



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN - MANAGUA

Facultad de Ciencias Económicas
Centro Universitario de Desarrollo Empresarial - PROCOMIN

Tema de investigación:

**Estudio de factibilidad para la apertura de una farmacia universitaria
UNAN-MANAGUA RURD, periodo 2017**

Tesis para optar al Título de
Master en Administración Funcional de Empresa

Maestrante:

Lic. María Eugenia Molina Alemán

Tutora:

Msc. Karla Jissel Castro Almanza

Managua, octubre 2018

Dedicatoria

A Dios quien me brindó gran apoyo durante el tiempo en que la escribía.

A mi familia quienes me apoyaron todo el tiempo.

A mis maestros quienes nunca desistieron al enseñarme depositando su esperanza en mí.

A todos los que me apoyaron durante el periodo de redacción hasta concluirla.

Para ellos mi especial aprecio y cariño, pues les debo su apoyo incondicional.

Agradecimiento

A Dios.

Por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado salud para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor.

A mis maestros.

A la Maestra Karla Jissel Castro Almanza por su gran apoyo, motivación para la culminación de mis estudios profesionales y la elaboración de esta tesis; por su contribución ofrecido en este trabajo e impulsar el desarrollo de mi formación profesional.

A mis amigos.

Rafael Adolfo Rodríguez Rocha, Danelia Torrez, Reynaldo Maradiaga y Oscar Silva que me apoyaron mutuamente en mi formación profesional; a todos aquellos que participaron directa o indirectamente en la elaboración de esta tesis.

¡Gracias a ustedes!

Carta del Tutor

Managua, 15 de Octubre del 2017

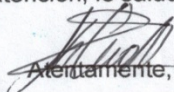
Maestro
JUAN DE DIOS LOASIGA AREVALO
Director
CUDECE-PROCOMIN
Facultad de Ciencias Económicas
Su Despacho.-

Estimado Maestro Loasiga:

Considero que la tesis titulada *“.Estudio de factibilidad para la apertura de una farmacia universitaria UNAN-MANAGUA RURD, periodo 2017”* presentada por la Licenciada **María Eugenia Molina Alemán** cumple con los requisitos metodológicos y de contenido estipulados por la Universidad para presentar defensa por tanto apruebo la misma, para que sea evaluada por el Tribunal Examinador y se proceda a su posterior defensa para obtener el título de Maestro en Administración Funcional de Empresas la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua .

Es importante mencionar que el aporte de la tesis es parte de las líneas de trabajo del Sindicato y su función social en la UNAN – Managua.

Agradeciendo de antemano su atención, le saludo.



Atentamente,

Msc. Karla Jissel Castro Almanza
Docente Tutora

Índice

Dedicatoria	i
Agradecimiento	ii
Carta del Tutor	iii
Índice.....	iv
Resumen	vii
1. Introducción	1
1.1 . Planteamiento del problema.....	3
1.2 . Justificación.....	5
2. Objetivos.....	6
2.1 Objetivo general.....	6
2.2 Objetivos específicos	6
3. Antecedentes	7
4. Marco teórico	9
4.1. Generalidades sobre factibilidad.....	9
4.1.1. ¿Qué es un estudio de factibilidad?.....	9
4.2. Aspectos generales de condiciones de mercado.....	10
4.2.1. Mercado.....	10
4.2.2. Segmento de mercado	11
4.2.3. Oferta	12
4.2.4. Demanda	13
4.2.5. Producto	13
4.2.6. Precio	14
4.2.7. Plaza	15
4.2.8. Promoción	16
4.3. Conceptos Generales de Farmacia.....	17
4.3.1. Farmacia.....	17
4.3.2. Medicamentos	18
4.3.3. Clasificación de los medicamentos	18
4.4. Requerimientos técnicos y operativos para una farmacia	19

4.4.1. Requerimientos técnicos y operativos	19
4.4.2. Permiso de operación de un establecimiento.....	20
4.4.2.1. Comisión nacional de evaluación y registro de productos farmacéuticos	21
4.4.3. Condiciones físicas del local	23
4.4.4. Registro del negocio	24
4.4.4.1. Requisitos:.....	24
4.4.4.2. Base legal del servicio:	25
4.4.5. Alianza comercial	29
4.4.6. Personal administrativo para farmacia	30
4.4.7. Equipamiento con lo que debe cumplir una farmacia	32
4.4.7.1. Área del despachador:	33
4.4.7.2. Área de almacenamiento:.....	33
4.4.7.3. Área administrativa material y equipo de oficina:.....	33
4.4.8. Componentes financieros	33
4.4.8.1. Análisis financiero	33
4.4.8.2. Flujo de efectivo.....	35
4.4.8.3. Presupuesto	37
5. Hipótesis.....	38
6. Indicadores de variable	39
7. Metodología.....	41
7.1. Tipo de estudio	41
7.2. Métodos de estudio:.....	42
7.3. Instrumento de recopilación de información	42
7.4. Población	44
7.5. Tamaño de la muestra.....	44
8. Análisis e interpretación de resultados	46
8.1. Análisis de las condiciones de mercado para implementación de una farmacia en la UNAN Managua.	47
8.2. Descripción de los productos a brindar en la farmacia.....	50
8.2.1 Tipos de producto que vendería la farmacia universitaria	58
8.2.2. Características del producto.....	59

8.2.3. La forma como la vamos a comercializar el producto	61
8.3. Requisitos indispensables para la apertura de dicho establecimiento.	72
8.3.1. Determinación de los requerimientos técnicos y operativos para la implementación de la farmacia en la UNAN-Managua.....	72
8.3.2. Estructura de la farmacia universitaria	73
8.4. Muebles y equipo de oficina	76
8.4.1. Equipos y muebles de facturación y caja	76
8.4.2. Equipos y muebles de oficina administrativa-contable	76
8.4.3. Equipos y muebles de área despacho.....	76
8.4.4. Muebles de área de espera.....	77
8.4.5. Muebles de área bodega	77
8.4.6. Equipo de seguridad.....	77
8.4.7. Personal o recurso humano de trabajo para la farmacia universitaria	77
8.5. Manual Organizacional de la Farmacia	78
8.6. Organigrama de la Farmacia Universitaria.....	84
8.7. Localización de la Farmacia Universitaria	84
8.8. Base legal de la farmacia universitaria de la UNAN-Managua y el SITRA (Sindicato de Trabajadores Administrativos).....	85
8.9. Presupuesto financiero de la farmacia universitaria de la UNAN-Managua y SITRA	86
8.10 Flujo de efectivo para las actividades operativas de la farmacia.....	92
8.10.1. Proyección de ingreso mensual.....	93
8.10.2. Calculo mensual de egreso e ingreso	93
8.10.3. Balance inicial de proforma	94
8.10.4. Estado de resultado inicial de proforma	95
8.10.5. Flujo de efectivo por los años de existencia.....	96
8.11. Valoración del riesgo de la comercialización de fármacos.....	96
9. Conclusiones	98
10. Recomendaciones.....	100
11. Bibliografía	101
12. Anexo	104

Resumen

El presente trabajo de investigación fue diseñado con el propósito de conocer el “Estudio de factibilidad para la apertura de una farmacia universitaria en la UNAN-MANAGUA RURD”, necesidad que nace por la Comunidad Universitaria al evidenciar la falta de comercialización de productos farmacéuticos dentro del recinto universitario.

Esta propuesta nace como resultado del estudio y las encuestas aplicadas al personal docente y administrativo; así como por observación directa relacionada con el tema de la presente investigación. Por consiguiente, se ha determinado que una de la mayor problemática del Recinto Universitario Rubén Darío UNAN-MANAGUA RURD es de no contar con una farmacia mediana o pequeña dentro de sus instalaciones que ofrezca variedad de productos farmacéuticos a diversos precios, lo cual limita la adquisición de fármacos. Por esta razón, los trabajadores están obligados a solicitar servicios de medicamentos de manera delivery, a los distintos establecimientos farmacéuticos a precios elevados o salir fuera de las instalaciones del recinto.

Por tal razón durante esta investigación se realizaron análisis de las comercializadoras y consumidores por encuesta y observación directa, determinando objetivamente algunos aspectos importantes del proyecto. Por todo lo expresado y analizado se considera un proyecto novedoso e innovador, ya que tendría una gran aportación social, que beneficiaría a muchos miembros de la comunidad universitaria. Por ende brindaría las bases de emprendimiento y a promover la actividad farmacéutica a través de un proceso de comercialización eficaz y eficiente con productos de calidad y variedad en precios accesibles y marcas industriales farmacéuticas.

Finalmente, se puede considerar que el presente trabajo determina propuesta de comercialización de farmacéuticos para determinar las condiciones de mercado, y de esta forma solventar las necesidades de la comunidad universitaria con actividades rentables capaz de generar recursos económicos, posicionamiento dentro de la universidad y lugares aledaños.

1. Introducción

Las actuales tendencias de crecimiento de la población universitaria al 2017 son constante tanto al nivel estudiantil, docencia y administrativa. Asimismo, cada vez son mayores las incidencias de enfermedades que se presentan estos grupos de personas y el riesgos a sufrir un accidente leve en la institución. Tales incidentes, requiere de compra de medicamentos e insumos para curación o bien personal que requiere la compra de medicamentos para sus familiares.

El trabajo que se presenta es resultado de la culminación de diversos objetivos planteados por la UNAN-Managua y SITRA para el desarrollo de “Estudio de factibilidad de la apertura de una farmacia universitaria en la UNAN-MANAGUA RURD”; propuesta que contribuiría a una primera iniciativa para solventar de manera constante la compra de medicamentos de primera necesidad por parte de los empleados de dicha universidad. Cabe destacar que en dicha institución existe una clínica de emergencia que proveen algún medicamento, sin embargo el medico receta a los pacientes otros medicinas. Por consiguiente, como en dicha universidad no se cuenta con una farmacia dentro de sus instalación, le que obliga al trabajador a adquirir estos productos por farmacias delivery o salir fuera de las instalaciones.

Uno de los objetivos de esta tesis es investigar la factibilidad de la apertura de una farmacia universitaria en la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua UNAN-MANAGUA en el Recinto Universitario Rubén Darío; por medio de un análisis riguroso a través de técnicas de encuesta y observación directa en la institución donde arrojó los distintos tipos de enfermedades que padece la población de este recinto universitario Rubén Darío. También, el análisis determinó con qué frecuencia esta población compra medicamentos para sus familiares estando en la institución.

Además se identifica y analiza el impacto económico, social y ambiental del proyecto, que incluye la identificación y caracterización del negocio; el tamaño y la capacidad del proyecto definen el personal administrativo, insumos y equipos para

operar, flujo de procesos, normas aplicables entre otros; identificación de la demanda y la infraestructura física necesaria. Así mismo, se pretende realizar consideraciones de carácter legal y estructura organizacional de acuerdo a las necesidades de administración y funcionalidad.

Finalmente se revisaron los aspectos financieros y se determinaron la inversión inicial, que puede aportar la Unan- Managua y el sindicato de trabajadores administrativos SITRA – UNAN, o bien por una organización no gubernamental o una entidad privada; que valoraran los ingresos, costos y gastos necesarios de la factibilidad del negocio.

Este trabajo está dividido en nueve partes: La primera comprende la introducción; en ella se refleja el planteamiento del problema y la justificación. La segunda parte está integrada por los objetivos generales y específicos. La tercera parte está compuesta por los antecedentes. La cuarta parte está compuesta por el marco teórico; que detalla el cuerpo preferencial del tema. La quinta parte es donde se expone la hipótesis. La sexta parte está destinada a los indicadores de variables.

Seguidamente se presenta el diseño metodológico en donde se orienta el tipo de estudio, métodos de estudio, instrumento de recopilación de información, población y tamaño de la muestra. Por otro lado está el análisis e interpretación de los resultados. Por último se aborda las conclusiones, recomendaciones, bibliografía y anexos

1.1. Planteamiento del problema

La comunidad de esta Alma Mater se compone por dos estamentos que son Trabajadores docentes, los trabajadores administrativos, teniendo una población en general de 2,319, sumado a esto está el sector estudiantil y otros visitantes que visitan la institución realizando gestiones personales en el recinto. Este conjunto de personas son posibles clientes que pueden presentar problemas de salud, y esto conlleva a la compras de medicamentos necesarios para curar sus padecimientos de salud.

En el crecimiento de la infraestructura y población en la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua (UNAN-Managua), del recinto Rubén Darío se puede evidenciar de que no ha existido una farmacia adecuadamente provisionada de medicamentos, que solvete las necesidades de la comunidad universitaria, así como prestar las condiciones para la oferta y demanda de los consumidores basada en la política de “La Universidad Saludable”.

Cabe mencionar que actualmente se cuenta con una facultad de Medicina, un Instituto Politécnico de la Salud (POLISAL), una Comisión de Primeros Auxilios, Clínica de Emergencia, una Ambulancia propia de la universidad para traslado urgente de los pacientes o accidentados. Todo lo dicho, significa que todos estos servicios están dispuesto a prestar atención a los problemas de salud pública en la comunidad en mención, pero se infiere que dentro de la comunidad universitaria existen personas fármaco dependiente, así como diabéticos, hipertensos, personal con distintos problema de salud, detectando el inconveniente de la ausencia de servicios farmacéuticos como un plan de negocio en UNAN-Managua. Según el convenio colectivo de trabajo UNAN-Managua y SITRA-UNAN, está la cláusula número 79 que dice: La UNAN-Managua y el Sindicato se comprometen a realizar un estudio de factibilidad para la instalación de una Farmacia Universitaria que permita adquirir a precios razonables y con el principio de autofinanciamiento, los medicamentos para los trabajadores y su familia. El estudio debe estar finalizado dos meses después de firmado el presente convenio. Este estudio

responde a esta actividad y para ello se establecen las siguientes preguntas de investigación

¿Es factible la posibilidad de aperturar una farmacia universitaria en la UNAN-Managua recinto Rubén Darío?

¿Cuál es el mercado potencial para la apertura de una farmacia universitaria en la Unan- Managua recinto Rubén Darío?

¿Cómo definir el tamaño, la localización, la instalación y la organización que se necesita para la operación de este tipo de empresa?

¿Cómo cuantificar el monto de la inversión requerida?

1.2. Justificación

En la actualidad se vive en un mundo globalizado donde la población esta creciente y sufren de diferentes enfermedades producto del agotamiento de fuentes de trabajo, bacterias, virus, hongos, parásitos y por el deterioro de los recursos naturales que inciden en la calidad de vida de la humanidad. En torno a esto la apertura de la farmacia permitirá acercar el establecimiento al paciente donde labora brindando un servicio seguro y garantizado.

Mediante este establecimiento farmacéutico, no solo garantizará cercanía, sino que despertará la confianza en los medicamentos que oferte, ya que en dicha institución se cuenta con profesionales alta mente calificados en medicina tanto interna como externa, lo que asegura una competencia con condiciones de igualdad y calidad efectiva a todos los ciudadanos. Esto es expuesto debido a la red de mercados que existen en Managua en esta línea, que por cierto es la más extensa, diversificadas. Sin embargo, esta creciente línea de fármacos no le resta importancia a dicha propuesta, debido a la gran demanda que existe en la universidad.

Durante la fuente de investigación y técnica investigada para efectos de la posible apertura de un establecimiento se realizaron encuestas a los docentes y trabajadores administrativos tanto fijos como de contrato, además, se realizó una observación directa donde se aprecia la entrada de diferentes comercializadoras de productos farmacéuticos.

Finalmente se podría decir que el presente trabajo señala la importancia de realizar un negocio de factibilidad para la apertura de una farmacia universitaria UNAN-MANAGUA RURD, periodo 2017 y las etapas que permitan ver si es beneficiosa para tomar la decisión de ejecutarse, asimismo solventar las diferentes necesidades de medicamentos que demande la población universitaria, la cual proporcionara medicamentos con receta y de libre venta a nuestros clientes. Cabe mencionar que ese estudio está dentro del convenio colectivo de trabajo entre la UNAN-Managua y el Sindicato desde el año 2009 y no se ha realizado.

2. Objetivos

2.1 Objetivo general

Investigar la factibilidad de la apertura de una farmacia universitaria en la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua UNAN-MANAGUA en el Recinto Universitario Rubén Darío.

2.2 Objetivos específicos

1. Recopilar información sobre las condiciones de mercado para la venta de productos farmacéuticos que son de habitual uso por parte de los miembros de la comunidad universitaria.
2. Interpretar los requerimientos técnico y operativo para la apertura de una farmacia.
3. Valorar los resultados financieros de la puesta en marcha de la farmacia.

3. Antecedentes

La Universidad Nacional Autónoma (UNAN-Managua), actualmente cuenta con una comisión mixta que es la encargada de verificar las condiciones de trabajo y salud de cada trabajador, constantemente realiza supervisión y planifican una serie de exámenes por área para saber las condiciones de salud en las que se encuentra el colaborador. Esta acción ayudará a conocer cuáles son las posibles enfermedades que padece cada trabajador para facilitar el medicamento y que el negocio sea rentable.

Durante el estudio de factibilidad de farmacia se encontraron algunas investigaciones vinculadas al tema, entre los cuales se presentan:

Armijos y Chamorro (2011), realizaron la investigación denominada *Estudio de Factibilidad para la Creación de una Farmacia Móvil de Servicio a Domicilio para la Ciudad de Loja, Ecuador*. Ellos, concluyeron que la farmacia es factible y que se encargaría de cubrir un área que no está siendo atendida por otros establecimientos similares que existen, lo cual demanda la necesidad de servicios farmacéuticos.

Bósquez (2012), presentó tesis sobre *Estudio de factibilidad para la creación de una farmacia municipal en la parroquia de tabacundo del cantón Pedro Moncayo, Quito*. Este autor expresa que existe una gran demanda insatisfecha de los habitantes, el proyecto estaría ubicado en un punto estratégico, lo cual cubriría con todos los bienes y servicios farmacéuticos que necesite la población.

Castillo y López (2016) en su monografía expone *Propuesta de gestión presupuestaria en la farmacia FARMALIVIO ubicada en la ciudad de Masatepe, departamento Masaya. Período II semestre del 2016*; donde el propósito fue diseñar una propuesta de gestión presupuestaria de una farmacia ya establecida.

