los aspectos más importantes del proyecto, de igual manera sirve para determinar si se han alcanzado o no los objetivos planteados y concluir si los factores externos del proyecto pueden influir en su aplicación.

FINALIDAD	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
Garantizar el stock de medicinas suficiente para pacientes con patología psiquiátricas y mejores réditos económicos para Grupo Difare	Segundo semestre del año tener implementada el área para pacientes con patologías del SNC	Informe del incremento en mínimos y máximos en la farmacia para suplir la demanda	Escasez de productos por fallas de importación. Etc
PROPÓSITO			
Crear un área especializada dentro de la farmacia para pacientes con patologías del SNC que garantice su tratamiento con economía y servicios de calidad	Segundo semestre del año tener implementada el área para pacientes con patologías del SNC	Documentación que habilita a la farmacia operar	Que Grupo Difare no acepte la propuesta
COMPONENTES			
1.- Contar con Estrategia y Plan de Marketing	Tener identificados los Centros Psiquiátricos con quienes se trabajará	Informe del Análisis del mercado	no tener claro con que Centros Psiquiátricos trabajar o mercado que se va a atender
2.- Disponibilidad y stock de los medicamentos prescritos en los Centros Psiquiátricos	Comunicar a los Laboratorios que deseen participar y confirmar hasta mayo 2024	Acuerdos y convenios con Laboratorios participantes	Poco o ningún interés de las casas Farmacéuticas
3.- Planes de Medicación Continua con los distintos Laboratorios que participen del Plan	Tener aprobación y convenios con casas farmacéuticas participantes maximo hasta junio 2024	Convenios firmados y legalizados	No querer realizar convenios o Planes de Medicación Continua para pacientes
ACTIVIDADES	PRESUPUESTO		
1.1 Realizar Estudio de Mercado	0,00	Facturas, rotación e informes de reposición de los puntos de venta	No poder cumplir con la planificación para lograr las metas y objetivos planteados
1.2 Crear un Plan de Promoción y Difusión	\$ 250,00		
2.1 Convenios con Laboratorios participantes	0,00		
2.2 Presupuesto para en cumplimiento del proyecto	0,00		
3.1 Convenios con Laboratorios participantes	0,00		
4 Plan de Administración en la farmacia	\$ 150,00		
TOTAL	\$ 400,00		

Gráfica 6 - Matriz del Marco Lógico

Realizado por: Carlos Reyes/Cristina Acosta

Fuente: Propia de investigación

CAPÍTULO V

5.01 Filosofía de la propuesta

5.01.01 Propósito.

Trabajamos para mejorar la calidad de la salud y el bienestar de las personas, contribuyendo al sector farmacéutico y de consumo.

5.01.02 Visión.

Seremos una Corporación Internacional, integrada en el sector de la salud, con competencias de clase mundial, comprometida con el éxito de nuestros clientes y el bienestar de la comunidad.

5.01.03 Objetivo general.

Establecer la factibilidad de la creación de un área de venta, dentro de la farmacia, con stock completo economía y promociones para pacientes con problemas de depresión, ansiedad y del SNC en general.

5.01.04 Objetivos específicos.

- Identificar las instituciones, médicos y lugares donde sea viable este plan e investigación.
- Investigar fundamentos teóricos en el área de venta especializada con productos para enfermedades psiquiátricas y del SNC.
- Implementar un Plan de Difusión mediante la investigación obtenida tanto para médicos como para pacientes y productos.

5.01.05 Valores Corporativos.

- ✓ EXCELENCIA EN EL SERVICIO

Satisfacemos las necesidades, superamos las expectativas de nuestros clientes internos y externos mediante procesos de calidad con gran vocación de servicio.

**ELABORACIÓN DE MODELO DE FARMACIA ESPECIALIZADA DE PRODUCTOS PARA PACIENTES
CON PATOLOGÍAS DEL SISTEMA NERVIOSO CENTRAL PARA GRUPO DIFARE.**

✓ **COMPROMISO CON LA COMUNIDAD**

Nos esforzamos permanentemente por contribuir con la salud, bienestar de la comunidad y la preservación de nuestro entorno ambiental.

✓ **INICIATIVA**

Somos proactivos para proponer ideas y emprender acciones a favor de las personas, creando así soluciones y nuevas oportunidades de mejoras.

✓ **ORIENTACIÓN AL CONSUMIDOR**

Nos acercamos a nuestros consumidores para conocerlos, por eso trabajamos para ofrecerles los mejores productos y servicios para su salud y bienestar.

✓ **RENDICIÓN DE CUENTAS**

Somos responsables de nuestras decisiones y respondemos por nuestro desempeño ante nuestros grupos de interés.

✓ **DESARROLLO DE COLABORADORES**

Estamos comprometidos con la formación personal y profesional de nuestros colaboradores en un ambiente laboral de respeto y de confianza.

5.01.06 Políticas de Farmacias Cruz Azul y Pharmacys

Política de facturación.

• **Propósito.** Establecer el proceso de documento al cobro legal de los servicios y bienes que se ofrece a los pacientes, siempre respetando la receta del médico.

• **Alcance.** Está metodología comprende el procedimiento e instrucciones para la facturación de servicios y bienes, así como las diferentes formas de pago, y el manejo de documentos involucrados en el proceso.

Política de compras.

- **Propósito.** Suministrar oportunamente a los usuarios internos los requerimientos de nuevas adquisiciones para el soporte y desarrollo de la atención y servicios.

- **Alcance.** Cumplir con el proceso de compras, bienes y servicios en las mejores condiciones y al precio más conveniente para la Compañía.

Política de cuentas por pagar.

- **Propósito.** Cancelar las obligaciones financieras contraídas por la Compañía originados por diferentes conceptos, los mismos que se pagarán a los acreedores.

- **Alcance.** Cumplir con los compromisos económicos adquiridos Grupo Difare, dentro de los plazos estipulados con los diferentes acreedores, cuyas obligaciones se registran en las cuentas del catálogo único de cuentas.

Política para pagos.

- **Propósito.** Determinar los pasos necesarios para la elaboración de cheques con los se vaya a cancelar a proveedores, salarios o cualquier otro pago relacionado con compromisos adquiridos por Grupo Difare..