Las dos primeras investigaciones anteriores exponen un tema para proponer una farmacia en Ecuador, pero no en una universidad. En tanto, la última presenta un presupuesto de un negocio farmacéutico ya establecido. Sin embargo, en la universidad

Nacional Autónoma de Managua es por primera vez que se presenta una propuesta de instalación de una farmacia dentro del recinto universitario Rubén Darío.

4. Marco teórico

4.1. Generalidades sobre factibilidad

4.1.1. ¿Qué es un estudio de factibilidad?

Los estudios de factibilidad no son un fin en sí mismos; son sólo medios para facilitar la adopción de decisiones relativas a inversiones, decisiones que no necesariamente deben concordar con las conclusiones del estudio. De hecho, será raro encontrar inversionistas cuya flexibilidad fuera tal que se conformaran plenamente con los resultados de tales estudios. Por ello, es un análisis comprensivo para recopilar datos relevantes de una eventualidad y con base a los resultados tomar decisiones si se puede o no implementar (Arboleda, 1999, p.39).

Agregando a esto, se puede decir que sirve para la recopilación de datos sobre el desarrollo de un proyecto o la disposición de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señalados y en base a ellos tomar la mejor decisión. Por esta razón, su finalidad es determinar si existe demanda que justifique claramente la puesta en marcha del establecimiento. La factibilidad se apoya en tres elementos básico como: operativo, técnico y económico, el éxito de un proyecto está determinado por el grado de factibilidad que se presente en cada uno de los aspectos anteriores.

En palabras más claras, un estudio de factibilidad es un instrumento que sirve para orientar la toma de decisiones en la evaluación de un proyecto. Miranda, (2012), experto en esta área, afirma que “del estudio de factibilidad, se puede esperar, o abandonar el proyecto por no encontrarlo suficientemente viable o conveniente, o mejorarlo elaborando un diseño definitivo...” (p.36). El estudio debe expresar evidencia potencial del mercado en donde se aprecie tangiblemente la venta del producto ofertado para asegurar el capital y tener flujo de caja para los diferentes gastos administrativos.

Según Varela, (1997), plantea que “se entiende por factibilidad las posibilidades que tiene de lograrse un determinado proyecto...” (p.48). El estudio de factibilidad es el análisis que realiza una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y cuáles serán las estrategias que se deben desarrollar para que sea exitoso. Agregando, se puede decir que este tipo de estudio es un instrumento valioso que sirve para orientar la toma de decisiones en la evaluación de un proyecto. El estudio parte de la información con menor incertidumbre posible para medir las posibilidades de éxito o fracaso de un proyecto de inversión; mediante él se tomará la decisión de proceder o no con su implementación.

4.2. Aspectos generales de condiciones de mercado

4.2.1. Mercado

Según Baca, (2010), comenta que “se entiende por mercado el área en que confluyen las fuerzas de la oferta y demanda para realizar las transacciones de bienes y servicio a precios determinado...” (p.14). El mercado es un espacio en el cual se unen tanto la oferta y la demanda, teniendo como finalidad realizar intercambios de bienes, servicios a un determinado precio. Este concepto está relacionado con la palabra marketing o mercadotecnia en donde se encarga de analizar la gestión comercial de las empresas con el objetivo de captar y retener a los clientes con el fin de que se sientan satisfecho del servicio que se brinde.

Según Arboleda, (2001), expresa que “el mercado es el área en la cual convergen las fuerzas de la oferta y la demanda para establecer un precio único y, por lo tanto, la cantidad de las transacciones que se vayan a realizar...” (p.47). Por consiguiente, se puede decir que el mercado es el lugar en donde interactúan vendedores y compradores de distintos bienes para el intercambio de éstos a través de precios y cantidades. Otra forma de nombrarlo es proceso de transacciones bienes o servicios entre individuos, en donde debe predominar un ambiente social (hoy en día virtual) que propicie las condiciones para el intercambio entre ofertantes (productores, vendedores) y demandantes (consumidores o compradores) con un fin comercial.

En la vida práctica, cada persona tiene una definición de lo que es el mercado, por ejemplo, para un accionista el mercado tiene relación con los valores o el capital; para una ama de casa, el mercado es el lugar donde compra los productos que necesita. Sin embargo, desde el punto de vista de la economía, el mercado es el lugar donde se reúnen oferentes y demandantes; además, donde se determinan los precios de los bienes y servicios a través del comportamiento de la oferta y la demanda. “conjunto de consumidores capaces de comprar un producto o servicio...” (RAE, 2017, párr. 7).

4.2.2. Segmento de mercado

Especialista en mercadeo, explica que el segmento de mercado “es la subdivisión de un mercado en grupos menores y de diferentes clientes según sus necesidades y hábitos de compras...” (Fred, 2003, p. 278). Esto significa que es una subdivisión de la población total que ha sido objeto de estudio; las subdivisiones se realizan con el fin de agrupar de mejor manera ya sea por sus características o preferencias en común. Ampliando este concepto, la segmentación permite que existan las mismas reacciones acerca del marketing mix de un determinado producto, vendido a un determinado precio, distribuido en un modo determinado y promocionado de una forma dada.

Por otro lado Kotler Philip y Armstrong Gary, (2008) definen la segmentación de mercado en “dividir un mercado en grupos más pequeños de compradores con diferentes necesidades, características o comportamientos, los cuales podrían requerir productos o mezclas de marketing distinto...” (p.165). Estos consumidores hoy en día es fácil de captar, pero difícil de mantenerlos, por lo que se necesitan instalaciones medioambientales y desarrollar una oferta de productos que se ajuste a los deseos y características concretas de unos consumidores a otros.

Por lo antes expresado, se necesita aperturar un establecimiento competitivo sostenible con oferta ajustada a las características del mercado actual con ventajas competitivas. Pero, para ello, urge la necesidad de realizar un estudio exhaustivo de dicho mercado. En este sentido, las técnicas de segmentación son un instrumento de

gran valía, porque permiten conocer las características distintivas de los diferentes grupos que conforman el mercado ecológico, y adaptar las variables de marketing.

4.2.3. Oferta

Baca, (2010), expresa que la oferta “es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado...” (p.43). En otras palabras consiste en la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a ofrecer a un precio y condiciones dadas, en un determinado momento para ser consumidos. Está determinada por factores como el precio del capital, la mano de obra y la mezcla óptima de los recursos, entre otros.

Desde otro punto de vista podemos decir que la oferta es la cantidad de productos o servicios ofrecidos en el mercado. En la oferta, ante un aumento del precio, aumenta la cantidad ofrecida. Se entiende por demanda a aquellas cantidades de un determinado producto, bien o servicio que una población solicita o requiera a diferentes niveles de precios, la demanda es la cantidad de un bien o servicio que la gente desea adquirir. Casi todos los seres humanos del planeta demandan un bien o un servicio, oro, arroz, frijoles, educación superior, etc. No obstante lo más interesante de la oferta y la demanda es cómo interactúa la una con la otra.

En boca de otro experto, arguye que “oferta es la cantidad de bienes o servicio que un cierto número de oferentes están dispuestos a poner a disposición del mercado a un precio determinado...” (Arboleda, 2001, p. 52). En este sentido se puede decir que es la cantidad de productos o servicios que los oferentes de un mercado deciden poner a disposición de los demandantes a un precio terminante. “El estudio de la oferta se refiere al comportamiento de la misma y a la definición de las cantidades que ofrecen o pueden proporcionar quienes tienen dentro de sus actividades proveer de bienes o servicios similares al del proyecto...” (Arboleda 1998. p.52).

4.2.4. Demanda

Baca, (2010) expone que la demanda “es la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado...” (p.17). Esto significa que la cantidad que se demanda depende en gran medida del precio; pero junto a ello la calidad del producto. Por ello, la demanda es la disposición que tiene el consumidor para obtener un producto ya sea de baja o alta calidad.

En este mismo sentido Arboleda, (1998), conceptualiza que “la demanda es la expresión de la forma en la cual una comunidad desea utilizar sus recursos con el objeto de satisfacer sus necesidades, buscando maximizar su utilidad, bienestar y satisfacción...” (p.51). Es el elemento más importante y complejo del mercado considerado como la cantidad de bienes y servicios que requiere el mercado para satisfacer una necesidad o un deseo; está integrada por necesidades sentidas, poder adquisitivo, posibilidad de compra y condiciones ambientales de consumo.

Entonces, se puede decir que la demanda es la cantidad de bienes y servicios que la población adquiere para satisfacer una necesidad o deseo. Estos pueden ser muy variado, ya sea de alimentos, medios de transporte, educación, medicamentos, otros. Es por eso que se considera que todos los seres humanos somos demandantes.

4.2.5. Producto

El producto es un bien o servicio derivado de todo un proceso productivos con el objetivo de satisfacer una necesidad. “En esta parte debe darse una descripción exacta del producto o los productos que se pretendan elaborar. Esto debe ir acompañado por las normas de calidad que edita la secretaria de Estado o Ministerio correspondiente”... (Baca, 2010, p.14). Sin embargo, lo más importante es la forma de comunicación que exista entre vendedores y compradores para que exista un clima de armonía y respeto.

En otras palabras, el producto es un bien o servicio que se ofrece al mercado y que puede satisfacer un deseo o una necesidad. Sin embargo, es mucho más que un objeto físico, es un completo conjunto de beneficios o satisfacciones que los consumidores perciben, que obtienen cuando lo compran. Por consiguiente, el producto puede ser considerado como una variable estratégica y su configuración va a determinar el resto de las políticas comerciales, en donde la empresa fijará un nivel de precios, establecerá los canales de distribución y tipo de comercialización (efectivo o crédito).

“El estudio del mercado debe abarcar no sólo las especificaciones técnicas de un producto sino todos los atributos del mismo...” (Arboleda, 1998. p.49). Entre estos atributos están su tamaño, la forma del empaque, su marca, su logotipo, el eslogan, el tipo de envase, los requerimientos o normas sanitarias y de calidad que deben cumplir, los colores del producto, la textura, entre otros. Por tanto, debe quedar claro que la política del producto constituye el punto de partida de la estrategia comercial, siendo la finalidad básica de la misma, la de proporcionar el producto que mejor se adapte a las necesidades de los consumidores.

Arboleda, (2001), manifiesta que en términos simples producto “es el resultado natural, la combinación o proceso productivo de “bienes y servicios” que ofrece la empresa al mercado meta...” (p. 52). Esto quiere decir que es el resultado de un proceso productivo técnico o simple que la empresa ofrece al mercado con el fin de satisfacer las necesidades y recibir a cambio de ello un beneficio económico. Sin embargo, al final, será el consumidor quien definirá si el producto ofertado posee las características requeridas para satisfacer sus necesidades.

4.2.6. Precio

La marca en un producto propuesto por una empresa o distribuidora es vital porque determina la buena compra-venta en el mercado; sin embargo, la debida comercialización estará determinada por el precio. El precio suele medirse por unidades monetarias, a las cuales se les ha asignado un valor específico que varía de país a país,

y que son empleadas para la compra-venta de bienes y mercancías. En tanto Baca, (2010), propone que este término “es la cantidad monetaria a la cual los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio...” (p.48).

En este sentido, el precio refleja la relación de intercambio entre los bienes y servicios accesibles en el mercado, y como tal está sujeto a las leyes de la oferta y la demanda, en algunos casos, a su regulación por parte de organismos oficiales. En tanto Arboleda, (1998), expone que “el precio es el valor, expresado en dinero, de un bien o servicio ofrecido en el mercado...” (p.53). Otro especialista arguye que “el precio puede ser definido como la cantidad de dinero que un consumidor está dispuesto a pagar por un producto determinado...” (Fernández, 2007, p. 73).

Por ello se puede decir que el precio es la expresión monetaria que el consumidor está dispuesto a pagar por un bien o servicio, y que los productores están dispuestos a aceptar. Sin embargo, las empresas, finalmente, son quienes determinan los precios de los productos ofertados; y este coste, estará vinculado con las empresas competidoras. Por ello, es recomendable que la decisión de venta pueda estar entre el precio medio o bien mantener determinadas diferencias al alza o a la baja, de acuerdo a la calidad del producto, higiene, atención, etc. En cuanto al movimiento de precios se producen al mismo tiempo, o con pocos días de diferencia entre las distintas empresas.

4.2.7. Plaza

La distribución del producto requiere una plaza o punto de venta en donde estarán a disposición, en donde serán ofrecidos o serán vendidos a los consumidores. Por lo tanto, se hace necesario la selección de estas plazas o puntos de venta. Este término alude a las actividades y operaciones que la empresa realiza para transportar el producto hacia el consumidor o usuario con la intervención de canales de distribución e intermediarios; asegurando de esta manera que el producto llegue al lugar adecuado, en el momento y en las condiciones adecuadas.

La empresa tiene que tomar una serie de decisiones estratégicas en relación a los canales de distribución. Ella, puede vender empleando varios canales de distribución, que se puede denominar Red de distribución. Algunas de las decisiones fundamentales son: canales propios o ajenos, decidir que canales utilizará la empresa, el número de escalones de la red de distribución y el número de elementos del escalón (Carreto, 2009. Párr. 1).

Además, se puede manifestar como un espacio urbano público, amplio y descubierto, en el que se suelen realizar gran variedad de actividades. Las hay de múltiples formas y tamaños, y construidas en todas las épocas, pero no hay ciudad en el mundo que no cuente con una. Por su relevancia y vitalidad dentro de la estructura de una ciudad se las considera como salones urbanos. Sin embargo es la empresa quien dispone de distintas opciones para llevar sus productos al consumidor.

4.2.8. Promoción

En términos generales, para que un potencial cliente o comprador (persona, empresa, organización, gobierno) adquiera o compre un producto que necesita o desea (sea un bien, servicio, idea, lugar, persona o combinaciones de éstas), necesita estar claro de los siguientes aspectos: primero, saber de su existencia; segundo, sentirse persuadido para comprar ese producto y en tercer lugar, recordar que existe. Por ello, investigadores profundizan y aclaran que “como todos los esfuerzos personales e impersonales de un vendedor o representante del vendedor debe entre otras aspectos informar, persuadir o recordar a una audiencia objetivo...” (Stanton, Etzel y Bruce, 2007, p 506).

En esta misma línea, si se quiere lograr que los potenciales clientes compren un producto X (que obviamente tiene que ser de buena calidad, satisfacer necesidades o deseos, tener un precio que los clientes están dispuestos a pagar y estar disponible en el lugar y tiempo precisos), es indispensable realizar una serie de actividades que

comuniquen adecuadamente a esos potenciales clientes la existencia de ese producto, lo persuadan para que lo compren, y luego le recuerden que existe.

Para Kotler, Cámara, Grande y Cruz, (2000) autores destacados, explican que “la promoción es la cuarta herramienta del marketing-mix, incluye las distintas actividades que desarrollan las empresas para comunicar los méritos de sus productos y persuadir a su público objetivo para que compren...” (p.98). En otras palabras lo que los autores quieren transmitir es que lo que se espera conseguir con la promoción es que el público de compradores o posibles compradores a quienes va dirigida la promoción, prefieran y adquieran el producto que se está ofreciendo.

4.3. Conceptos Generales de Farmacia

4.3.1. Farmacia

La farmacia se puede definir como una especialidad médica en donde implica que debería existir un excelente conocimiento en medicina. Existen farmacias clínicas en hospitales y centro de salud en donde los farmacéuticos poseen una relación con el médico es mucho más intensa y con fácil acceso a los datos clínicos de los pacientes. Sin embargo, abundan establecimiento comercial dónde es posible comprar, a través de una receta o no, los medicamentos y los productos paramédicos, distintos aparatos y productos de higiene, en donde es vital que el farmacéutico esté muy preparado para brindar una atención de calidad; porque en estos comerciales en el cual se distribuyen diferentes tipos de productos relacionados con la salud; tienen que brindar apoyo en la interpretación de las recetas y de los fármacos.

Agregando a esto se puede profundizar que “la farmacia es el arte y la ciencia, es preparar y expender medicamentos y de suministrar al público la información relacionada con los fármacos...” (Bolaño, 2003, p10). Otro aspecto interesante en un establecimiento médico es que debe mantenerse en óptimas condiciones de limpieza ya que la presencia de polvo y suciedad atrae a los insectos, ratas y hormigas que pueden dañar los medicamentos.

4.3.2. Medicamentos

“El medicamento son todas las formas farmacéuticas que contiene una o varias sustancias activas que se administran con fines farmacéuticos, terapéuticos o de diagnóstico...” (Mendoza, 2008, p. 5). Estos productos están ubicados en expendios y uso industrial o clínico, y destinado para su utilización en personas o en animales. Estos fármacos están dotados de propiedades importantes con el fin de prevenir, aliviar o mejorar el estado de salud de las personas enfermas, o para modificar estados fisiológicos. Las sustancias químicas que componen dicho medicamento han sido estudiadas y analizadas por especialistas de la salud para una mayor creabilidad.

Los fármacos ayudan a superar enfermedades si son utilizados correctamente, pero recuerde que pueden incluso llegar a poner en peligro nuestra vida cuando su uso no es el adecuado. Además, se podría decir que no solo es muy caro aplicar muchos fármacos para el tratamiento de una enfermedad, sino que también reduce nuestros recursos. Por ambos motivos se debe siempre ajustarnos a la prescripción u orden médica; ya que la automedicación, que es un hábito común en la sociedad, puede ocasionar serios riesgos a la salud.

4.3.3. Clasificación de los medicamentos

Un medicamento es una sustancia química que sirve para curar una enfermedad o para aliviar síntomas o dolores, incluso salvar vidas y mejorar la calidad de vida de las personas. Existen diferentes formas de clasificación, sin embargo, se abordará solamente dos tipos originales y genéricos, de acuerdo a su fin comercial.

Originales: “son medicamentos que han sido descubiertos y son expedidos por el mismo laboratorio...” y **Genéricos:** es el nombre del principio activo que se conoce internacionalmente. “Estos son medicamentos sin registro de marca que no tienen validez como el original, pero que en el mercado su característica especial es ser más económico”... (González, 2003, p.8). Los genéricos son medicamentos que contienen la

misma sustancia activa que los medicamentos de marca, en la misma presentación y concentración (cantidad de sustancia), pero que tienen una marca comercial distinta o simplemente no tienen marca, sino que en el empaque figura solo el nombre de la sustancia activa y el del laboratorio que lo elabora.

El tipo de medicamentos genéricos tienen la misma calidad, eficacia y seguridad que su homólogo de marca, y aunque estén patentizados, y sean más económicos, el paciente corre muchos riesgos por tener la misma calidad que el original en cuanto a que sean seguros y eficaces; pero su autorización de venta es por un corto plazo. En tanto, los fármacos originales, aunque no son mejores, llevan la marca elegida por el laboratorio que lo ha desarrollado; además, no se elaboran en fábricas de baja calidad y cumplen con las normas de registro sanitario de cada país.

4.4. Requerimientos técnicos y operativos para una farmacia

4.4.1. Requerimientos técnicos y operativos

Los requerimientos técnicos y operativos se considera importante para establecer con exactitud el cálculo del tamaño de la nueva unidad productiva, la ubicación más propicia y la ingeniería del proyecto, indicando la tecnología que se va a implementar, los recursos básicos para el proceso, espacio físico y los recursos. Baca, (2010), presenta que “la determinación del tamaño óptimo de la planta, la determinación de la localización óptima de la planta, la ingeniería del proyecto y el análisis organizativo, administrativo y legal”... (p.7).

Baca, (2001), ahonda que el “estudio técnico puede subdividirse a su vez en cuatro partes que son: determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización óptima de planta, ingeniería del proyecto y análisis administrativa...” (p.8). En otras palabras ayuda a identificar y especificar las características para la creación de un proceso de producción óptimo que permita la mejor utilización y control de los recursos destinado al funcionamiento del proyecto. Además, pretende analizar el tamaño óptimo, determinación de la localización óptima, disponibilidad y el costo de los suministros e

insumos, identificación y descripción del proceso, determinación de la organización humana y jurídica que es requerida para la realización del proyecto.

Lo antes expuesto, se interpreta que se pretende resolver las preguntas referentes a “dónde, cuánto, cuándo, cómo y por lo que el aspecto técnico-operativo de un proyecto comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del propio proyecto...” (Baca, 1998. p.86). En el análisis de la facilidad financiera de una empresa, el estudio técnico tiene por objeto proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación pertinentes a esta área.

4.4.2. Permiso de operación de un establecimiento

Nicaragua cuenta hoy con la ventaja de poder realizar negocios lícitos, debido a que hacer lo contrario, atrae el riesgo que puede ocasionar grandes problemas económicos y hasta la cárcel. Por ello, todo negocio debe procurar estar al margen de la Ley, en busca del beneficio económico y estabilidad. Otro factor elemental es la responsabilidad en cuanto a las relaciones humanas, donde exista la sinceridad y honestidad con socios y proveedores, evitar engañarlos e involucrarse en operaciones gravosas o ruinosas que perjudiquen a ellos. Esto significa que no se debe engañar a los clientes en las condiciones, calidad y precio de bienes y servicios que se ofrecen. No aprovecharse de la necesidad ni la ignorancia, ser respetuoso.

La idea principal de todo propietario de farmacia al momento de operar es que se establezca una relación de mutuo beneficio con sus clientes, basándose en la confianza y fidelidad de los mismos, partiendo de la atención de calidad que se brinda a los clientes del negocio. Sin embargo, legalmente es el Ministerio de Salud de Nicaragua, el encargado de recibir, verificar y aprobar la solicitud de autorización de licencias sanitarias de funcionamiento de establecimiento farmacéutico, explica claramente que el periodo de vigencia de autorización de ventas de productos de medicina es de dos años a partir de la fecha de emisión (Funcionamiento de Establecimiento Farmacéutico Farmacias. 2017. p. 5).

4.4.2.1. Comisión nacional de evaluación y registro de productos farmacéuticos

Esta comisión en su artículo IV expone que es un órgano asesor, técnico científico, de la división de farmacia del Ministerio de Salud para fines de selección de los medicamentos que podrán ser comercializados en el país, evaluar sus indicaciones, contraindicaciones, garantizar la eficacia de los mismos y velar por su uso racional. Por consiguiente, será un órgano colegiado, adscrito a la división de farmacia con subordinación administrativa, pero con autonomía científica y técnica. En tanto, en su artículo 5, dice literalmente que dicha comisión estará integrada de la siguiente manera:

- 1.- El director de la división de farmacia.
- 2.- El jefe del departamento de registro de la dirección de farmacia.
- 3.- El director del laboratorio nacional de control de calidad.
- 4.- El director de normalización de insumos médicos.
- 5.- Un representante del colegio farmacéutico.
- 6.- Un representante de las asociaciones médicas
- 7.- Un representante de la facultad de farmacia de la UNAN.
- 8.- Un representante de las facultades de medicina.
- 9.- Un especialista invitado según la característica del producto objeto de evaluación.

En el artículo 6, explica que el objeto de la comisión será evaluar farmacéutica, farmacológica y legalmente los productos farmacéuticos a comercializarse en el país. Por tanto, serán funciones de la comisión nacional de evaluación y registro de productos farmacéuticos las siguientes:

- 1) Supervisar la correcta aplicación de los criterios científicos y técnicos que determinan la aceptación o rechazo de un producto farmacéutico antes de que se otorgue la resolución que autoriza su consumo.

- 2) Establecer los criterios específicos que deciden el registro de un producto.
- 3) Revisar y comunicar las listas de productos registrados que por no cumplir con Normas Farmacológicas vigentes, deben retirarse del mercado nacional.
- 4) Participar en la revisión del formulario nacional de medicamentos, tomando en consideración las solicitudes plenamente justificadas de inclusión o exclusión de los productos farmacéuticos presentados a la comisión.
- 5) Elaborar y revisar anualmente, la lista de medicamentos de dispensación bajo receta médica. Medicamentos de venta libre en farmacia, medicamentos populares y lista de medicamentos dispensados mediante receta retenida.
- 6) Establecer una oferta racional de medicamentos de costo beneficioso favorable para la población en correspondencia con las patologías prevalentes en el país. Deberán autorizarse solamente aquellos medicamentos que demuestren una eficacia terapéutica superior a los ya existentes.
- 7) Revisar y actualizar en forma permanente, las normas farmacológicas y su armonización a nivel internacional.
- 8) Garantizar la eficacia de los mismos con énfasis en moléculas de nuevo ingreso en el país.
- 9) Evaluar material de promoción e información de medicamentos que acompañan al producto aplicando criterios éticos de promoción y publicidad de medicamentos recomendados por la OMS.
- 10) Participar en el proceso de autorización y reglamentación de las donaciones de medicamentos al país en coordinación con la comisión nacional de Insumos médicos.

11) Dictar su normativa interna de funcionamiento.

4.4.3. Condiciones físicas del local

La estructura de una farmacia contemplará tanto la parte física (superficie, localización, distribución y utillaje) como la parte organizativa (gestión, personal y funciones). Los requerimientos óptimos de toda estructura serán diferentes según el tipo de atención que se brinde. Todas las áreas del servicio tendrán que formar un conjunto o unidad funcional. Por ello, conviene que existan como mínimo en la parte organizativa las siguientes áreas definidas: parte administrativa (Marketing), finanza (contador) y venta (personal de atención al cliente ya sea personal, vía telefónica u online).

Las condiciones físicas es un aspecto elemental que debe contener todo local; en este sentido se hace importante disponer de un diseño funcional de manera que, por su ubicación, superficie, instalaciones, comunicaciones, utillaje, etc., pueda conseguir unos niveles óptimos de actividad funcional (González, 2009. párr.3). Por esta razón se recomienda que el área tiene que ser de paredes sólidas, lisas y pisos de ladrillo. Además deberá contar con cielo raso, lámparas fluorescentes, instalaciones sanitarias, ventilación adecuada, temperatura no mayor de 25°C, rótulo visible que identifique al establecimiento.

Sin embargo, se debe esperar que la división de farmacia apruebe la solicitud y documentación enviada. Luego, esta identidad procederá a realizar la inspección en el establecimiento para comprobar si el local reúne todas las condiciones exigidas en el Arto. 46 y 48 del reglamento de la ley n° 292, ley de medicamentos y farmacia vigente. Si el resultado de la inspección fuese positivo, se procederá a extender la orden de pago al interesado.

El costo por registro del establecimiento es de C\$ 1,000.00 (Un mil córdobas netos) y el costo por el servicio de inspección solicitada es de C\$ 500.00 (Quinientos córdobas netos) (funcionamiento de establecimiento farmacéutico farmacias. 2017. p. 5).

Una vez realizado todos estos trámites el establecimiento tendrá como misión lanzar al mercado una gama de productos de prestigio, así como la calidad en el servicio de atención y envío, con la finalidad de crecer y consolidarse como una de las empresas más reconocida del ramo farmacéutico. La misma debe estar revestida de un ambiente agradable y único.

4.4.4. Registro del negocio

4.4.4.1. Requisitos:

Los requisitos que esta comisión reguladora de farmacia solicita al propietario del establecimiento farmacéutico se mencionan:

1. Solicitud en papel sellado conteniendo la siguiente información:
 - Datos del propietario o representante legal:
 - Nombre completo de la persona natural o representante de la persona jurídica.
 - Domicilio y teléfono.
 - Datos del responsable del despacho de medicamentos:
 - Nombre completo. -domicilio y teléfono.
 - Datos del establecimiento:
 - Razón social del establecimiento farmacéutico.
 - Propuesta de ubicación del establecimiento.
 - Número de teléfono y fax.
 - Propuesta de horario de funcionamiento del establecimiento.
 - Firma de la persona natural o representante de la persona jurídica del establecimiento farmacéutico.

2. Copia con razón de cotejo del acta de constitución del establecimiento o del acta de constitución de la sociedad y registrada en el registro de la propiedad industrial, cuando proceda.

3. Certificado de Salud de la persona natural o representante de la persona jurídica y del responsable del despacho de medicamentos extendido por el Ministerio de Salud.
4. Certificado de asistencia a curso básico de almacenamiento y expendio de medicamentos del responsable del despacho de medicamentos otorgado por el Ministerio de Salud.
5. Fotografía reciente tamaño carné de la persona natural o representante de la persona jurídica y del responsable del despacho de medicamentos.
6. Fotocopias de cédula de identidad ciudadana de la persona natural o representante de la persona jurídica y del responsable del despacho de medicamentos (funcionamiento de establecimiento farmacéutico farmacias. 2017. p. 1-2).

4.4.4.2. Base legal del servicio:

El Ministerio de Salud de Nicaragua actuando según las normas jurídicas en decretos ejecutivos no. 6–99, aprobado el 25 de enero de 1999, (p.1), establece en la ley de medicamentos y farmacia lo siguiente:

Artículo 59.- Los establecimientos que se destinen a los diferente procesos de fabricación, distribución y comercialización relacionados con los productos farmacéuticos, incluyendo su importación y exportación, se clasifican como establecimientos farmacéuticos que funcionan a través de la dirección técnica de profesionales farmacéuticos, quienes actúan como regentes y responden por la seguridad y eficacia de los medicamentos, para que las operaciones técnicas de esos establecimientos sean adecuadas sanitariamente. La farmacia es todo establecimiento que se dedica a la dispensación y suministro directo al público de especialidades farmacéuticas, incluyendo aquellos que contengan psicotrópicos, insumos para la Salud en general, cosméticos, productos de higiene personal,

formulaciones alimenticias preparadas especialmente para niños, medicamentos herbarios, material de reposición periódica, productos homeopáticos y preparaciones de fórmulas magistrales registrados y autorizados por el ministerio de salud, incluyendo los servicios de distribución que efectúan diferentes entidades y organismos, como proyectos sociales sin fines de lucro, lo que será objeto de regulación según el reglamento específico.

Artículo 64.- La licencia de funcionamiento que se conceda a los establecimientos citados en el Arto. 59 de la presente Ley, será válida por dos años, a menos que las infracciones que cometan ameriten su clausura por la autoridad competente. La inspección de estos establecimientos será realizada por el ministerio de salud a través de la instancia correspondiente. En este sentido el decreto 6-99 reglamentos de la ley nº 292, ley de medicamentos y farmacias, expone los siguientes artículos:

Artículo 49.- Los puestos de venta de medicamentos a que hace referencia el Artículo 59.- literal d) de la ley, están facultados para vender productos populares y será necesario que el responsable de este establecimiento realice un curso básico de almacenamiento y expendio de medicamentos, el que será impartido por la división de farmacia del ministerio de salud. Los productos populares se podrán comercializar en pulperías, misceláneas, supermercados gasolineras y en cualquier tipo de comercio, a excepción de los canastos de los mercados y las ventas ambulantes, las que no podrán comercializar ningún tipo de medicamento.

Artículo 50.- Quedan encargados de la autorización para apertura y funcionamiento de establecimientos farmacéuticos, las delegaciones departamentales del ministerio de salud a través de la instancia correspondiente, mediante resolución administrativa basada en las normas establecidas para tal efecto por la dirección de farmacia.

Artículo 57.-Para la instalación, cierre, reapertura o traslado de un establecimiento farmacéutico, debe contar con la autorización previa de la delegación departamental de farmacia del SILAIS correspondiente que informará periódicamente a la división de farmacia del ministerio de salud y será solicitada por escrito en papel sellado de ley, y otorgada por escrito.

Mediante la exposición de los artículos anteriores lo que el estado de Nicaragua representado por el poder ejecutivo de la república desea lograr es que los establecimientos farmacéuticos funcionen libremente con una licencia permanente sin importar el lugar. Estos negocios deben ajustarse a todo lo expuesto de lo contrario serán sujetos a sanciones de cierre. Por consiguiente, los propietarios asumen un papel relevante de responsabilidad de compra-venta, y de esa forma garantizar su permanencia, y su proyección futura.

Decreto 23-2002 reforma al decreto 6-99 reglamento de la ley nº 292, ley de medicamentos y farmacias presenta en su artículo 44 establece una tabla de aranceles que deberán ser entregados en la ventanilla única del ministerio de hacienda y crédito público de acuerdo a la orden extendida por la división de farmacia del Ministerio de Salud, para los establecimientos farmacéuticos autorizados, a que alude el artículo.58 de la ley, de acuerdo a los conceptos que se describen a continuación:

Servicio de aranceles

Concepto	Arancel
Derecho fiscal de registro de productos	C\$ 2,500.00
Derecho de análisis para registro	C\$ 3,000.00
Permisos de importación de psicotrópicos	C\$ 200.00
Estupefacientes y otras sustancias controladas	
Certificado de libre venta	C\$ 150.00
Visado de factura para desaduanar	C\$ 35.00

Cuadro ajustado a los establecimientos farmacéuticos reconocidos por la ley (Tabla 1)

Registro de establecimientos

Concepto	Arancel
Farmacias.	C\$.2 000.00
Laboratorios fabricantes de productos farmacéuticos	C\$.4,000.00
Registro de distribuidoras e importadores	C\$.5,000.00
Servicios de inspección solicitada	C\$ 500.00
Puesto de venta de medicamentos	C\$ 1,000.00

Cuadro ajustado a los establecimientos farmacéuticos reconocidos por la ley (Tabla 2)

Otros servicios que brinda la división de farmacia

Concepto	Arancel
Certificado de exportación	C\$ 50.00
Reposición de certificado de registro de productos farmacéuticos	C\$ 150.00
Recetarios para estupefacientes	C\$ 150.00
Autenticación de firmas de médicos en certificados de Salud	C\$ 50.00
Registro de títulos de profesionales de la Salud	C\$ 50.00
Listas de farmacias a nivel nacional	C\$150.00
Listas que contempla la ley de farmacia	C\$ 50.00
Lista de farmacias que reportan productos controlados	C\$ 50.00
Requisitos para apertura de establecimientos	C\$ 20.00
Requisitos para registrar productos farmacéuticos	C\$ 50.00
Requisitos para renovación de registro de productos farmacéuticos	C\$ 25.00
Rubricar y sellar libro de control de estupefacientes y psicotrópicos	C\$ 50.00

Cuadro ajustado a los establecimientos farmacéuticos reconocidos por la ley (Tabla 3)

El trámite puede realizarlo cualquier persona natural o jurídica con cédula de identidad o poder notarial que respalde la manipulación de los documentos legales originales. Luego el propietario o propietarios del establecimiento pueden aperturar su negocio con amplia libertad y estabilidad. Otro aspecto importante es que Nicaragua hoy en día cuenta con la seguridad brindada por las autoridades policiales y militares que conllevan a un país libre, democrático y de tranquilidad, aspecto vital para el buen desempeño de cualquier empresa que se aloje en el territorio nacional.

4.4.5. Alianza comercial

Nicaragua ha logrado durante estos años estrechar lazos y alianzas económicas importantes con empresarios privados de nuestro país y otros países del mundo, lo que conlleva a que se posicione en un lugar seguro para establecerse en el mercado. Estas alianzas son partes de las estrategias empresariales para asegurar la lealtad de los potenciales clientes en busca del beneficio de los nicaragüenses en cuanto a la calidad de los productos ofertados. En cuanto a la alianza comercial contempla la ley de medicamentos y farmacia ley 292, aprobado 04 de junio de 1998, los siguientes artículos:

Artículo 8.- Los laboratorios, importadores o distribuidores solo podrán vender medicamentos a las farmacias legalmente autorizadas por el Ministerio de Salud a través de la instancia correspondiente. Se exceptúan los productos de libre venta, los que podrán venderse a los puestos de venta de medicamentos. En este sentido, los productos certificados por el MINSA son los aceptados para estar en el mercado de tal manera que sin el registro debido la empresa farmacéutica puede ser sancionada.

Artículo 11.- Expresa que el Ministerio de Salud a través de la dependencia correspondiente, certificará el registro de todo medicamento, una vez que se haya practicado la inscripción, evaluación y certificación de calidad en el Departamento de Registro Sanitario, cuyas funciones y atribuciones se establecerán en el reglamento respectivo. Por tal razón, se insiste que toda farmacia debe estar legalmente constituida para funcionar dentro de las normas de cada país.