- **Alcance.** El procedimiento abarca desde las personas que solicitan los egresos de pago o emisión de cheques, hasta los responsables para su elaboración y firmas de los documentos.

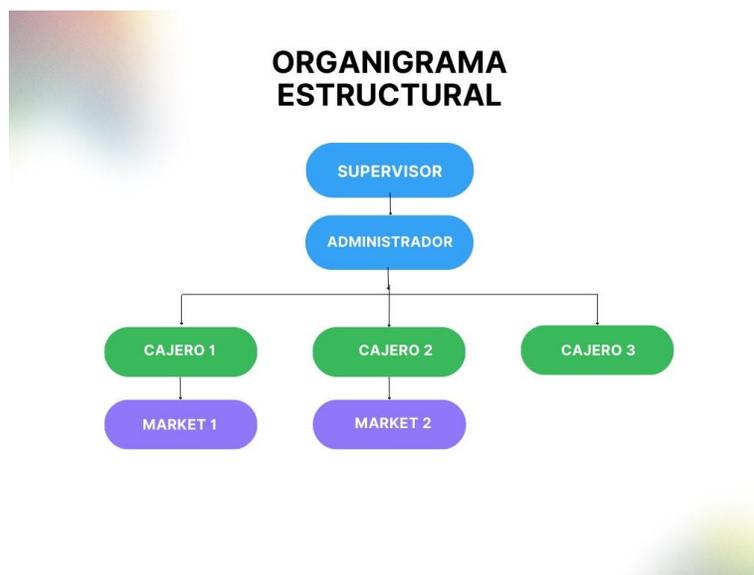
Política para Software y Hardware.

- **Propósito.** Procesar y mantener respaldada la información generada por Grupo Difare.
- **Alcance.** Poner en conocimiento de los usuarios software y hardware como herramienta básica para el procesamiento de información de datos. Mantener el correcto funcionamiento de las aplicaciones informáticas y el control de accesos y funcionamientos de la red.

Política de seguridad.

- **Propósito.** Establecer un estricto control en el ingreso y salida de visitantes y del personal. Regular la adecuada vigilancia a través del control de las instalaciones y activos pertenecientes a Grupo Difare.
- **Alcance.** Mantener las seguridades adecuadas para el buen desempeño y atención de usuarios de la cadena Cruz Azul.

5.02 Organigrama estructural de la farmacia



Gráfica 7 - Organigrama estructural

Realizado por: Cristina Acosta/Carlos Reyes
Fuente: Grupo Difare

5.03 Aspecto Legal

Farmacias Cruz Azul y Pharmacys, perteneciente a Grupo Difare y bajo su Representante Legal es una cadena de farmacias establecida desde hace 23 años y que posee toda su documentación en regla para operar en todo el territorio nacional.

5.04 Metodología de investigación

Método Cuantitativo: se centra en los hechos o causas del fenómeno social, con escaso interés por los estados subjetivos del individuo. Este método utiliza el cuestionario, inventarios y análisis demográficos que producen números, los cuales pueden ser analizados estadísticamente para verificar, aprobar o rechazar las relaciones entre las variables definidas operacionalmente, además regularmente la presentación de resultados de estudios cuantitativos bien sustentada con tablas estadísticas, gráficas y un análisis numérico. (Peñuelas, 2010).

Método Cualitativo: el método de investigación cualitativa es la recogida de información basada en la observación de comportamientos naturales, discursos, respuestas abiertas para la posterior interpretación de significados. (Taylor, 1986)

Método Descriptivo: la investigación descriptiva consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables. Los investigadores no son meros tabuladores, sino que recogen los datos sobre la base de una hipótesis o teoría, exponen y resumen la información de manera cuidadosa y luego analizan minuciosamente los resultados, a fin de extraer generalizaciones significativas que contribuyan al conocimiento. (Meyer, 1944).

5.04.01 Etapas de la Investigación

- ✓ Realizar el diagnóstico de la situación actual de los pacientes con enfermedades del SNC y la falta de una farmacia especializada, realizando un análisis de las causas más representativas que generan el realizar un estudio de mercado y de eso analizar para elaborar un plan estratégico, para hacer un plan de marketing, a través de encuestas a los médicos y a los pacientes que compran medicinas.

- ✓ Desarrollar la propuesta de crear una farmacia especializada o área especializada para pacientes con problemas de Salud Mental.

5.04.02 Población y Muestra

Población. -Es un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación. Esta queda delimitada por el problema y por los objetivos del estudio. (Sampieri, 2003)

Muestra. -La muestra es una representación significativa de las características de una población, que bajo, la asunción de un error (generalmente no superior al 5%) estudiamos las características de un conjunto poblacional mucho menor que la población global. (Tamayo, 1997)

5.04.03 Fórmula para calcular la muestra

Población: Se considera como población a 16 médicos especialistas, 300 pacientes diarios. Llegando a un total de la población de 316 personas que se les puede pedir información.

Por el número de la población **NO** es necesario utilizar la formula estadística para determinar el tamaño de la muestra.

5.04.04 Herramientas de la investigación

5.04.04.01 Técnica de recolección de datos

Entrevista: La ventaja esencial de la entrevista reside en que son los mismos actores sociales quienes proporcionan los datos relativos a sus conductas, opiniones, deseos, actitudes y expectativas, cosa que por su misma naturaleza es casi imposible de observar desde fuera. Nadie mejor que la misma persona involucrada para hablarnos acerca de todo aquello que piensa y siente, de lo que ha experimentado o proyecta hacer (Sabino, 1992, pág. 27).

5.04.04.02 Justificación de la metodología de investigación

Para la realización de este proyecto se utilizará la entrevista y la encuesta que es de gran utilidad para obtener datos reales para poder saber cuáles son las expectativas de los clientes potenciales se utilizan cuestionarios de preguntas.

La entrevista se realizó a los 16 médicos con 1 pregunta estructurada

1.- Cree usted que sus pacientes necesitan una farmacia especializada, donde puedan conseguir la totalidad de sus tratamientos?