Artículo 56.- Todo laboratorio farmacéutico deberá estar inscrito y autorizado por el Ministerio de Salud. Una vez establecida todas las normas de registro, se procederá continuar asegurando, la higiene y presentación del local, la calidad de los productos, buenas prácticas de atención al cliente, responsabilidad y honestidad en todo lo que concierne al negocio. Todos estos requisitos de la

funcionalidad del establecimiento incluyen la importación, distribución y venta respetando las recetas autorizadas por especialistas de la salud debidamente autorizados por el MINSA.

4.4.6. Personal administrativo para farmacia

La farmacia debe centrar su atención en el cliente, dado que esto le permite desarrollar su cartera económica y perpetuarse hacia el futuro. Todo ello, sin olvidar que los servicios deben responder a necesidades sociales y funcionar tanto a nivel de eficiencia como de rentabilidad. Otro factor determinante está relacionado con el farmacéutico, quien debe ser un profesional sanitario y como tal, es como debe actuar en su día a día, en su trabajo, en su relación con los pacientes. Este profesional debe manejar los medicamentos que van a utilizar y, por lo tanto, una parte importante, la más importante de su actividad, es precisamente preocuparse por que los pacientes utilicen correctamente su medicación. Por consiguiente, la ley de farmacéuticos establecidos por la ley 292, aprobado 04 de junio de 1998, expone los siguientes artículos:

Artículo 67.- Todo establecimiento farmacéutico deberá contar con los servicios profesionales de un regente farmacéutico mientras duren sus operaciones técnicas y la atención al público según su naturaleza.

Artículo 68.- El propietario y el regente farmacéutico asumirán las responsabilidades civiles y penales durante el horario de funcionamiento del establecimiento farmacéutico.

El recurso humano debe ser un profesional farmacéutico, el cual debe vestir gabacha color blanco y portar gafete con su nombre o carnet de identificación visible, y un auxiliar de farmacia (el necesario para su funcionamiento) este personal debe ser autorizado por la DARMA o la delegación de farmacias SILAIS, correspondiente de acuerdo al artículo 63 de la ley de medicamentos y farmacia dice: Las farmacias tendrán las siguientes obligaciones:

- a) Solicitar a la instancia correspondiente la autorización para cambios de ubicación.
- b) Solicitar la autorización del personal no profesional que laborará en la farmacia.
- c) Declarar el horario de funcionamiento el que no podrá ser menor de ocho horas.
- d) Cumplir con los turnos que se les señalen.
- e) Comprar solamente medicamentos con registro sanitario a las distribuidoras o laboratorio.
- f) Despachar solamente aquellas recetas de médicos que figuren en el listado que al efecto proporcionará el Ministerio de Salud a todas las farmacias autorizadas en las que se incluirá el número de código, especialidad y firma de los mismos.

Artículo 75.- Expone que son responsabilidades del Regente de Farmacia lo siguiente:

- a) Realizar la atención al público a través de la dispensación de las recetas e información necesaria para el uso del medicamento, lo que incluye indicaciones, contraindicaciones, efectos secundarios e interacciones medicamentosas.
- b) La adquisición, tenencia, custodia y expendio de medicamentos registrados, incluyendo estupefacientes, psicotrópicos y demás sujetos a controles legales especiales.
- c) Preparar la elaboración de recetas magistrales y oficinales.

- d) Mantener un sistema de almacenamiento de los medicamentos que aseguren su conservación, estabilidad y calidad.
- e) Capacitar al personal auxiliar y supervisar el correcto desempeño de sus funciones.
- f) Retirar de circulación los medicamentos a la fecha de su vencimiento.
- g) Mantener al día los registros de estupefacientes y psicotrópicos.
- h) Garantizar que el funcionamiento y las actividades se desarrollen en la farmacia dentro del marco legal vigente.
- i) Informar a la autoridad sanitaria la fecha en que asume y deja la regencia de una farmacia.
- j) Garantizar que en las farmacias no se expendan medicamentos sin registro sanitario, vencidos, alterados, adulterados, fraudulentos o falsificados.

4.4.7. Equipamiento con lo que debe cumplir una farmacia

Una farmacia puede ser una tarea gratificante y rentable para alguien que quiere ayudar al público. Sin embargo, abrir una farmacia es un proceso desafiante. Además, de investigar el mercado, realizar arreglos financieros, obtener permisos, contratar personal y muchas cosas más; es necesario pensar en el equipamiento adecuado que debe contener un establecimiento farmacéutico para su funcionamiento. Los requisitos más comunes son: área del despachador, área de almacenamiento, área administrativa para material y equipo de oficina.

4.4.7.1. Área del despachador:

En esta área se necesita lo siguiente: estantes, vitrinas, refrigerador, rotulo, toldo protector del sol, señal lumínica de color rojo, ventilación, iluminación, extinguidores, área de dispensación, escritorio, sillas.

4.4.7.2. Área de almacenamiento:

Estos contienen dos aspectos. Polines y estantes.

4.4.7.3. Área administrativa material y equipo de oficina:

En la siguiente área se ocupara computadora, escritorio, archivadora, libro de control de psicotrópicos y estupefacientes, silla, contador manual.

4.4.8. Componentes financieros

4.4.8.1 Análisis financiero

Gil (2004), explica que “el análisis financiero forma parte de un sistema o proceso de información cuya misión es la de aportar datos que permite conocer la situación actual de la empresa y pronosticar su futuro...” (p. 10). Sin embargo, Perdomo, (2008) dice que se puede definir “como un proceso que comprende la recopilación, interpretación, comparación y estudio de los estados financieros y datos operacionales de un negocio...” (p.49). Toda esta información sirve para evaluar el desempeño financiero y operacional de la empresa.

El análisis financiero es útil a la hora de tomar las decisiones para invertir, saber si una empresa es sustentable, viable y rentable en el tiempo. Es proporcionar información valiosa para tomar buenas decisiones, según Gitman, (2012) “el análisis financiero es el estudio que se hace de la información contable, mediante la utilización de indicadores y razones financieras...” (p.96). Por otro lado, Oriol, (2008) explica que “el objetivo del análisis financiero es servir de herramienta para generar mayor

rentabilidad del capital de la empresa, evalúa las repercusiones financieras, coordina aportes financieros, evalúa la efectividad de la administración financiera de un proyecto, evalúa incentivos locales para determinar la conveniencia de asumir un cambio en la empresa con relación al ingreso incremental que deja el mismo” (p.16)

El análisis financiero es el estudio que se realiza de la información contable mediante la utilización de razones financieras que permiten establecer conclusiones.

Las conclusiones son respuestas a preguntas tales como:

- ✓ ¿Cuál es el rendimiento de una determinada inversión que va a realizar la empresa?
- ✓ ¿Cuál es el rendimiento que actualmente tiene un negocio? ¿Resulta atractivo este rendimiento para los inversionistas?
- ✓ ¿Qué grado de riesgo tiene una inversión?
- ✓ ¿El flujo de fondos es suficiente para efectuar los pagos oportunamente tanto de intereses como de capital de los pasivos?
- ✓ ¿Esta empresa produce bienes atractivos para el mercado? (Aznarán,2012.p5)

El análisis financiero es uno de los elementos más importantes para analizar el patrimonio de una empresa; por ello, se debe pensar en todas las alternativas para no fracasar en un futuro. En cuanto, al aspecto farmacéutico parte de un análisis llamado balance que consiste en un estado contable que refleja la situación patrimonial de la oficina de farmacia en un momento dado que incluye bienes (local, utillaje, mobiliario, etc.) y derechos (cantidades pendientes de cobro de seguridad social). Además, se debe tener en cuenta los fondos propios aportados por el farmacéutico y por las deudas que ha sido necesario contraer para el buen funcionamiento de la oficina de farmacia como son: compromisos de pago con mayoristas y laboratorios farmacéuticos, así como otras deudas (Marín, 2005. p. 26-27).

4.4.8.2. Flujo de efectivo

El farmacéutico se encarga de la gestión de compras personalmente, pero para llevar a cabo el proceso de contabilidad, es necesario contar con un gestor altamente capacitado. Este proceso puede realizarse mensual o anual en dependencia como lo requiera la parte administrativa. Sin embargo, el titular responsable de la oficina de farmacia puede llevar control diario de la contabilidad.

La situación ideal es que el capital invertido sea casi el doble que el exigible a corto plazo; porque lo contrario indicará que la farmacia va a tener dificultades para atender sus gastos administrativos. Si el balance presenta que el capital continúa igual o menos, entonces sería conveniente revisar la política de venta-cobros, así como de pagos para determinar qué solución encontrar. Los autores destacado Gitman y Zutter (2012) define que “el efectivo, es la parte vital de la empresa, es el ingrediente principal en cualquier modelo de valuación financiera...” (p.108). Es uno de los estados financieros más importantes en la administración de un negocio, ya que en él se puede analizar la forma en que se han administrado los recursos.

En este sentido (Rodríguez, 2012, p5) explica que el estado flujo de efectivo presenta las entradas y salidas de efectivo que resultan de las decisiones sobre las operaciones, las inversiones y la forma de financiamiento durante un periodo determinado. En resumen, informa de donde viene y en qué se usó el dinero en ese tiempo. Al analista financiero le permite saber la forma como se genera y utiliza el efectivo, información necesaria para determinar la capacidad de generación de recursos.

Podemos afirmar que el flujo de efectivo o estados de flujo de efectivo muestra el efectivo generado y utilizado en las actividades de operación, inversión y financiación. Wild, Subramanyam y Halsey (2007) estos expertos en finanza dicen que: “Se refieren a las entradas menos las salidas de efectivo en el periodo en curso...” (p. 373). En este sentido Los flujos de efectivo difieren de las acumulaciones de ingresos como medición del desempeño. Las mediciones de los flujos de efectivo reconocen las entradas cuando

el efectivo se recibe, pero no necesariamente se gana, y reconocen las salidas cuando se paga efectivo aunque no necesariamente se haya incurrido en un gasto.

En otro párrafo explican claramente que “el propósito del estado de flujos de efectivo es proporcionar información sobre las entradas y salidas de efectivo durante un periodo. También distingue entre los orígenes y los usos de los flujos de efectivo al separarlos en actividades de operación, inversión y financiamiento”. (Wild et al., 2007. p. 374).

Según Oriol, (2000) explica que “el estado de flujos de efectivo informa de las transacciones que afectan la tesorería de la empresa. Por tanto, ayuda a evaluar la capacidad de la empresa para generar tesorería. También es útil para evaluar las posibilidades de éxito, supervivencia o fracaso de una empresa. Desde una perspectiva económico-financiera, el éxito de una empresa se mide en base a los beneficios y tesorería que es capaz de generar”. (p.49).

Estado de Situación Financiera Ilustrativo



4.4.8.3 Presupuesto

Un presupuesto es un plan de operaciones y recursos de una empresa, que se formula para lograr en un cierto periodo los objetivos propuestos y se expresa en términos monetarios. Según Burbano y Ortiz, (2006) presupuesto es “la estimación programada, de manera sistemática, de las condiciones de operación y de los resultados a obtener por un organismo en un periodo determinado...” (p.9).

Otro concepto al que hace referencia Burbano y Ortiz (2006) que el presupuesto es “un conjunto coordinado de previsiones que permiten conocer con anticipación algunos resultados considerados básicos por el jefe de la empresa...” (p. 11). También manifiesta que el presupuesto es la “expresión cuantitativa formal de los objetivos que se propone alcanzar la administración de la empresa en un periodo, con la adopción de las estrategias necesarias para lograrlos...” (p. 11).

Con estos conceptos que nos proporcionan diferentes actores podemos decir que Cuando se hace un presupuesto para una organización, lo que se está haciendo es planear a futuro. Entonces es necesario determinar cuánto va a vender la empresa, qué necesita hacer para lograrlo, cuánto debe gastar y aproximadamente cuánto va a ganar en un periodo.

Un presupuesto es un plan de operaciones y recursos de una empresa que se formula para lograr en un cierto periodo los objetivos propuestos y se expresa en términos monetarios. Como lo redice Burbano y Ortiz (2006) “el presupuesto es el medio para maximizar las utilidades, y el camino que debe recorrer la gerencia al encarar las responsabilidades siguientes: obtener tasas de rendimiento sobre el capital, interrelacionar las funciones empresariales, fijar políticas...” (p. 13).

5. Hipótesis

La falta de una farmacia en lo interno de la UNAN- Managua recinto Rubén Darío, conlleva a que el personal Docente, administrativo, estudiante y usuarios que realizan gestiones personales al momento de comprar un medicamento para su enfermedad recurran a compras delivery o farmacias distantes de la institución. Por lo que se plantea la siguiente interrogante:

¿Es factible la apertura de una farmacia universitaria en la Unan- Managua recinto Rubén Darío?

6. Indicadores de variable

Objetivo específico	Variable	Definición	Sub variable	Indicador	Fuente de información	Instrumentos
Recopilar información sobre las condiciones de mercado para la venta de productos farmacéuticos que son de habitual uso por parte de los miembros de la comunidad universitaria.	Condiciones de mercado	Es el lugar en donde interactúan vendedores y compradores de distintos bienes para el intercambio de éstos a través de precios y cantidades	Comportamiento del mercado	Oferta Demanda Precio Producto Plaza Promoción Segmento	Personal docentes y administrativos Farmacias que frecuentan en la universidad	Aplicación de Encuesta y observación
Interpretar los requerimientos técnico y operativo	Requerimientos técnicos y operativos	Los requerimientos Técnicos y Operativos son todas aquellas características	1. Requerimientos técnicos	1.1. Permisos de operación 1.2. Condiciones físicas del local	Bibliografía física y virtual	fuentes investigados

para la apertura de una farmacia		observables que cualquier interesado desea que estén contenidas en el sistema. Como requisitos se incluyen las necesidades, deseos y expectativas del patrocinador, cliente, usuarios, y otros interesados.	2. Requerimientos operativos	2.1.Registro del negocio 2.2 Alianza Comerciales 2.3 Personal 2.4 Equipamiento		
Valorar los resultados financieros de la puesta en marcha de la farmacia	Análisis Financiero	El análisis financiero es el estudio que se realiza de la información contable mediante la utilización de razones financieras que permiten establecer conclusiones.	Análisis Financiero	1-Flujo de Efectivo 2-Presupuesto	Gráficos	Análisis de encuestas y observación directa

7. Metodología

7.1. Tipo de estudio

El presente estudio se realizará por medio del tipo de investigación descriptivo, puesto que posibilitará analizar, comparar e interpretar paso a paso cada elemento que formará la factibilidad de la apertura de la farmacia universitaria y detallar los factores que intervienen en la misma. Según Achaerandio (1995), señala que la investigación descriptiva es aquella que estudia, interpreta y refiere lo que aparece (fenómenos) y lo que es (relaciones, correlaciones, estructuras, variables independientes y dependientes, etc.).

El propósito de dicho proyecto es la búsqueda de resolución de un problema, o alcanzar una meta del conocimiento. Suele comenzar con el estudio y análisis de la situación presente. La investigación descriptiva se utiliza también para esclarecer lo que se necesita alcanzar (metas, objetivos finales e-intermedios) y para alertar sobre los medios o vías en orden a alcanzar esas metas u objetivos. En este sentido Colás (1993), arguye que el descriptivo permite describir sistemáticamente hechos y características de una población dada de forma objetiva y comprobable.

La investigación descriptiva es amplísima, y es típica de las ciencias sociales: examina sistemáticamente y analiza la conducta humana personal y social en condiciones naturales, y en los distintos ámbitos (en la familia, lo económico, lo social, lo político, etc.)

Según, Arias Fidas (2006) “la investigación descriptiva consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento...”, es decir, este tipo de investigación permite determinar cómo se puede comportar una variable, partiendo de la descripción o descomposición de la misma, para realizar de esta manera el análisis de ella. (p. 24)

Este método fue utilizado porque en este tipo de estudio se mide de manera independiente los conceptos o variables que se encuentran vinculadas en la investigación tratando de dar a conocer cómo se puede manifestar el problema que se está investigando.

7.2. Métodos de estudio:

Método de observación: Este método se utilizará con el fin de ubicar los diferentes clientes potenciales de los medicamentos, de igual manera la observación de otros comerciantes de este tipo de productos, con respecto a la atención al cliente, manejo de precios, formas de pago, surtido, entre otras. Además de un instrumento importante y validado que pueda medir y establecer el comportamiento de los clientes frente a estos productos, teniendo como referente la diversificación de necesidades y tendencias.

Método de análisis: Este es un proceso de conocimiento que se inicia por la identificación de cada una de las partes que caracterizan una realidad. De esta manera se establecerá la relación causa- efecto entre los elementos que componen el objeto de la investigación. Esto nos determinara el sector, el mercado, los clientes, competencia, es decir, crear las estrategias de mercadeo, que nos facilite la apertura de la farmacia.

7.3. Instrumento de recopilación de información

La elaboración del presente proyecto parte del uso de la herramienta de recopilación de datos que será la Encuesta, que estudiará la información, que de manera veraz, se obtenga directamente de los pobladores de la UNAN – Managua recinto Rubén Darío a través de la encuesta.

La encuesta se dirigirá a la población y potencial clientela, especialmente hombres y mujeres en edad adulta y saber de forma técnica, la oferta y demanda de

medicamentos en la zona de influencia, así como el manejo de precios. De esta forma poder establecer el tipo de infraestructura y la demanda a satisfacer.

La encuesta es una herramienta que al estar bien redactada se le puede dejar a la persona que se ha de encuestar y proseguir con otra persona lo cual ayuda al investigador a ahorrar tiempo y recursos ya que puede dirigirse a un grupo grande de personas de manera simultánea. Por lo cual se debe considerar la opción al momento de redactar la encuesta que sea cerrada, es decir que se le presente al encuestado las posibles respuestas a seleccionar lo cual ayudará al investigador al momento del procesamiento de los datos y que se consigan los datos requeridos por la investigación para el cumplimiento de los objetivos, en caso contrario se tienen las encuestas abiertas en la que se le da la libertad al encuestado de responder con libertad pero dificultan el procesamiento de las mismas por su extensión y diversidad de contenido expuesto por el encuestado.

Arias (2006), señala que “las técnicas de recolección de datos son las distintas formas o manera de obtener información...” (p. 67). Por lo tanto, para la realización de este estudio se hará uso de las siguientes técnicas:

Encuesta: este instrumento ayuda a obtener información de manera clara y precisa empleando un formato estandarizado de preguntas, donde el informante reporte sus respuestas por escrito, no requiriendo la presencia de las entrevistadoras.

La Investigación documental: es un factor importante para el desarrollo de la investigación por cuanto proporciona los fundamentos teóricos necesarios para comprender el tema a indagar.

La observación directa: simplemente por el hecho de participar de manera activa permitiendo conocer información facilitada por el personal administrativo de la institución.

7.4. Población

Este proyecto tuvo su efecto mediante la capturar de información, en donde se tomó como base el universo total de la población que trabaja en la UNAN Managua la que se compone por docentes y administrativos, teniendo un total de 2,319 personas. Cuya edad está comprendida entre los 20 a 65 años con la necesidad de adquirir medicamentos de acuerdo a su enfermedad, en esta muestra no se incluyen a los estudiantes y población que realiza gestiones personales en la institución y que si pueden hacer uso de la farmacia.

7.5. Tamaño de la muestra

Las muestras son unidades de análisis tomadas del universo y que pretenden ser representativas, además contienen las mismas características del todo. En este sentido, se determinó realizar un muestreo probabilístico; esto significa que la selección se realizó de forma aleatoria tanto a administrativos como a docentes; por tanto su probabilidad es mayor de cero de ser seleccionado en la muestra.

Tamaño de la muestra por área

Administrativos de planta	913.00
Administrativos de Contrato	524.00
Docentes de Planta	714.00
Docente de Contrato	168.00
Total de población	2,319.00

Fuente: Elaboración propia. (Tabla 4)

Por consiguiente en este estudio se tomará una muestra representativa de la comunidad a la cuál le será aplicado el instrumento previamente definido mediante la siguiente fórmula, según lo explica Galindo (1996, p.165):

Si la población total a estudiar es de **N** beneficiarios directos, la definición de la muestra se calculará usando la fórmula de poblaciones finitas y muestreo completamente aleatorio o aleatorio simple.

$Z = 1.96$, valor en la tabla de distribución Normal para el 96 % de confianza.

N = es la población total = 2,319 docentes y administrativos

P y Q = probabilidades complementarias de 0.5,

$E = B$ = error de estimación = 10%

N = tamaño de la muestra =?

$$N = \frac{Z^2 \times P \times Q \times N}{N \times E^2 + Z^2 \times P \times Q} \quad N = \frac{1.96^2 \times 0.5 \times 0.5 \times 2319}{2319 \times 0.1^2 + 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5} \quad N = 100$$

El cálculo fraccionario anterior muestra claramente que el tamaño de la muestra a realizar es de 100 encuestas aplicadas al personal involucrado seleccionado a criterio del investigador ya sean estos administrativos o docentes pero significativa del universo, dando lugar a que todos tengan la misma probabilidad de ser incluidas.

8. Análisis e interpretación de resultados

La UNAN- Managua es una institución que siempre está apoyando el desarrollo y bienestar de sus trabajadores y por ende se benefician los estudiante, para lo cual se está realizando un estudio de factibilidad para la apertura de una farmacia que cubra las necesidades en cuanto a los medicamentos que demande la población. Este análisis tiene que estar relacionado con la misión y visión de la farmacia universitaria las cuales textualmente dice:

Misión: Ser una alternativa que contribuya al bienestar de la comunidad universitaria, suministrando productos farmacéuticos a bajo costos con calidad y accesible garantizando la salud del personal administrativo, docentes y estudiantes de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua.

Visión: Incorporar productos farmacéuticos eficientes e innovadores para solventar la demanda a los distintos problemas de salud sea por emergencias o tratamientos médicos que cubran las necesidades de la Comunidad Universitaria a un precio súper económico.

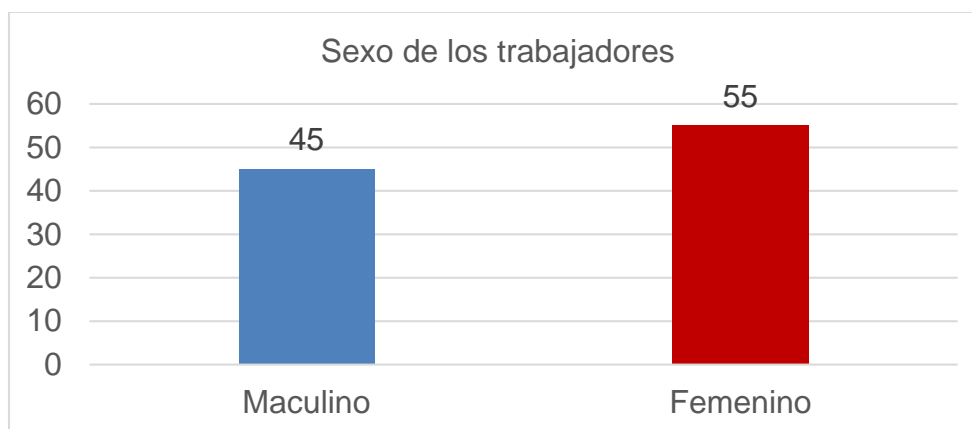
La UNAN-Managua, es una universidad pública sin fines de lucro y que esta farmacia su giro sería venta social de medicamentos, la cual vendría a solucionar la demanda de medicamentos y generar una fuente de empleo que sería un apoyo en el desarrollo y así la institución estaría cumpliendo una vez más con su primer principio que es el compromiso social. Además se puede hacer coordinación con los médicos de la misma UNAN para que los medicamentos sean extendidos con prescripción médica bajo recetas autorizadas.

8.1. Análisis de las condiciones de mercado para implementación de una farmacia en la UNAN Managua.

La Unan- Managua Recinto Rubén Darío es una zona de gran influencia, donde trabajan y concurren gran cantidad de personas con algunos síntomas de enfermedades, y necesitan comprar medicamento recetados, ya que al interno de dicha institución no hay un local donde vendan productos medicinales; por ello, se hace necesario el estudio de la factibilidad de la apertura de una farmacia universitaria que brinde los servicios necesarios a esta población.

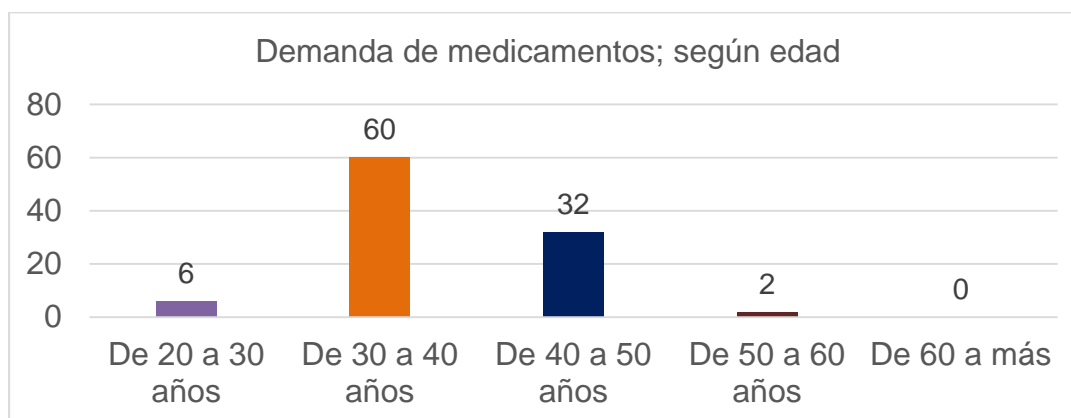
Por consiguiente, para llevar a cabo este apartado se ha realizado un sondeo de mercado con los posibles consumidores para determinar la cantidad de demanda, teniendo en cuenta la información que arroje el instrumento de recopilación de información, en este caso la encuesta aplicada a docentes y administrativos.

Gráfico 1



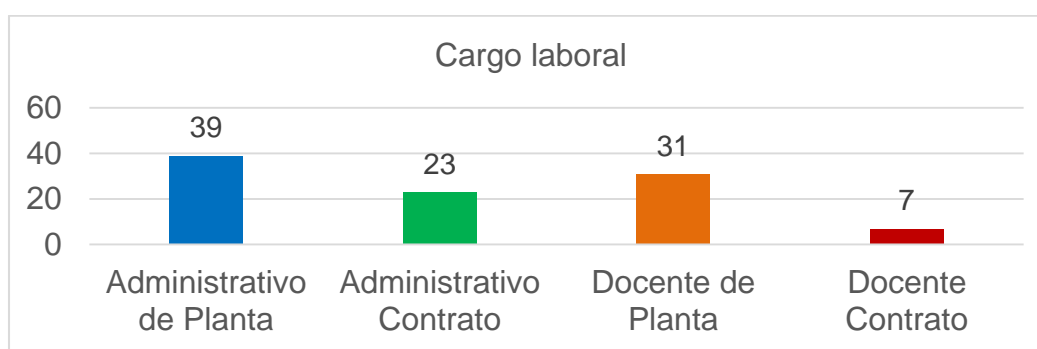
Fuente: Elaboración personal

El gráfico anterior determina el sexo que demanda la compra de medicamentos, en él se encuentra que de 100 personas entrevistada, que es la muestra de trabajadores administrativos de planta, administrativos de contrato, docentes de planta y docentes de contrato, el 45 porcientos son masculino y el 55 mujeres.

Grafico 2

Fuente: Elaboración propia

En este gráfico se refleja los resultados de la encuesta realizada a 100 personas, se puede decir que el 6% corresponde las edades de 20 a 30 años, no consume mucho medicamentos; un 60% entre 30 y 40 años, sí demanda compra de medicamento; el 32% que va de las edades de 40 a 50 años, hace uso de medicamentos no muy abundante, y después están de 50 a 60 años que demanda poco uso de medicina.

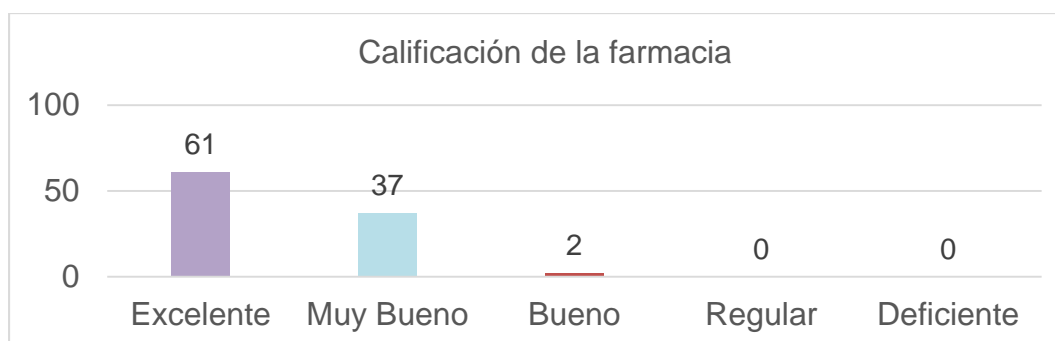
Grafico 3

Fuente: Elaboración propia

En este tercer gráfico, según la encuesta realizada con la misma muestra de 100 personas donde su categoría laboral se divide en cuatro clases: un 39% corresponde a

trabajadores administrativos de planta, un 23% son trabajadores administrativos por contrato, el 31% corresponde a docentes de planta y un 7% docentes por contrato.

Grafico 4



Fuente: Elaboración propia

En el grafico anterior, se refleja claramente que mediante la información obtenida a través de la encuesta se pudo evidenciar que el 61% califica que sería excelente contar con una farmacia dentro del área interna de la unan, el cual vendría a satisfacer las necesidades en los medicamentos que requiere la población universitaria, un 37% opina que sería muy bueno, el 2 % bueno. Durante la encuesta pude escuchar al personal, que además de los productos que oferta la comunidad universitaria, le gustaría que el recinto constara con una farmacia dentro de las instalaciones, para que ellos puedan satisfacer sus necesidades. Esto nos indica que la comunidad universitaria haría uso de la farmacia si se realizará su apertura.

8.2. Descripción de los productos a brindar en la farmacia

Nº	Producto
1	Aciclovir/Tableta400 mg (Caplin Point)
2	Aciclovir 5% tubo/Crema5% (Caplin Point)
3	Amoxicilina/Cápsulas500 mg (Caplin Point)
4	Amoxicilina/Suspensión250mg/5ml (Unipharm)
5	Amoxicilina+Ácido Clavulánico./Tableta
6	Cefalexina/Cápsulas500 mg (Caplin Point)
7	Dicloxacilina/Cápsulas500 mg (Generifar)
8	Doxiciclina/Cápsulas100 mg (Caplin Point)
9	Ciprofloxacina/Tableta500mg (Neo-
10	Ceftriaxona/Fam1g (Marlex)
11	Mebendazol/Tableta100mg (Unipharm)
12	Cefadroxilo/Cápsulas500mg (Caplint Point)
13	Cefadroxilo suspensión/FRASCO250MG/5ML (Caplint Point)
14	Sulfadeazina de plata/Crema1% (RAMOS)
15	Metronidazol/Tableta500mg (Flamingo)
16	Metronidazol/Suspensión125mg/5ml (Unipharm)
17	Penicilina G.Benzatínica/Fam1,200,000 UI (Marlex Pharmaceuticals)
18	Unicilina (Penicilina G procaínica, Penicilina G sódica)/Vial4,000,000UI (Unipharm)
19	Tetraciclina/Cápsulas500 mg (Caplin)
20	Azitromicina/Tableta500mg (Solka)
21	Azitromicina Suspensión/Frasco 15ml
22	Fluconazol/Cápsulas150mg (Caplin Point)
23	Tinidazol/Tableta500mg (Caplint Point)

24	Trimetoprim+Sulfametoxazol/Suspensión
25	Trimetoprim+Sulfametoxazol/Tableta80mg+400mg
26	Nitrofurantoína/Tableta100mg (JIANGSU PENGYAO PHARMACEUTICAL)
27	Triple antibiótico/Crema0.606g+0.065g+0.5g
28	Clindamicina/Cápsulas300mg (Solka)
29	Clindamicina Óvulos/Óvulos100mg (Solka)
30	Nistatina Suspensión Oral./Frasco 30ml100000UI (DUPEN LABORATORIES)
31	Secnidazol/Tableta500mg (Caplin Point)
32	Cefixima/Cápsulas400 mg (Caplin Point)
33	Cefixima Suspensión/FRASCO100mg (RAMOS)
34	Furazolidona 120 ml/Jarabe50 mg/5 ml (RAMOS)
35	Furazolidona/Tableta100mg (RAMOS)
36	Albendazol/Tableta400mg (Caplin Point)
37	Albendazol/Suspensión100mg/5ml (Caplin Point)
38	Dimenhidrinato/Tableta50mg (Bengoechea)
39	Dimenhidrinato/Ampolla50mg/5ml (Paill)
40	Enzimas digestivas/Grageas200mg+40mg (Phamalat)
41	Hepaceguel/Jarabe1.25g+1g+1.25g+1.25g+1.25g+1g (Ceguel)
42	Hidróxido de Aluminio+Hidróxido de Magnesio/Tableta150mg+150mg (Solka)
43	(Magnum)/FRASCO450mg+450mg+75mg (Unipharm)
44	Leche de Magnesia/Suspensión425mg/5ml (Ceguel)
45	Omeprazol/Cápsulas20mg (Intermed)
46	Ranitidina/Tableta300mg (Caplint Point)
47	Tralbex Gingival/Solución5g+1g (Ceguel)
48	Loperamida (Antidiarreico)/Cápsulas2 mg (Bayer)

49	Lansoprazol/Cápsulas30mg (Flamingo)
50	Hígado Sanil (Extracto Ruibarbo,Aloe del cabo, Cáscara S.)/Unidad41.60mg+16.60mg+16.60mg+16.60 (RARPE)
51	SUCRADEL (Sucralfato)./Sobre1g (Paill)
52	Colipax (Bromuro de Clidinio)./Tableta2.5mg (Teramed)
53	Ambroxol/Jarabe15mg/5ml (NORDIC)
54	Ambroxol+Clembuterol/Frasco 115ml7.5x0.005mg/5ml (RAMOS)
55	Bromhexina/Lancasco/Frasco 120ml4mg/5ml (Lancasco)
56	Dextrometorfano/Jarabe10mg/5ml (Solka)
57	Serafón jarabe/Jarabe50mg (Ceguel)
58	Serafón Perlas/Perlas 5 mg+10 mg/Perlas5 mg+10 mg (Farmacaps)
59	Ketotifeno/Jarabe1mg/5ml (Ceguel)
60	Loratadina/Tableta10mg (Caplin Point)
61	LORATADINA/Jarabe5MG/5ML (Bengoechea)
62	Desloratadina/Tableta5mg (Wexford)
63	Salbutamol para nebulizar/Frasco 20ml5mg/ml (Ceguel)
64	Teofilina/Jarabe27mg/5ml (Ceguel)
65	Actimicina Bronquial-F/Tablecap500mg+10mg+4mg (RARPE)
66	Acenofén Antigripal -F/Jarabe125mg+2.5mg+2mg (Ceguel)
67	Pulmo Grip frasco de 120 ml (NORDIC)
68	Zorritone/Caramelo7.2mg+9.6mg+ (Ancalmo)
69	Zorritone jarabe/Jarabe100 mg (Ancalmo)
70	Sudagrip P.M. (Paill)
71	HIGO-MIEL (Lancasco)
72	Alicol-D (Unipharm)
73	Tabcin Día/Perlas100 mg (Bayer)
74	Tabcin Tos/Perlas100 mg (Bayer)