Respuesta: La respuesta es positiva de los 16 médicos, extracto “El paciente necesita un lugar donde pueda conseguir todos sus tratamientos, y así, asegurar el cumplimiento del mismo ya que no siempre encuentran los medicamentos completos”

Encuesta: La encuesta es un procedimiento que permite explorar cuestiones que hacen a la subjetividad y al mismo tiempo obtener esa información de un número considerable de personas, así, por ejemplo: Permite explorar la opinión pública y los valores vigentes de una sociedad, temas de significación científica y de importancia en las sociedades democráticas (Grasso, 2006, pág. 15).

5.05 Modelo de encuesta

Encuesta que servirá como información para saber si hay la factibilidad de crear una farmacia especializada dentro de la cadena de farmacias Cruz Azul.

ENCUESTA

Pregunta 1.- Usted encuentra toda la medicina para su patología habitualmente?

SI NO

Pregunta 2.- Con que frecuencia asiste usted a la farmacia a comprar medicamentos?

SEMANAL QUINCENAL MENSUAL

Pregunta 3.- Cuenta con una farmacia especializada para sus tratamientos?

SI NO

Pregunta 4.- Usted que prefiere?

BUENOS PRECIOS BUEN SERVICIO AMBAS

Pregunta 5.- Que método de pago usted utiliza?

EFFECTIVO TARJETA DE CREDITO TARJETA DE DEBITO

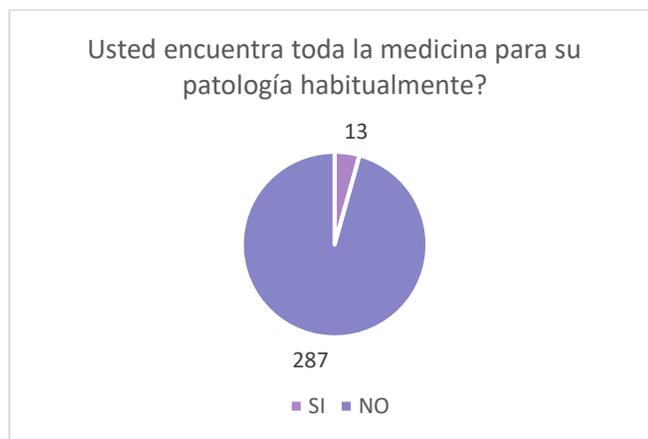
GRACIAS POR SU COLABORACION

5.05.01 Tabulación de la Encuesta

Pregunta 1.- Usted encuentra toda la medicina para su patología habitualmente?

SI	13	4.4%
NO	287	95.6%
TOTAL	300	100

Tabla 2 - Tabulación Pregunta 1



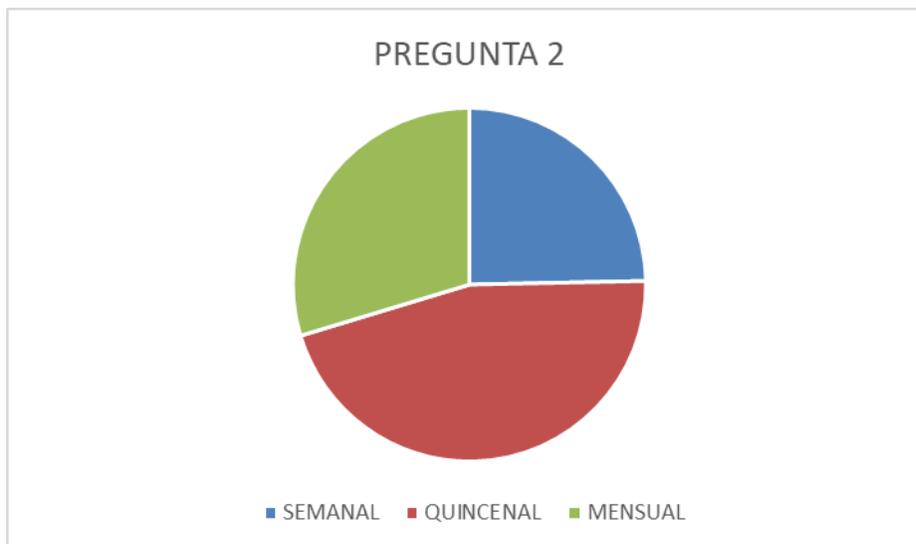
Realizado por: Cristina Acosta/Carlos Reyes

ANALISIS: En la pregunta 1 solo el 4,4% dijo haber conseguido sus medicamentos habitualmente y el 95.6% no encuentran sus tratamientos, por lo que se convierte en una **Oportunidad** para Tener una Farmacia Especializada para pacientes.

Pregunta 2.- Con qué frecuencia asiste usted a la farmacia a comprar medicamentos?

SEMANAL	74	24.6%
QUINCENAL	137	45.6%
MENSUAL	89	29.8%
TOTAL	300	100%

Tabla 3 - Tabulación Pregunta 2



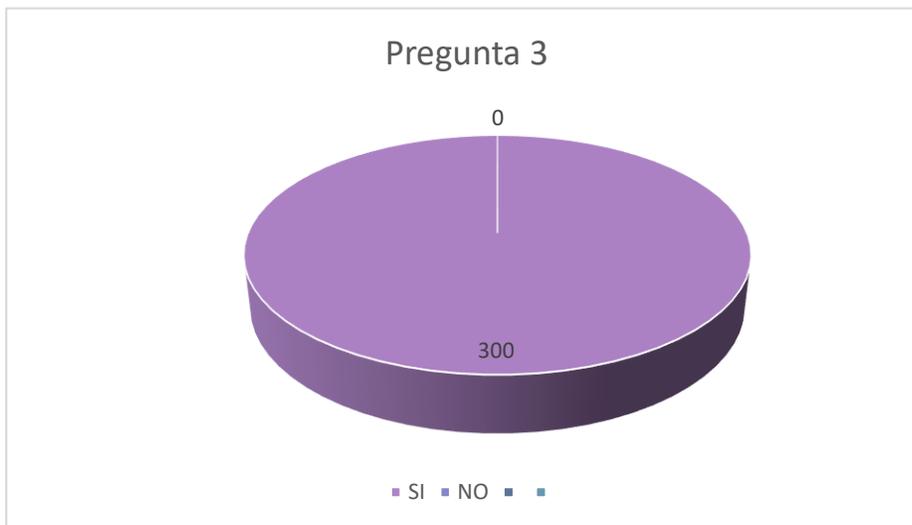
Realizado por: Cristina Acosta/Carlos Reyes

ANALISIS: En la pregunta 2 el 45.6% de los encuestados compran sus medicinas por lo general cada quince días, el 24.6% semanalmente y el 29.8% mensualmente, lo que se convierte en una **Oportunidad** para Grupo Difare de desarrollar una Farmacia Especializada para pacientes.