75	Tabcin Noche/Perlas100 mg (Bayer)
76	Pastillas Vick/ (Procter y Gamble)
77	Cetirizina/Tableta10mg (Caplin Point)
78	Actimicina Gripe y Tos/(RARPE)
79	Tabcin Gripe y Tos (Bayer)
80	I.R.S. tabletas 500mg+10mg+8mg (Infasa)
81	I.R.S. Jarabe 12 ml (Infasa)
82	Atenolol/Tableta100mg (Caplin Point)
83	Enalapril/Tableta10mg (Ceguel)
84	Enalapril/Tableta20 mg (Generifar)
85	Propranolol/Tableta 40mg/Tableta40mg (Generifar)
86	Captopril/Tableta25mg (Caplin Point)
87	Losartan Potásico/Tableta50mg (Caplin Point)
88	Losartan 100 mg/Tableta100mg (Pharmedic)
89	Amlodipina/Tableta5mg (Ceguel)
90	Omega 3 160 unidades/FRASCO1,000mg (Total Natural)
91	Nifedipina retard/Tableta20 mg (Intermed)
92	Gemfibrozilo/Tableta600 mg (La Santé)
93	Simvastatina/Tableta20 mg (Caplin Point)
94	Factor P4+E/Cápsulas500 mg (Panzyma)
95	Carvedilol 6.25 mg/Tableta6.25 mg (CORE-PHARMA)
96	Irbesartán/Tableta150 mg (Caplint Point)
97	Extracto de Malta (ANDIFAR)
98	Sulfato Ferroso+Ácido (HANS-E LEMBIKE)
99	Intrafer/Jarabe30 mg +250mcg (Unipharm)
100	Ferridoce 2 (NORDIC)

101	Intrafer F-800/Tableta (UNIPHAM)
102	Agua Destilada/Ampolla10ml (Pisa)
103	Calcio+Vitamina (Unipharm)
104	Suero Oral/ (Ancalmo)
105	Oralectril 450 ml/FRASCO (Finlay)
106	Solución Salina./Frasco 1000ml0.9% (Pisa)
107	Solución Hartmann (Pisa)
108	Alopurinol/Tableta300mg (Pharm Inter)
109	Furosemida/Tableta40mg (Generifar)
110	Rowatinex/Perlas (Rowa Pharmaceuticals)
111	Clotrimazol/Óvulos100mg (ANDIFAR)
112	Dexacort-Plus/500mg (Solka)
113	Metronidazol/Óvulos500mg (Solka)
114	Nistatina+Dexametasona(Ceguel y Solka)
115	Nasal/Solución0.9% (Ceguel)
116	Odontil (Aceite esencial de clavo +Benzocaina) (Ceguel)
117	Tetraciclina/Ungüento1% (TEOGUE MEDICAL)
118	Oxitetraciclina+polimixina (ANDIFAR)
119	Lágrimas artificiales
120	Fungil/Ungüento1.25%+4%+3% (Ceguel)
121	Fungil/Loción2%+3%+4%+2.8% (Ceguel)
122	Fungil Spray/FRASCO60 ml (Caplin Point)
123	Betametasona/Crema0.1% (Ceguel)
124	Calamina/Loción8% (Ceguel)
125	Clotrimazol+Dexametasona (CORTRILocal)
126	Clotrimazol/Crema1% (Ceguel)

127	Clotrimazol loción./Frasco 30ml1% (RAMOS)
128	Difenhidramina/Jarabe12.5mg/5ml (Ceguel)
129	Difenhidramina/Tableta25mg (Ceguel)
130	Hidrocortisona/Crema1% (Ceguel)
131	Ketoconazol/Crema2% (Solka)
132	Gentamicina+Betametasona+Clotrimazol
133	Óxido de Zinc(Pasta al Agua)/Pasta20% (Ceguel)
134	Zepol/FRASCO6.55g+6.55g (Zepol)
135	Zepol Infantil/FRASCO4g+2.66g+2.66g (Zepol)
136	Talco FLY O DOR /Bolsa 100 g0.5% (Ceguel)
137	Noebol((Neomicina+Clotebol)/Crema500mg+500mg (UNIPHAM)
138	Neobol Spray/Frasco 30ml30ml (UNIPHAM)
139	Andicaína H-15 Crema5%+1% (ANDIFAR)
140	SelectaVit. (Complejo B) (Vijosa)
141	Vita Roja (Ceguel)
142	Medox ABC Jarabe/Frasco (Unipharm)
143	Multivitaminas+Minerales (Caplin Point)
144	Rábano Yodado/Jarabe (Ceguel)
145	Vitamina C/Tableta500mg
146	Vitaminas Neurotropas de 10,000 (Vijosa)
147	Vitaminas Neurotropas 25,000 (Caplin Point)
148	Dolo-Vitalgia Tableta (RARPE)
149	DOLO-Nervisel (Selectpharma)
150	Vitaflenaco. (Farmamédica S, A.)
151	Dolo-Vitalgia /Ampolla75 (RARPE)
152	Dexa-Nervi-Doce (Dexametasona+Vitaminas)/ (Vijosa)

153	Sulfato de Zinc /Tableta50 mg (Pharmedic)
154	Vitamina E/Perlas400UI (Cipla)
155	Neurofortan /Cápsulas100mg (Caplin Point)
156	VIT ADK 15-E/AmpollaA 120,000UI+ D 6000UI+ E 6,000UI (RARPE)
157	Vit ADK 5-E/Vial40,000UI+Vit D3+Vit E10 mg (RARPE)
158	Fortipetim(Vitaminas+Calcio+Ginseng)/Vial50 mg+120mg+25mg+25mg+... (American Pharma)
159	Meneparol 12 ml/FRASCO15 mg+15mg+60mg+300mcg+360mg (Morazan)
160	NEUROL/ (Unipharm)
161	Hepatron/Tableta200 mg+2 mg+... (Bonin)
162	Acetaminofén/Jarabe120mg/5ml (Ceguel)
163	Acetaminofén/Gotero100mg/1ml (Ceguel)
164	Acetaminofén/Supositorio100mg (Solka)
165	Acetaminofén/Tableta500mg (La Santé)
166	Acetaminofén 300 mg/Caplin/Supositorio
167	Ácido Acetilsalicílico./Tableta100mg
168	Diclofenac/Tableta50mg (Bengoechea)
169	Diclofenac/Gel1% (Ceguel)
170	Diclofenac/Ampolla75mg/3ml (Vitalis)
171	Diclofenac/Tableta100mg (Meditab)
172	Espasmo dolofor/Tableta125mg+10mg (Unipharm)
173	Espasmo dolofor /Ampolla
174	Ibuprofeno/Tableta400mg (Meditab y Caplint Point)
175	Ibuprofeno/Suspensión100mg/5ml (La Santé)
176	Ibuprofeno/Tableta600 mg (Caplint Point)
177	Laxifen (Paracetamol+Metocarbamol) (ARSAL)
178	Tramadol/Tableta50mg (Caplint Point)

179	IndometacinaMagnesio/Cápsulas25mg
180	Naproxeno/Tablecap550mg (Selecpharma)
181	Fenazopiridina/Tableta100mg (Generifar)
182	Cafeína+Ergotamina)/Tableta450mg+40mg+1mg (Lab. Terapéticos Medicinales)
183	Piroxicam/Cápsulas20mg (Generifar)
184	Dexketoprofeno/Cápsulas25 mg (RAMOS)
185	Dexketoprofeno/Ampolla50mg/2ml (LAFAGE)
186	Novalgina/Tableta500 mg (Sanofi Aventis)
187	Dipirona Magnésica (DOLOFOR)/Tableta500 mg (UNIPHAM)
188	Dipirona inyectable/Ampolla1g (Vitalis)
189	Dipirona jarabe 250mg/5ml (Vijosa)
190	Miocitalgan /Tableta175mg+350mg (MERCK)
191	Ácido Mefenámico/Tableta500 mg (RAMOS)
192	Dolofin (ácido acetil salicilico+cafeina + B1)/Tableta400mg+30mg+15mg (UNIMARK)
193	Paracetamol+Tramadol/Tableta325 mg+37.5 mg (Phamalat)
194	Pasinerva/Cápsulas100mg+90mg+... (Infasa)
195	Glibenclamida/Tableta5mg (Generifar)
196	Prednisona/Tableta5mg (Ceguel)
197	Prednisona/Tableta50mg (Paill)
198	Metformina/Tableta850 mg (CORE-PHARMA)
199	Alcohol 60 ml/Solución70% (Quimifar)
200	Venda de Gasa./Rollo3x10 (Airon)
201	Gasa 10cm x 10 cm/Unidad4in x 4in (Caplint Point)
202	Jeringa 3cc/Unidad21x 1/2 (NIPRO)
203	Jeringa 5cc/Unidad21x 1/2 (NIPRO)
204	Jeringa 3cc/Unidad22x 1/2 (NIPRO)

205	Jeringa 5cc/Unidad22x 1/2 (NIPRO)
206	Jeringas para insulina. 1ml/Unidad29 G x 1/12 (NIPRO)
207	Jeringas de 10 CC/Unidad10 CC 21 X 1/2 (NIPRO)
208	Toallas Sanitarias Manzanilla/Paquete10 (Saba)
209	Toallas Sanitarias Nocturnas/Paquete10 (Saba)
210	Algodón/Bolsa5g (Hidrófilo)
211	Curas Largas/Caja x 100Unidad (MIAO-BANG)
212	Estuche de Cepillado/SobreUnidad (Colgate)
213	Venda Crepe elástica 2"/UnidadUnidad (Airon)
214	Venda Elástica 4 x 5 yds"/UnidadUnidad (Airon)
215	Bránulas N° 20/UnidadUnidad (VIAMED)
216	Guantes desechables N° 7 1/2./Caja x 100 Unidad/Caja x 100Unidad (Caplint Point)
217	Recolector de orina./Unidad90 ml (NIPRO)
218	Microspore papel./Unidad2.5 cm x 10 yds (Wellpro)
219	Pruebas de embarazo/UnidadUnidad (Wellpro)
220	Cinarizina/Tableta75mg (CORE-PHARMA)

Fuente: Elaboración propia. (Tabla 5)

8.2.1 Tipos de producto que vendería la farmacia universitaria

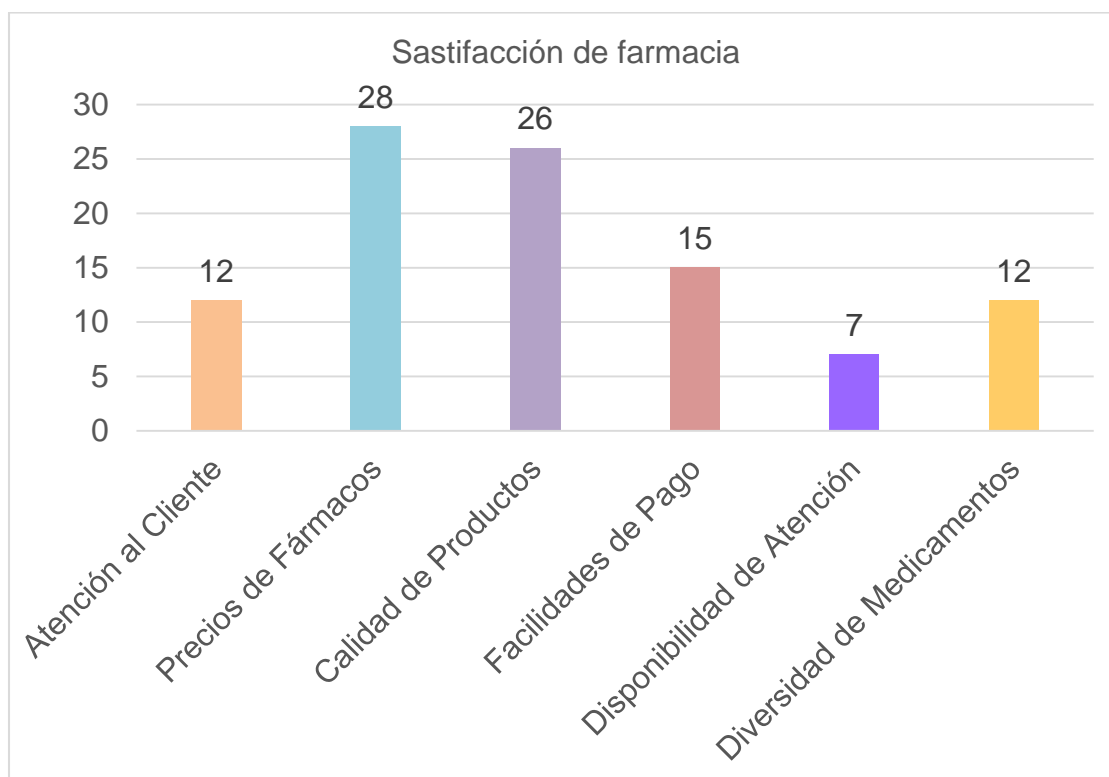
Mediante la observación directa se pudo constatar que aparte de medicamentos demandan bienes de belleza, suplementos alimenticios, productos lácteos, productos para bebé, pañales desechables, artículos de aseo personal, entre otros, que son productos básicos, porque son necesarios para la subsistencia inmediata, igualmente son de comparación o elección ya que el mercado ofrece a través de otros distribuidores, productos similares o muy parecidos en sus formas y características, en las farmacias Farmavalue, Farmacia Familiar, Farmacia Guadalupana, en días ordinarios de compras. Este segmento del mercado además se caracteriza por ser consumidores directos

quienes casi siempre van a comprar por necesidad, bienestar y comodidad; además eligen comprar productos que garanticen su origen, durabilidad y funcionamiento o utilidad.

8.2.2. Características del producto

Dentro de las características del producto encontramos el empaque (es una parte fundamental del producto, porque además de contener, proteger y/o preservar el producto permitiendo que este llegue en óptimas condiciones al consumidor final, es una poderosa herramienta de promoción y venta), color(puede ser muy importante e influir directamente en los consumidores del producto, por ello se debe pensar bien, cuál es tu producto y a qué público quieres orientarlo y entonces elige el color más indicado), diseño (en primer lugar debemos investigar y analizar las necesidades, gustos, preferencias, deseos y características de los consumidores que conforman nuestro mercado objetivo), envase (es todo aquello que sirve para contener un producto, el cual puede estar compuesto por papel, cartón, vidrio, madera, plásticos, metales, etc.), marca(es el signo que distingue un producto de otro o un servicio de otro), calidad (es la percepción que el cliente tiene del mismo, es una fijación mental del consumidor que asume conformidad con dicho producto o servicio y la capacidad del mismo para satisfacer sus necesidades).

Sin embargo, lo más importante de todo ello es el precio que se estipule a dicho producto (es el valor monetario que se le asigna a un producto o servicio al momento de ofrecerlo a los consumidores y, por tanto, el valor monetario que los consumidores deben pagar a cambio de obtener dicho producto o servicio). La fijación del valor monetario en lo ofertado es un aspecto que el consumidor se deja llevar, pues es un elemento esencial que van estrechamente relacionado a la hora de vender un bien o servicio con el cual se siente satisfecho. Además, incluye el prestigio del Fabricante y Prestigio del detallista.

Grafico 6

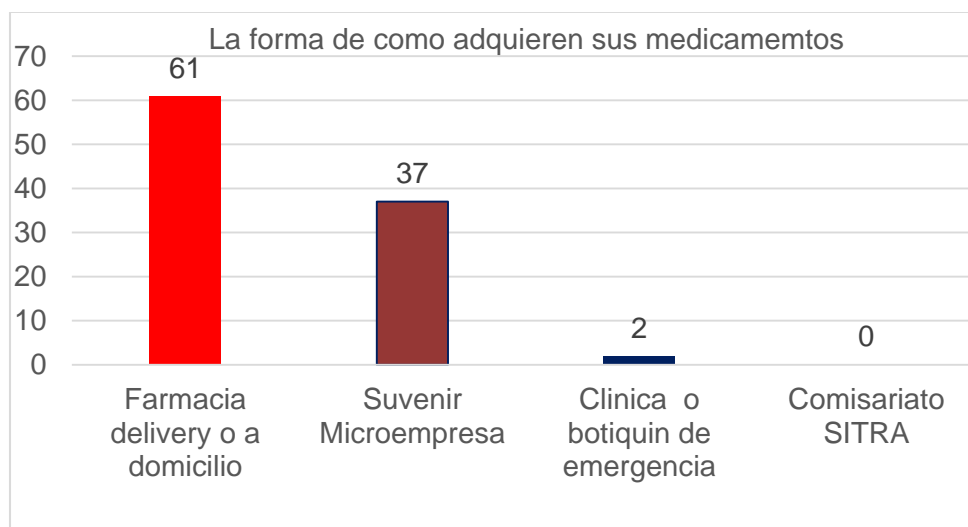
Fuente: Es de elaboración propia.

La gráfica número 6 refleja la información obtenida a través de la encuesta realizada, donde puede decirse que el 12% le gustaría atención al cliente; un 28% de las personas que adquieren producto farmacéutico le interesan que los precios que brinde la farmacia sean favorables; el 26% le satisface la calidad del producto; un 15% le gusta la facilidad de pago que se pudieran brindar; un 7% manifiesta disponibilidad de atención y el 12% le gustaría contar con diversidad de medicamentos. El precio es el primer aspecto que destaca este estudio, seguido de la calidad y la facilidad de pago para obtener el producto.

8.2.3. La forma como la vamos a comercializar el producto

Las ventas del medicamento se pueden realizar de la siguiente manera: el consumidor puede llegar al lugar donde estaría funcionando la farmacia universitaria; otra forma, podría ser que haga su pedido de apartado y posteriormente que lo retire; y por delivere. Durante la encuesta realizada ellos solicitaban sus medicamentos por delivere.

Grafico 5



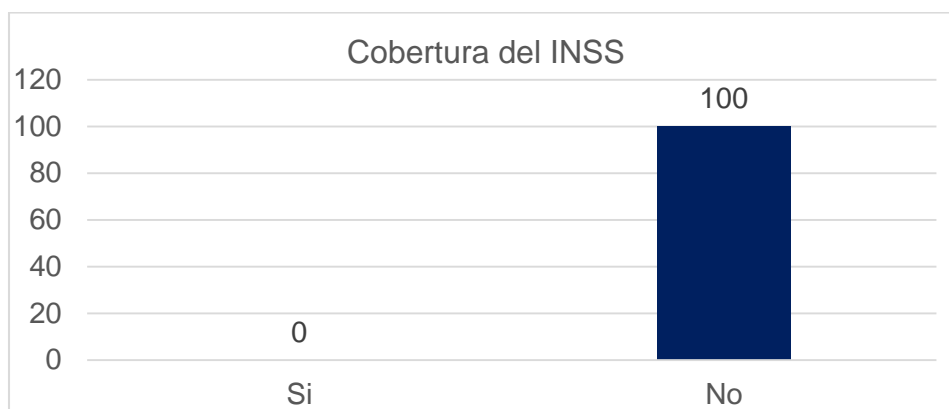
Fuente: Elaboración propia.

En la figura anterior, se puede ver claro que a través de la información obtenida por medio de la encuesta el 61% solicita compra de medicamentos por envíos, ya que no se cuenta con una farmacia a lo interno en la universidad que reúna todas las condicione que amerita; un 37% adquiere sus medicamento en el souvenir siempre y cuando ella los tenga, porque por lo general solo mantiene medicamentos generales, y el 2% acude a emergencia o algún botiquín que tengan en la oficina siempre teniendo el riesgo de no hallar la medicina.

La comunidad universitaria representa una excelente oportunidad de mercado por contar con una población compuesta en su mayoría por personas adultas y mayores. Sin

embargo este es un sector en constante expansión, lo que permitirá aumentar la densidad poblacional, asegurando un crecimiento sostenible para la farmacia ya que la mayoría de las personas encuestada manifiesta que el seguro no cubre todos los medicamentos. Esto indica que si la UNAN-Managua y el SITRA aperturaran una farmacia vendría hacer un proyecto novedoso e innovador donde todos harían uso de este servicio; por consiguiente, sería un excelente beneficio para toda la comunidad universitaria.

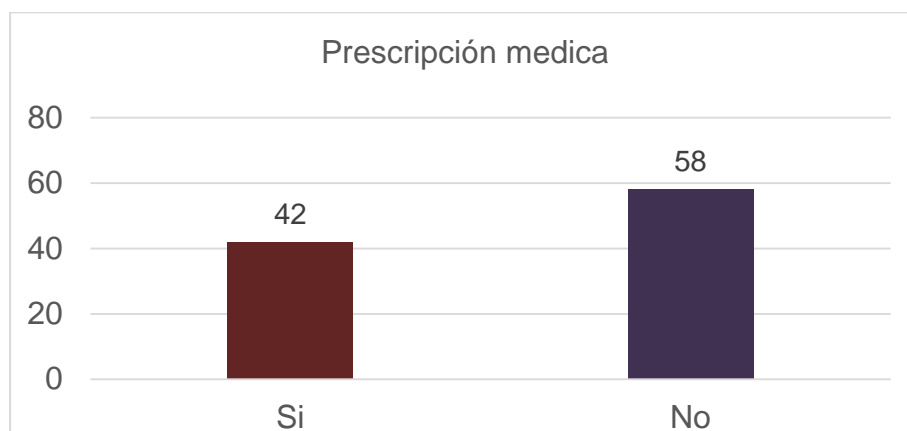
Grafico 7



Fuente: Elaboración propia.

Mediante la información obtenida se pudo apreciar que el 100% de las personas encuestada manifiesta que el seguro no le cubre todas sus recetas médicas, siempre tienen que buscar opciones para obtener de otra forma su medicina.

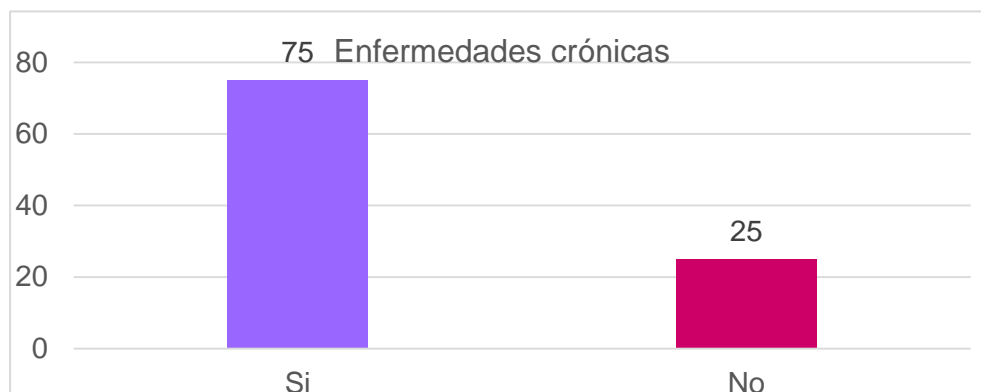
La UNAN-Managua y el SITRA para solucionar un poco esta problemática es importante que aperturara la farmacia universitaria y vender las medicina aun costo más bajo que las otras farmacia ubicadas a su alrededor, podrá solicitar al SILAIS una lista de medicamento con los precios más económicos para el cliente. Ya que la mayoría manifiesta que algunos medicamentos no los cubre el seguro.

Grafico 8

Fuente: Elaboración propia.

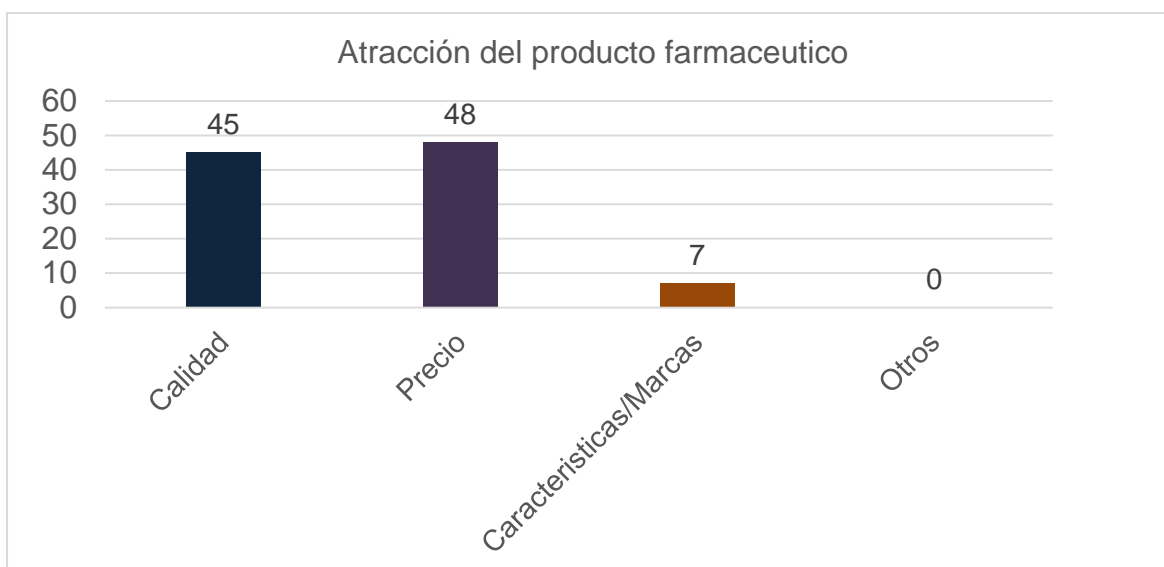
Se puede observar que de 100 personas que fue la muestra el 42% consume medicamentos para diferentes enfermedades, según lo indicado por el médico; y un 58% no consume medicamentos bajo prescripción médica; aspecto que se puede regular en dependencia de la clase de medicina que demande el potencial cliente.

Hoy en día la población nicaragüense sufre de muchas enfermedades que son crónicas de larga duración y por lo general de progresión lenta. Entre las enfermedades crónicas que más padece la población se encuentran sobre peso, enfermedades respiratorias, diabetes, etc. Por eso la UNAN-Managua y el SITRA deben de efectuar este proyecto y a la vez dando una solución personal que es farmacodependiente.

Grafico 9

Fuente: Elaboración propia.

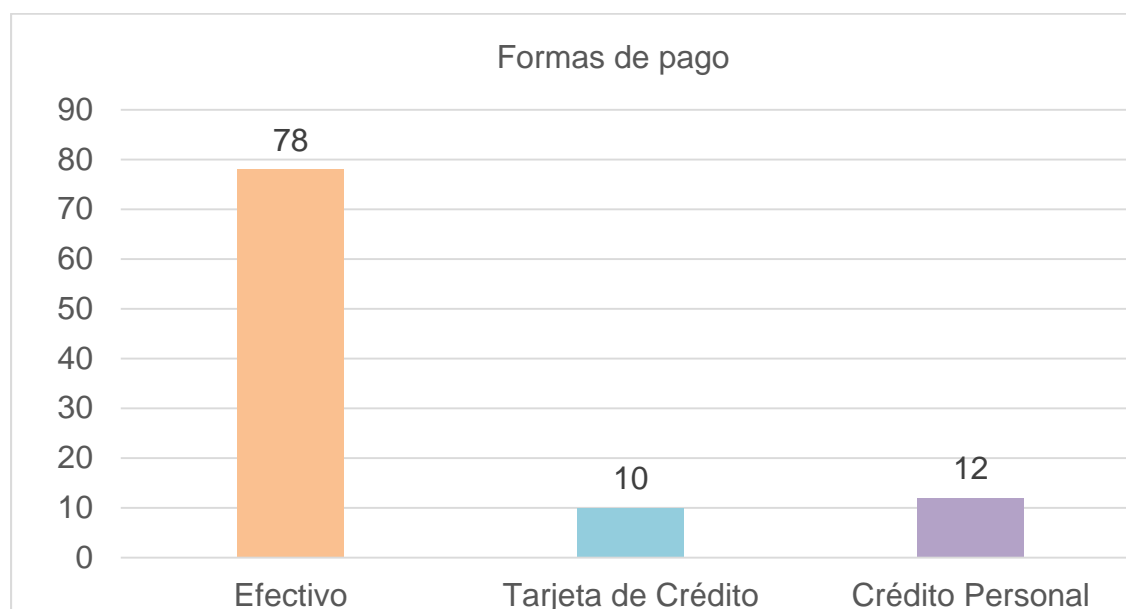
Mediante la encuestas realizadas se pudo comprobar que el 75% de las personas encuestadas manifiestan que en su hogar existen familiares con enfermedades crónicas, y un 25% opina que no. Este resultado no alegra a ningún ser humano, pero estando sujeto a padecimientos físicos el afectado recurre a buscar profesionales y medicamentos que alivien dichos malestares, y es ahí donde el estudio demuestra lo valioso de un establecimiento médico en dicha instalaciones.

Grafico 10

Fuente: Elaboración propia.

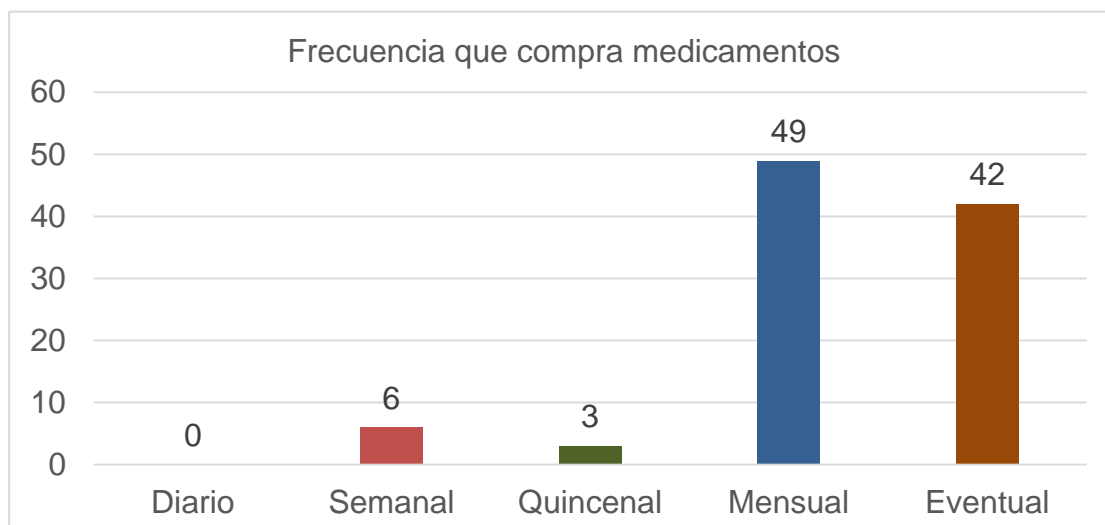
La encuesta realizada refleja nuevamente que el 45% sugiere la calidad del producto, el 48% prefiere un producto a bajo coste; y un 7% que no es relevante manifiesta que sería la marca del producto. Debe reflejarse que dicha pregunta se relaciona estrechamente con la pregunta número 6; pero aquí (pregunta 10) se deseaba analizar el precio y la calidad comparada con la marca, y dejar claro la preferencia.

Grafico 11



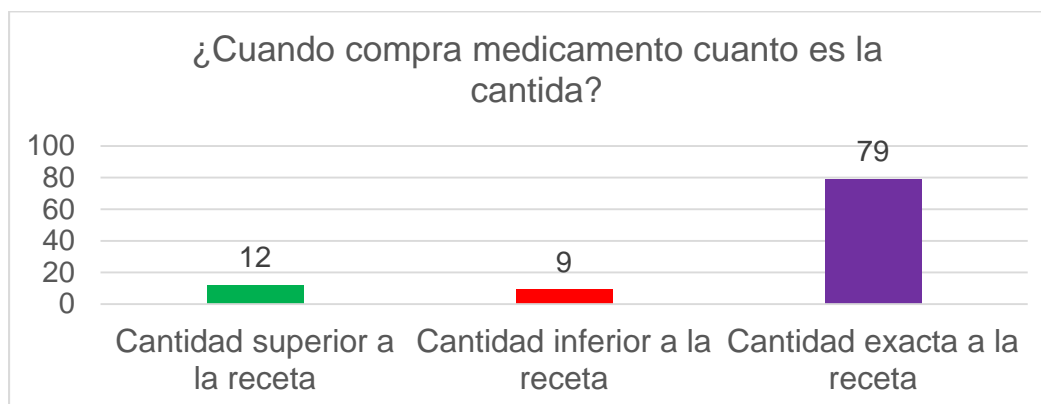
Fuente: Elaboración propia.

En la gráfica anterior se puede evidenciar que el 78% de las personas cuando adquieren un producto farmacéutico lo pagan en efectivo, un 10% paga con tarjetas de crédito y el 12% lo realiza con un crédito personal. Esto constata que la farmacia universitaria sería un excelente proyecto para la UNAN-Managua y el SITRA al ejecutarse, ya que de la muestra que se tomó el 78% compran su medicina en efectivo lo cual podríamos decir que es rentable.

Gráfico 12

Fuente: Elaboración propia.

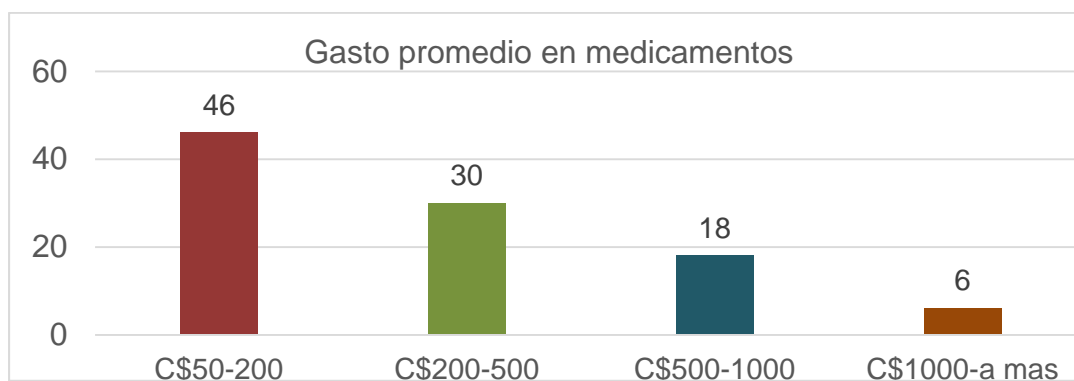
Según la encuesta realizada se obtuvo que el 6% lo adquiere semanal, un 3% de manera quincenal, el 49% de las personas compran medicamentos con una frecuencia mensual, un 42% demanda compra de medicamentos de forma eventual. La compra eventual del producto farmacéutico significa que lo adquiere cuando la enfermedad se presenta en los trabajadores o en los miembros de su familia, y que no es necesario esperar la semana, quincena o mensual que le paguen.

Grafico 13

Fuente: Elaboración propia.

Mediante la información obtenida de las encuestas el 12% dice que compran medicamentos superiores a la receta, un 9% inferior a lo recomendado y el 79% de los consumidores compran la cantidad exacta que le receta el médico. Por ello, es necesario que la farmacia establezca relación directa con el equipo médico de la universidad, para que dichas recetas vengan autorizadas por un especialista y con la cantidad adecuada para el tratamiento.

Grafico 14



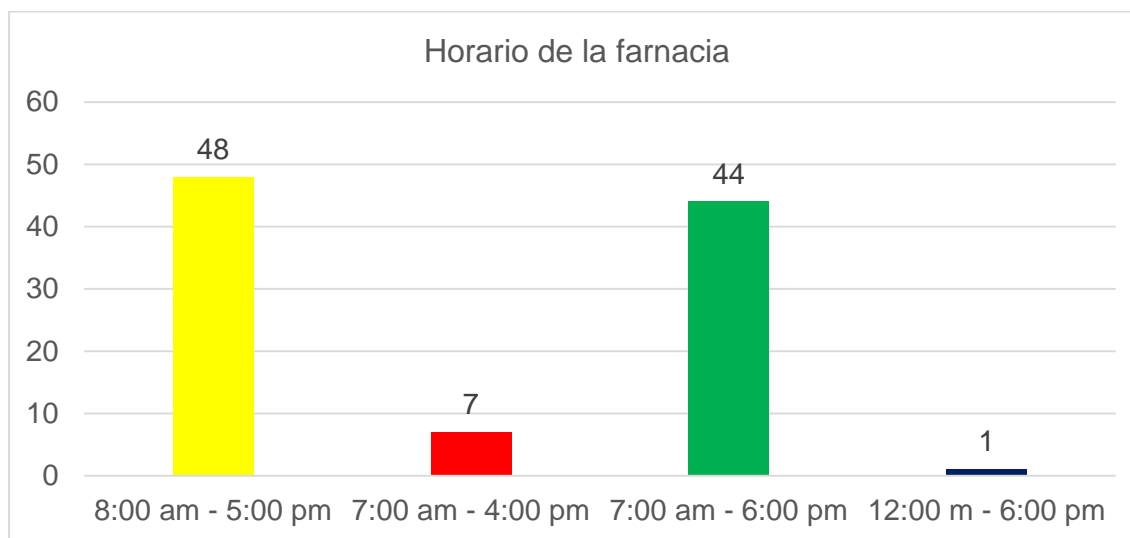
Fuente: Elaboración propia.