Pregunta 3.- Cuenta con una farmacia especializada para sus tratamientos?

SI	300	100%
NO	0	0%
TOTAL	300	100%

Tabla 4 - Tabulación Pregunta 3



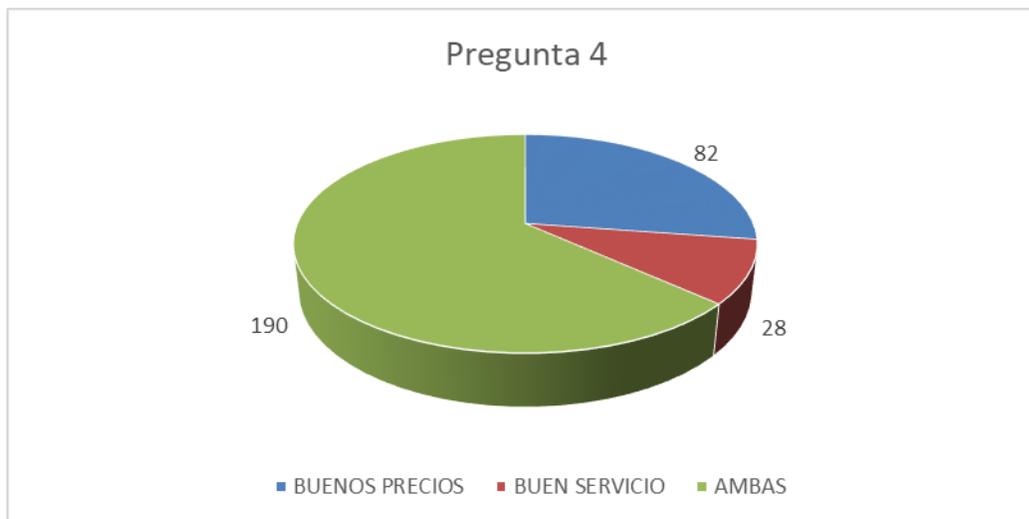
Realizado por: Cristina Acosta/Carlos Reyes

ANALISIS: En la pregunta 3 el 100% de los encuestados respondió no tener una farmacia especializada para adquirir sus tratamientos. Lo que se convierte en una **Oportunidad** para Grupo Difare para desarrollar una farmacia especializada para pacientes.

Pregunta 4.- Ud que prefiere?

BUENOS PRECIOS	82	27.3%
BUEN SERVICIO	28	9.3%
AMBAS	190	63.4%
TOTAL	300	100%

Tabla 5 - Tabulación Pregunta 4



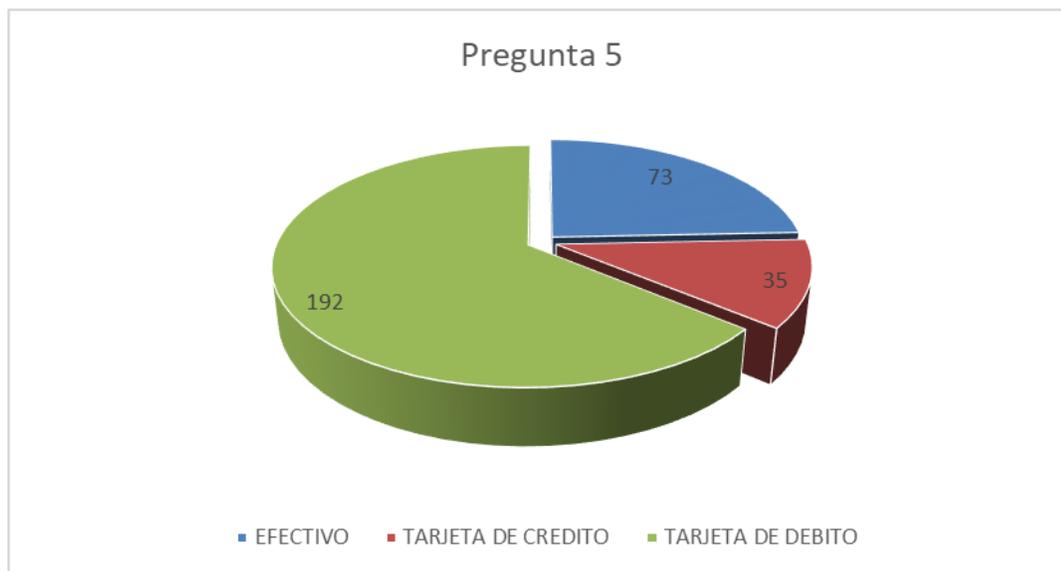
Realizado por: Cristina Acosta/Carlos Reyes

ANALISIS: En la pregunta 4 el 63.4% de los encuestados prefieren tener buenos precios y buen servicio que es una de las políticas de Grupo Difare en atención del cliente. Lo que se convierte en una **Oportunidad** para Grupo Difare desarrollar una farmacia especializada para pacientes.

Pregunta 5.- Que método de pago ud utiliza?

EFFECTIVO	73	25%
TARJETA DE CREDITO	35	11.6%
TARJETA DE DEBITO	192	64%
TOTAL	300	100%

Tabla 6 - Tabulación Pregunta 5



Realizado por: Cristina Acosta/Carlos Reyes

ANALISIS: El 64% de los encuestados de debito y el 11.6% pagan con tarjetas de crédito, recursos tecnológicos con los que cuenta Grupo Difare y se convierte en una **Oportunidad** para desarrollar una farmacia especializada para pacientes.

ELABORACIÓN DE MODELO DE FARMACIA ESPECIALIZADA DE PRODUCTOS PARA PACIENTES CON PATOLOGÍAS DEL SISTEMA NERVIOSO CENTRAL PARA GRUPO DIFARE.

5.06 MODELO CANVAS

<p>8 ALIANZA ESTRATEGICA Los laboratorios participantes que darán descuentos adicionales y planes de medicina continua para beneficio de los pacientes</p>	<p>7 ACCIONES Stock completo de medicinas para suplir necesidades de los pacientes</p>	<p>1 PROPUESTA DE VALOR Atención y servicio de calidad, centro CRM de monitoreo de pacientes, días de descuentos especiales, etc</p>	<p>4 RELACION excelente relación con nuestros clientes, siempre con cordialidad y buenas relaciones con distribuidores</p>	<p>1 CLIENTES Pacientes que asisten a las farmacias del Grupo Difare a comprar sus tratamientos</p>
	<p>6 RECURSOS: PERSONAL Empleados preparados y capacitados para atender las necesidades del cliente INFRAESTRUCTURA: farmacias establecidas según formato de Grupo Difare FINANCIERO: Mantener al día las obligaciones financieras con laboratorios y proveedores participantes TECNOLOGIA Software Zeus para inventario y facturación en farmacia.</p>	<p>2 CANAL Farmacias donde se va a realizar el proyecto y a donde asisten los pacientes para comprar sus tratamientos</p>		
<p>9 COSTOS Gastos generados en mantenimiento de farmacia, sueldos, publicidad y promociones</p>		<p>5 INGRESOS Compras de clientes en las farmacias con pagos en efectivo, tarjeta de crédito o débito</p>		

Tabla 7 - Modelo CANVAS

Realizado por: Carlos Reyes/Cristina Acosta

Fuente: Propia de investigación

5.07 ESTRATEGIAS

5.07.01 Estrategia de marketing

ESTRATEGIA						
1. Promocionar y dar a conocer la farmacia para que los pacientes asistan a hacer sus compras y así lograr cumplir con los objetivos trazados.						
Objetivo estratégico		Presupuesto	indicadores	Período de Tiempo	Responsable del proyecto	
Médicos y pacientes tengan conocimiento de la existencia de la farmacia especializada para que sean direccionados		\$300	Incrementar número de clientes	6 meses	Visitadores Médicos y Administrador de la farmacia	
Líneas de Acción		Resultado esperado (meta)	Presupuesto	indicadores	Período de Tiempo	Responsable del proyecto
1.1.	Que los médicos tengan conocimiento de la farmacia mediante la visita médica y atenciones a los distintos Psiquiátricos	Que los médicos orienten a los puntos de venta a los pacientes y destaquen los beneficios	0,00	Incremento en la rotación de productos	Todo el tiempo	Visitador a médicos
1.2.	Que los pacientes se fidelicen con los beneficios que brindan las farmacias del Grupo Difare mediante un marketing tradicional	Que las farmacias aumenten sus ventas en Línea Neurociencias	\$100	Mayor número de clientes	Todo el tiempo	Administradores de la farmacia y Visitadores Médicos
1.3.	Campañas de publicidad en redes sociales de Grupo Difare y publicidad tradicional	Que los pacientes tengan conocimiento de existencia de la farmacia especializada	\$400	Incrementar en 20% el número de clientes en la farmacia especializada	Todo el tiempo	Departamento de Marketing y Publicidad y Community Manager
1.4.	Realizar convenios con los Laboratorios participantes	Planes de Medicina Continua y descuentos especiales	00	Convenios con Laboratorios participantes	Todo el tiempo	Grupo Difare y Laboratorios participantes

Tabla 8 - Estrategias de Marketing

Realizado por: Carlos Reyes/Cristina Acosta

Fuente: Propia de investigación

5.07.02 Estrategias de procesos

ESTRATEGIA						
1. Generar procesos para estandarizar las actividades de los empleados y tener mayor eficiencia y eficacia en sus funciones, buscando el crecimiento de la farmacia.						
Objetivo estratégico		Presupuest o	Indicadore s	Periodo de tiempo	Responsabl e del proyecto	
Tener estabilidad del personal y poder brindar un servicio de alta calidad, para satisfacer la demanda de todos los pacientes y clientes en general		\$0				
Línea de Acción	Resultado esperado (meta)	Presupuest o	Indicadore s	Periodo de tiempo	Responsabl e	
2.1	Realizar un proceso de selección de personal basado en competencias laborales	\$0	Personal que cumple las tareas designadas	todo el año	Talento Humano y RRHH	
2.2	Realizar flujogramas de procesos para poder controlar y evaluar las actividades diarias de la farmacia	\$0	Incremento de ventas	Todos los días	Talento Humano y RRHH	
2.3	Fomentar el cumplimiento de procedimientos, políticas, normas y reglas, logrando un funcionamiento eficaz y eficiente de la farmacia.	\$0	Incrementos de respuesta de cumplimiento	Todos los días	Talento Humano y RRHH	

Tabla 9 - Estrategias de Procesos

Realizado por: Carlos Reyes/Cristina Acosta

Fuente: Propia de investigación

5.07.03 Estrategia financiera

ESTRATEGIA					
1. Hacer un estudio financiero para saber el punto de equilibrio del negocio y lograr una estabilidad financiera y el crecimiento de la farmacia, a través de un correcto manejo contable					
Objetivo estratégico		Presupuesto	indicadores	Periodo de Tiempo	Responsable del proyecto
Llevar un buen control de toda el área financiera para tener un mejoramiento continuo.		\$0			
Líneas de Acción	Resultado esperado (meta)	Presupuesto	indicadores	Periodo de tiempo	Responsable
3.1.	Implementación de software Zeus para la facturación inventarios control de asistencia y contabilidad	\$2500	Control al 100 % todos los movimientos financieros	Todo el año	Administrador y contador
3.2	Inventarios y verificación de la mercadería y de los bienes	\$0	Tener el inventario al día constatemente	Todo el año	Administrador y dependiente
3.3	Gestionar los respectivos permisos de funcionamiento, patentes, arriendos, servicios básicos de nuevas farmacias	\$0	tener todos los permisos de funcionamiento al día	6 meses	Departamento de Operaciones y Administrador

Tabla 10 - Estrategias Financieras

Realizado por: Carlos Reyes/Cristina Acosta

Fuente: Propia de investigación

5.08 Análisis de causalidad perspectivas y objetivos estratégicos

PERSPECTIVA	OBJETIVO ESTRATÉGICO
CLIENTE	Tener una farmacia especializada donde pueda encontrar todos sus tratamientos.
PROCESO INTERNO	Informar a los Médicos y Pacientes de la farmacia especializada para que acudan a comprar sus tratamientos con mayor economía y servicio de calidad
FINANCIERA	Que el proyecto ofrezca mayores réditos económicos para Grupo Difare

Tabla 11 - Análisis de perspectivas y objetivos estratégicos

Realizado por: Carlos Reyes/Cristina Acosta

Fuente: Propia de investigación

5.09 Análisis de causalidad perspectiva y objetivos específicos

PERSPECTIVA	OBJETIVOS ESPECIFICOS
PERSPECTIVA FINANCIERA	Incrementar los ingresos en productos SNC y así el proyecto será exitoso
PERSPECTIVA DE CLIENTES	Obtener un servicio de calidad y conseguir sus tratamientos con economía
PERSPECTIVA DE PROCESOS	Crear Manuales de procesos y procedimientos para todas las actividades de los empleados dentro de la farmacia

Tabla 12 - Análisis de perspectiva y objetivos específicos

Realizado por: Carlos Reyes/Cristina Acosta

Fuente: Propia de investigación

5.10 Estudio Financiero

Grupo Difare es una empresa sólida con más de 40 años en el área de Distribución Farmacéutica y más de 23 años en el Mercado Farmacéutico con sus Cadenas de Farmacias Cruz Azul y Pharmacys.

Las farmacias donde deseamos realizar el proyecto ya están establecidas y mas bien hay que hacer un incremento de unidades en el área de Medicamentos para el Sistema Nervioso Central, modificaciones en el Software y convenios con los laboratorios y marcas participantes.

ACTIVOS		PASIVOS	
Activos CORRIENTES		PASIVOS CORRIENTES	
Caja	\$500,00	Sueldos y salarios	\$3500,00
Mercadería	\$65.000,00		
SUB. TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	\$65.500,00	SUB. TOTAL PASIVOS CORRIENTES	\$3500,00
ACTIVOS FIJOS		PASIVOS A LARGO PLAZO	
Muebles y enseres	\$2.000,00	Obligaciones empresariales	\$62.710,00
Equipos de oficina	\$400,00		
Equipos de Computación	\$1000,00		
SUB. TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$3.400,00	SUB. TOTAL PASIVOS A LARGO PLAZO	\$67.710,00
ACTIVOS DIFERIDOS O INTANGIBLES		PATRIMONIO	
LUAE Y BOMBEROS	\$40,00	Aporte de la Empresa	\$3.740,00
ARCSA MSP	\$80,00		
SOFTWARE ZEUS SISTEMA DE FACTURACIÓN E INVENTARIOS	\$340,00		
DISEÑO DE APP	\$500,00		
HOSTING Y DOMINIO	\$90,00		
SUB. TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	\$1.050,00	SUB. CAPITAL CONTABLE	\$3.740,00
TOTAL ACTIVOS	\$69950,00	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$69.950,00

Tabla 13 - Estudio Financiero

Realizado por: Carlos Reyes/Cristina Acosta

Fuente: Propia de investigación

ELABORACIÓN DE MODELO DE FARMACIA ESPECIALIZADA DE PRODUCTOS PARA PACIENTES CON PATOLOGÍAS DEL SISTEMA NERVIOSO CENTRAL PARA GRUPO DIFARE.

Nos centramos en la mercadería que estaría dispuesta de la siguiente manera:

GRUPO	DESCRIPCIÓN	VALOR
1	Medicamentos para el SNC	\$10.100,00
3	Antinflamatorios	\$2.500,00
4	Iones y sales	\$1.000,00
5	Drogas que afectan el sistema renal y el metabolismo de electrolitos	\$2.500,00
6	Medicamentos cardiovasculares	\$5.000,00
7	Fármacos que afectan funciones intestinales	\$3.000,00
8	Fármacos que afectan la motilidad uterina	\$3.500,00
9	Quimioterapia para infecciones parasitarias	\$3.500,00
10	Quimioterapia para infecciones microbianas	\$5.500,00
11	Quimioterapia con agentes antineoplásicos	\$2.500,00
12	Inmunosupresores	\$4.400,00
13	Agentes que actúan sobre los componentes de la sangre	\$5.000,00
14	Hormonas	\$3.600,00
15	Vitaminas	\$5.500,00
16	Medicamentos del sistema respiratorio	\$3.500,00
TOTAL MEDICAMENTOS		\$62.100,00
PRODUCTOS NO FARMACEUTICOS		
17	ASEO Y LIMPIEZA	\$600,00
18	PERFUMERÍA Y COSMETICOS	\$1.500,00
19	ASEO Y CUIDADO PERSONAL	\$800,00
TOTAL PRODUCTOS NO FARMACÉUTICOS		\$2.900,00
TOTAL INVENTARIOS		\$65.000,00

Tabla 14 - Inventario

Realizado por: Carlos Reyes/Cristina Acosta

Fuente: Propia de investigación

5.10.01 Ingresos proyectados

Gracias al estudio de mercado se genera la proyección de ventas, con la creación de una farmacia especializada se incrementan las cantidades que se venderán en función de la frecuencia de compra y se valoran al precio de venta establecido en el cuadro de precios establecido por el Ministerio de Salud Pública.

El mercado farmacéutico tiene un crecimiento promedio anual de 6,5% y tomando en cuenta el valor de compra promedio del cliente de \$33, podemos estimar la proyección de ventas.

TABLA DE INGRESOS PROYECTADOS

AÑOS	2024	2025	2026	2027	2028
VENTAS LOCAL	280.000,00	298.200,00	317.583,00	338.225,89	360.210,57
INGRESOS NO OPERACIONALES	4.200,00	4.473,00	4.763,75	5.073,39	5.403,16
INGRESOS TOTALES	284.200,00	302.473,00	322.346,75	343.299,28	365.613,73

Tabla 15 - Ingresos Proyectados

Fuente: Investigación propia

5.10.02 Egresos proyectados

Los principales costos y gastos que tiene el proyecto son:

5.10.02.01 Costos de Ventas proyectados

AÑOS	2024	2025	2026	2027	2028
COSTO DE VENTAS	\$198.940,00	\$211.731,10	\$225.642,20	\$240.309,50	\$255.929,61
	70% de las ventas				

Tabla 16 - Costos de Venta

Fuente: Investigación propia

5.10.02.02 GASTOS

Gastos de Ventas

Se proyecta un incremento de 4.5% anual en sueldos y promoción y 3.5% anual en publicidad.

GASTOS ADMINISTRATIVOS	2024	2025	2026	2027	2028
Sueldo Administrador	\$12.000,00	\$12.540,00	\$13.104,30	\$13693,99	\$14.310,22
Dpto. Muebles y Enseres	\$200,00	\$209,00	\$218,41	\$228,24	\$238,51
Dpto. Equipos de oficina	\$40,00	\$41,80	\$43,68	\$45,65	\$47,70
Dpto. Equipos de Computación	\$100,00	\$104,50	\$109,20	\$114,11	\$119,24
Permisos de funcionamiento	\$120,00	\$125,40	\$131,04	\$136,94	\$143,10
Servicios Básicos	\$400,00	\$418,00	\$436,81	\$456,47	\$477,01
Arriendo	\$3.000,00	\$3.133,94	\$3.203,14	\$3.273,87	\$3.346,15
Suministros de oficina	\$70,00	\$73,15	\$76,44	\$79,88	\$83,47
Útiles de Aseo	\$40,00	\$41,80	\$43,68	\$45,65	\$47,70
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$15.970,00	\$16.687,59	\$17366,70	\$18.074,80	\$18.813,10

Tabla 17 - Gastos Ventas

Fuente: Investigación propia

Gastos administrativos

GASTOS DE VENTAS	2024	2025	2026	2027	2028
Sueldos Dependientes	\$32.400,00	\$33.858,00	\$35.381,61	\$36.973,78	\$38.637,6
Gasto de Publicidad	\$1.000,00	\$1.035,00	\$1.071,23	\$1.119,44	\$1.169,81
Gastos Promoción	\$1.000,00	\$1.045,00	\$1.092,03	\$1.141,17	\$1.192,52
GASTOS DE VENTAS	\$34.400,00	\$35.938,00	\$37.544,87	\$39.234,39	\$40.999,93

Tabla 18 - Gastos Administrativos

Fuente: Investigación propia

5.10.03 Proyección de utilidades

AÑOS	2024	2025	2026	2027	2028
Utilidad antes de Impuestos	\$34.890,00	\$38.116,31	\$41.792,98	\$45.680,59	\$49.871,09
15% Trabajadores	\$5.233,5	\$5.717,45	\$6.298,95	\$6.852,09	\$7.480,66
Utilidad de Impuestos	\$29.656,50	\$32.398,86	\$35.524,04	\$38.827,91	\$42.390,43
25% Impuestos	\$7.414,13	\$8.099,72	\$8.881,01	\$9.706,98	\$10.597,61
Utilidad Final	\$22.2424,37	\$24.299,14	\$26.642,99	\$29.120,93	\$31.792.82
10% Reserva Legal	\$2.224,24	\$2.429,91	\$2.664.30	\$2.912,09	\$3.179,28
Utilidad de Dividendos	\$20.200,13	\$21.869,23	\$23.978,69	\$26.208,84	\$28.613,54

Tabla 19 - Proyección Utilidades

Fuente: Investigación propia

Con la información obtenida, podemos concluir que el proyecto es rentable y viable para Grupo Difare. Lo que lo convierte en una nueva **OPORTUNIDAD** para ponerlo en marcha.

5.11 Punto de Equilibrio

En el caso del proyecto es difícil determinar el punto de equilibrio en cantidad, ya que en una farmacia se vende aproximadamente 5000 productos con diferentes precios, es por este motivo que se toma al tiempo como cantidad (360 días). Teniendo los siguientes resultados.

CUENTAS	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTOS TOTALES
COSTOS DE VENTAS	\$0,00	\$198.940,00	\$198.940,00
GASTOS DE VENTAS	\$32.400,00	\$2.000,00	\$34.400,00
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$15.970,00	\$0,00	\$15.970,00
GASTOS FINANCIEROS	\$0,00	\$0,00	\$0,00
TOTAL	\$48.370,00	\$200.940,00	\$249.310,00

Tabla 20 - Punto de Equilibrio

Fuente: Investigación propia

5.12 Calculo del Punto de Equilibrio

Ingresos **284.200,00**
Cantidades **360**

P.V.P. **\$789,44**

Costo Variable Unitario **\$558,17**

costos variables totales/num de unidades a producir

P.E.Q (unidades) = $\frac{\text{Costos Fijos}}{\text{P.v.p} - \text{C.v.u}}$

P.E.Q (unidades) = $\frac{48370,00}{231,27}$

P.E.Q (unidades) = 209,15

P.E MONETARIO = $\frac{\text{Costo Fijo}}{1 - \text{CvU/PvU}}$

P.E MONETARIO = $\frac{48370,00}{1 - (558,17/789,44)}$

P.E MONETARIO = $\frac{48370,00}{1 - (0,71)}$

P.E MONETARIO = $\frac{48370,00}{0,29}$

P.E MONETARIO = 166,79

CAPÍTULO VI

Aspectos Administrativos

6.01 RECURSOS

6.01.01 Recursos Humanos

- Autores del proyecto
- Tutores del proyecto
- Responsables de las actividades
- Personal Directivo

6.01.02 Recursos Materiales

- Materiales y suministros de oficina
- Libros de consulta
- Computador
- Impresora

6.01.03 Recursos Técnicos y tecnológicos

- Aplicación de técnicas grupales
- Aplicación de técnicas de comunicación
- Internet

6.02 Cronograma

El diagrama de Gantt, se tomó en cuenta la variable tiempo estudio del proyecto, partiendo de octubre del 2023 hasta febrero del 2024 y la variable actividad en donde se puntualiza lo que se realizara.

Tabla 6.02.01 Cronograma

Tabla 21 Cronograma

ACTIVIDADES	SEPT.	OCT.	NOV.	DIC.	ENERO	FEBRERO
SEMANAS						
CAPITULO I	■	■				
CAPITULO II		■	■			
CAPITULO III			■	■		
CAPITULO IV				■	■	
CAPITULO V				■	■	■
CAPITULO VI					■	■
CAPITULO VII						■
PRESENTACION DEL BORRADOR						■
EMPATADO						■

Elaborado por: ITSEP

Fuente: ITSEP

CAPITULO VII

7.01 CONCLUSIONES

- El paciente con enfermedades del SNC necesita una Farmacia Especializada donde pueda encontrar sus medicamentos de manera oportuna, lo cual es una oportunidad para las farmacias del Grupo Difare y así mantenerse a la vanguardia en innovación con farmacias especializadas para patologías específicas.
- Grupo Difare tiene la logística, experiencia y los contactos necesarios para suplir las necesidades de sus clientes por lo que se convierte en el candidato ideal para implementar este tipo de farmacias.
- Velar por la salud y bienestar de los ecuatorianos es uno de los principales propósitos de Grupo Difare, garantizando el stock necesario de medicamentos para el bienestar de sus clientes.
- Crear un departamento de CRM y programas de medicación continua para los pacientes ayuda a la fidelización de los clientes, el cumplimiento de sus tratamientos y la remisión de sus patologías con servicios de calidad y con atención de primera,

7.02 RECOMENDACIONES

- Al no existir una farmacia especializada para pacientes con enfermedades del SNC es de vital importancia tomar atención a esta oportunidad; que aparte de ayudar al paciente, se puede convertir en una oportunidad para las farmacias del Grupo Difare.
- La llegada de la pandemia del Covid-19 nos hizo dar cuenta de la importancia de la Salud Mental y cómo la depresión y ansiedad se incrementó de manera exponencial en los pacientes y la vulnerabilidad principalmente en población joven y activa.

- El acceso constante a los medicamentos psiquiátricos y stock permanente de los mismos brindan tranquilidad y seguridad a los pacientes y sus familiares, lo cual es un punto importante también a considerar.
- En tratamientos crónicos, es importante el abastecimiento oportuno de medicamentos, con buenos precios, productos de calidad, atención de primera y personalizada que permitan al paciente cumplir su tratamiento con promociones y economía y así evitar descompensación y hospitalización del paciente.

Bibliografía

Espol. (2018). *Industria Farmaceutica ESPAE of*. Obtenido de Graduate School of Management.:<http://www.espae.espol.edu.ec/wp-content/uploads/documentos/IndustriaFarmaceutica.pdf>

ARCOSA. (2019). *ARCOSA*. Obtenido de <https://www.controlsanitario.gob.ec/>

Arellano. (05 de julio de 2012). Recuperado el 15 de febrero de 2017, de <https://cconsumer.wordpress.com/comportamiento-del-onsumidor>

Baca, G. (2015). *Evaluación de proyectos*. México D.F.: McGraw Hill.

Banco Central del Ecuador. (17 de Febrero de 2019). *Estadísticas nacionales*. Obtenido de Estadísticas nacionales: www.bancocentral.gob.ec

Banco Central del Ecuador. (12 de Marzo de 2019). *Estadísticas Nacionales*. Obtenido de). <https://contenido.bce.fin.ec/home1/estadisticas/bolmensual/IEMensual.jsp>

Banco Central del Ecuador. (Marzo de 2019). *Estadísticas Nacionales*. Obtenido de <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorMonFin/TasasInteres/TasasVigentes>

Bravo, M. (2010). *Contabilidad general*. Quito: Nuevo Día.

COLTE FINANCIERA. (05 de 01 de 2018). Obtenido de COLTE FINANCIERA: <http://www.coltefinanciera.com.co/educacion-financiera/tasas-y-tarifas/420-que-son-las-tasas-de-interes-pasivas-o-de-captacion-y-activas-o-de-colocacion>

COMPAÑIAS, S. D. (2013). *EDICIONES LEGALES*. Obtenido de file:///C:/Users/COMPUTER%20ELITE/Downloads/Ley_de_compa%C3%B1as%20ADAs.pdf

Contabilidad. (13 de MAYO de 2016). Recuperado el 19 de Marzo de 2018, de <https://contabilidad.com>.

Daniel Castillo. (20 de junio de 2015). Recuperado el 20 de junio de 2015, de <https://prezi.com/8ex0fdijpl52/localizacion-optima-del-proyecto/>

DAVID, F. R. (2003). *CONCEPTOS DE ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA*. Pearson Educación.

Diario expreso. (14 de Marzo de 2019). *Diario expreso*. Obtenido de <https://www.expreso.ec/>
DRUCKER, P. F. (2014). *LA GERENCIA DE EMPRESAS*. ARGENTINA: Penguin Random House Grupo Editorial Argentina.

economianivelusuario. (22 de abril de 2014). Recuperado el 19 de marzo de 2018, de <https://economianivelusuario.com/2014/04/22/que-es-la-oferta/>

ECUADOR, B. C. (30 de 11 de 2017). *BANCO CENTRAL DEL ECUADOR*. Obtenido de https://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion_mensual

ECUADOR, B. C. (05 de 01 de 2018). Obtenido de https://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=riesgo_pais

ENEMDU. (Marzo de 2019). *Ecuador en cifras*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec>

Enríquez. (2013). Recuperado el 19 de febrero de 2018

Fernando Rojas. (14 de 11 de 2012). Recuperado el 14 de 11 de 2012, de <http://www.mailxmail.com/curso-formulacion-proyectos/tamano-proyecto>

Fundación Natura. (marzo de 2019). *Fundación Natura*. Obtenido de <http://www.ecuanex.net.ec/natura/>