El consumo de medicamentos es uno de los gastos más importante de toda familia y va en dependencia del nivel económico y la necesidad; en los resultados de esta encuesta indica los siguientes gastos económicos: un 46% gasta de C\$50 a C\$200 córdobas, un 30% de C\$200 a C\$500 córdobas, el 18% predestina en fármacos de C\$500 a C\$1,000 córdobas y un 6% gasta de C\$1,000 a más.

Un breve resumen del análisis y según los datos arrojados en la encuesta de los gráficos 12,13 y 14 se puede decir que es numeroso la frecuencia de compra de medicamentos que demanda la población ya sea diario, semanal, quincenal, mensual o eventual. Esto significa que se debe aprovechar el derecho constitucional que existe en la compra-venta de medicamentos en Nicaragua con el objetivo de que la población pueda adquirir dichos productos a un precio adecuado a través de la instalación del

establecimiento farmacéutico en la UNAN- Managua, ya que dicho recinto presenta las condiciones adecuadas y la demanda requerible.

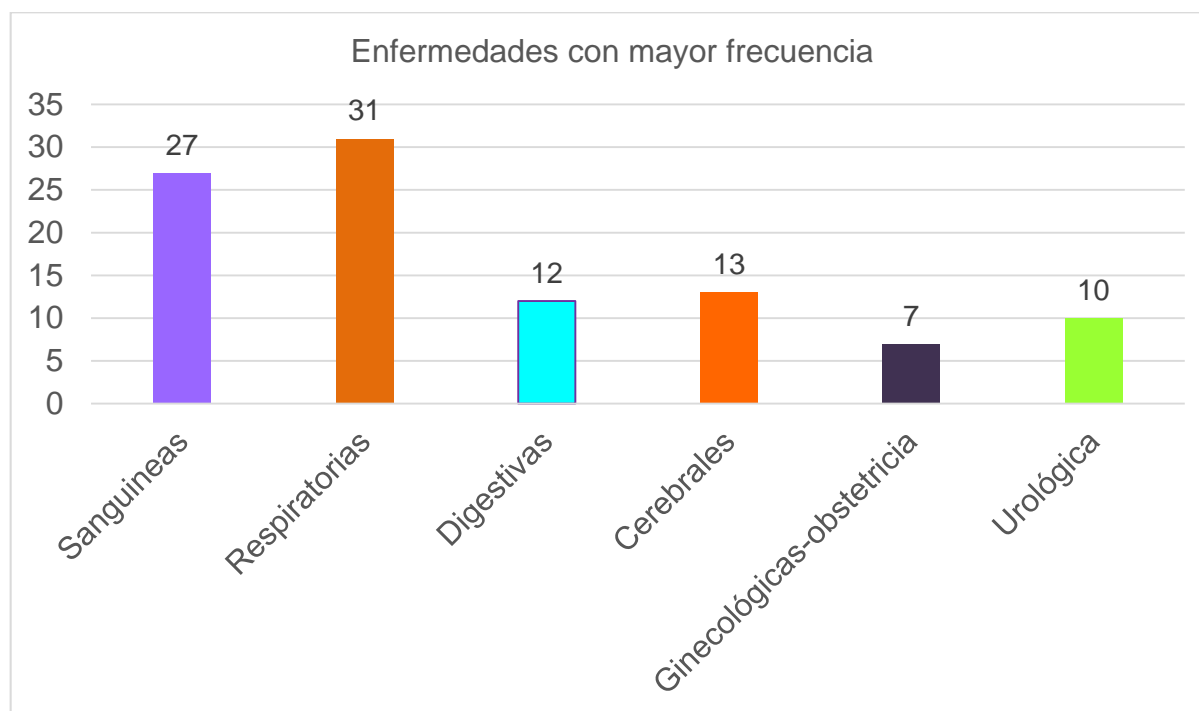
Grafico 15



Fuente: Elaboración propia.

Las encuesta aplicada anteriormente indican que el 48% demanda un horario de oficina que sería de 8:00 am a 5.00 pm., el 7% dice que estaría bien de 7:00 am a 4:00 pm., un 44% opina que atienda un tiempo más prolongado que sea de 7:00 am a 6:00 pm., y el 1% de 12:00 md a 6:00 pm. Este resultado coincide con la diversidad de horario que tiene la UNAN- Managua; por lo tanto puede establecer horario diferente para algunos trabajadores de la clínica y otros a través de hora extra en dependencia de la función que ejerza. Este horario permitirá que siempre se respete la jornada laboral como lo establece el ministerio del trabajo que es de ocho horas y media para el personal fijo y nueve horas y media para el personal de contrato dando una hora de almuerzo. Todo esto garantizará la buena venta del producto ofertado.

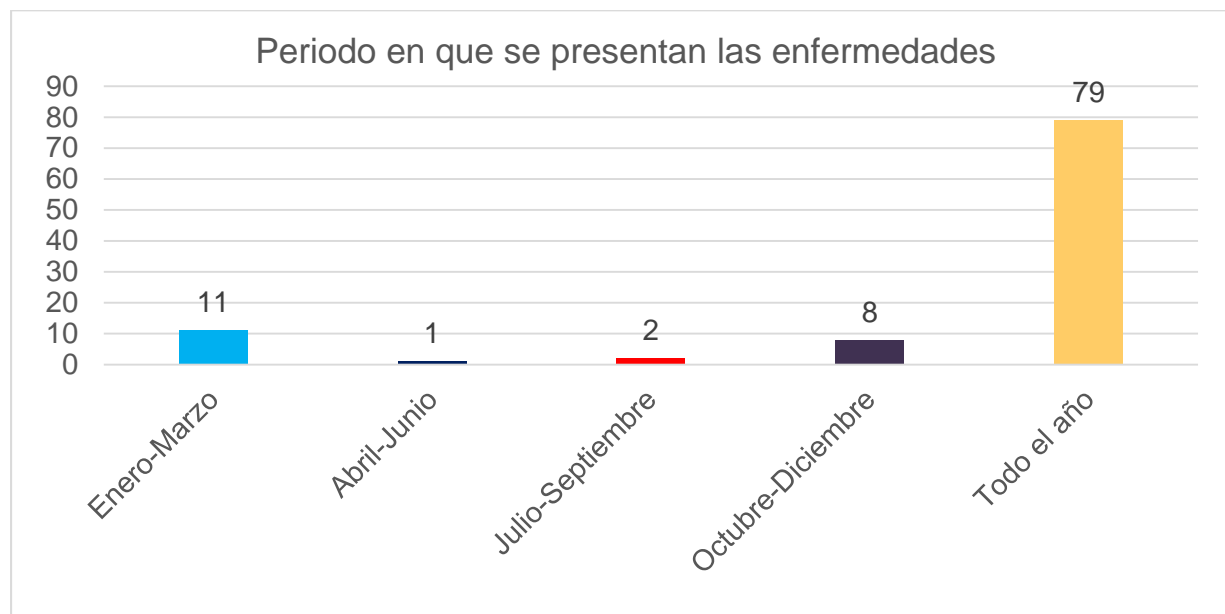
Grafico 16



Fuente: Elaboración propia.

Mediante el resultado anterior se puede constatar que el 27% dice que la enfermedad frecuente es sanguínea, el 31% expresa que el trabajador o su familia padece de enfermedades respiratorias, un 12% confirma que tienen problemas digestivos, el 13% manifiesta que tienen afectaciones cerebrales, un 7% sufre de situaciones ginecológicas, y un 10% sufre de problemas urológicos. Estos padecimientos humanos afligen al núcleo familiar y amigos; sin embargo ante estas amenazas las personas recurren buscar con los medicamentos un alivio a corto o largo plazo para volver la alegría al hogar. Además de los medicamentos ofertados, la farmacia universitaria podría ofertar servicios generales de atención; esta sería una forma de atraer clientes y darse a conocer a otras personas que solo llegan eventualmente a realizar otros tipos de trámites.

Grafico 17

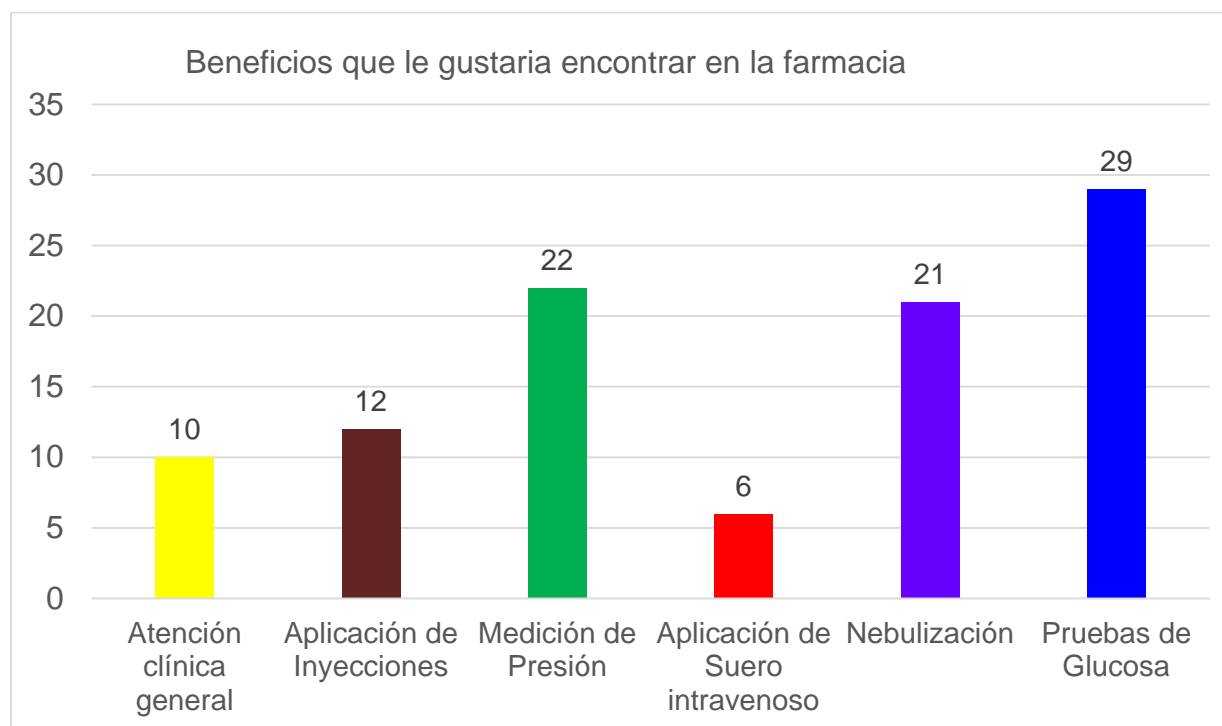


Fuente: Elaboración propia.

Mediante la información recaudada a través de la encuesta el 11% dice que de enero a marzo es el periodo que más se enferman, esto debido a la temporada caliente, el 1% manifiesta de abril a junio, un 2% expresa de julio a septiembre, el 8% indica de octubre a diciembre, esto por el cambio de clima de caliente a frio, y un 79% presentan enfermedades todo el año, ya sea por padecimiento común o crónico. Este último resultado deja claro la necesidad de adquirir medicamentos para curar o minorar el padecimiento.

La UNAN-Managua por tener una población bastante grande frecuentemente el personal se enferma de diferentes enfermedades, y por lo tanto, demanda de medicamentos en cualquier época del año. Esto significa que siempre la farmacia estaría necesitando de los servicios del personal; incluso, ellos mismos son un potencial cliente ya sea para ellos o para para sus familiares. Por ello, la demanda del producto farmacéutico se movería de forma permanente y constante.

Grafico 18



Fuente: Elaboración propia.

Mediante el análisis anterior se refleja que el 10% solicita atención general para consultar diferentes tipos de enfermedades, el 12% requiere servicios de aplicación de inyección, el 22% sugiere medición de presión arterial porque es un mal que se está padeciendo actualmente, un 6% señala aplicación de suero, un 21% indica contar con nebulización y el 29% demanda que le gustaría contar con la prueba de glucosa, ya que es una enfermedad que se puede adquirir a cualquier edad. Esto indica otros servicios que la farmacia puede emprender y que beneficia económicamente al ingreso sostenible de dicho negocio.

Esto constata que además de la venta de medicamentos los trabajadores demandan otro tipo de servicio al aperturar la farmacia, aspecto que se pudo corroborar con la encuesta anterior. Por consiguiente, el establecimiento, necesita de un personal altamente calificado para cubrir estas otras necesidades que vienen siendo como un

complemento adicional al servicio que prestaría la farmacia y sería una forma más completa para la atracción de clientela.

8.3. Requisitos indispensables para la apertura de dicho establecimiento.

Estos resultados muestran que evidentemente la farmacia en el recinto universitario es rentable, porque permite en primer lugar brindar un servicio de alta calidad a un personal que demanda de productos que en ella se ofertan. En segundo lugar, brindaría fuente de empleo a jóvenes o adultos con especialidades a fin; por otro lado la misma universidad puede utilizarla como un lugar de práctica profesionales para aquellos estudiantes de años finalistas de carreras que tengan relación con caja o farmacia. Sin embargo, para que esto sea efectivo se necesita de algunos requerimientos que el establecimiento debe contener.

8.3.1. Determinación de los requerimientos técnicos y operativos para la implementación de la farmacia en la UNAN-Managua.

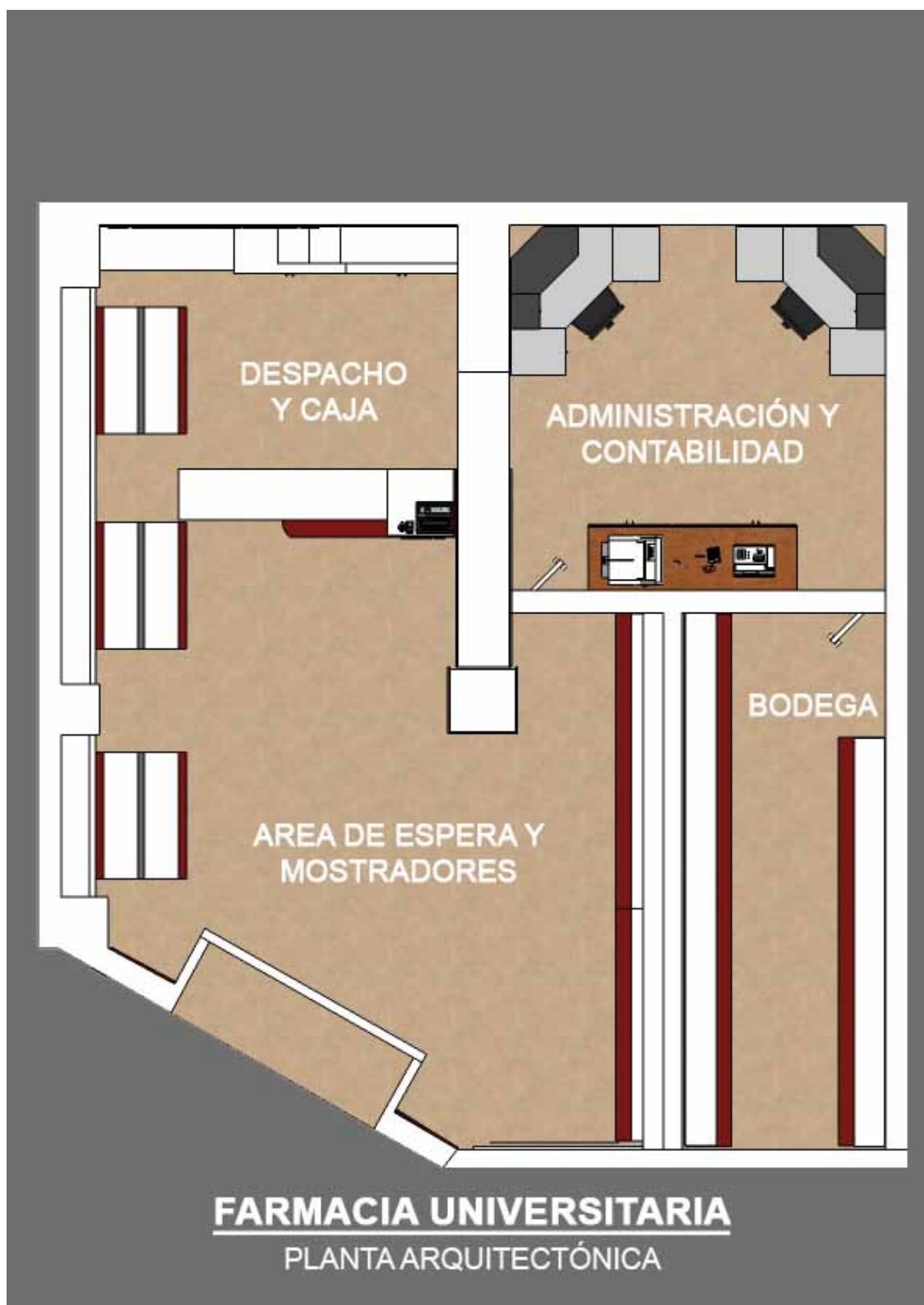
Por consiguiente, para que la farmacia universitaria se pueda aperturar se necesita cumplir con todos los requerimientos técnicos y operativos que establece la normativa del SILAIS (Sistema Local de Atención Integral en Salud) como son: Solicitud en papel sellado conteniendo la siguiente información: Datos del Propietario o Representante Legal: -Nombre completo de la persona natural o representante de la persona jurídica, domicilio y teléfono, razón social de la farmacia, propuesta de ubicación de la farmacia, propuesta de horario de la farmacia y especificar si prepara fórmulas magistrales u oficiales. Datos del Responsable del Despacho de Medicamentos: Nombre completo, domicilio y teléfono, número de registro del código sanitario, situación laboral y propuesta de horario en cual ejercerá sus funciones. En este caso la farmacia universitaria su representante legal sería la UNAN-MANAGUA.

8.3.2. Estructura de la farmacia universitaria

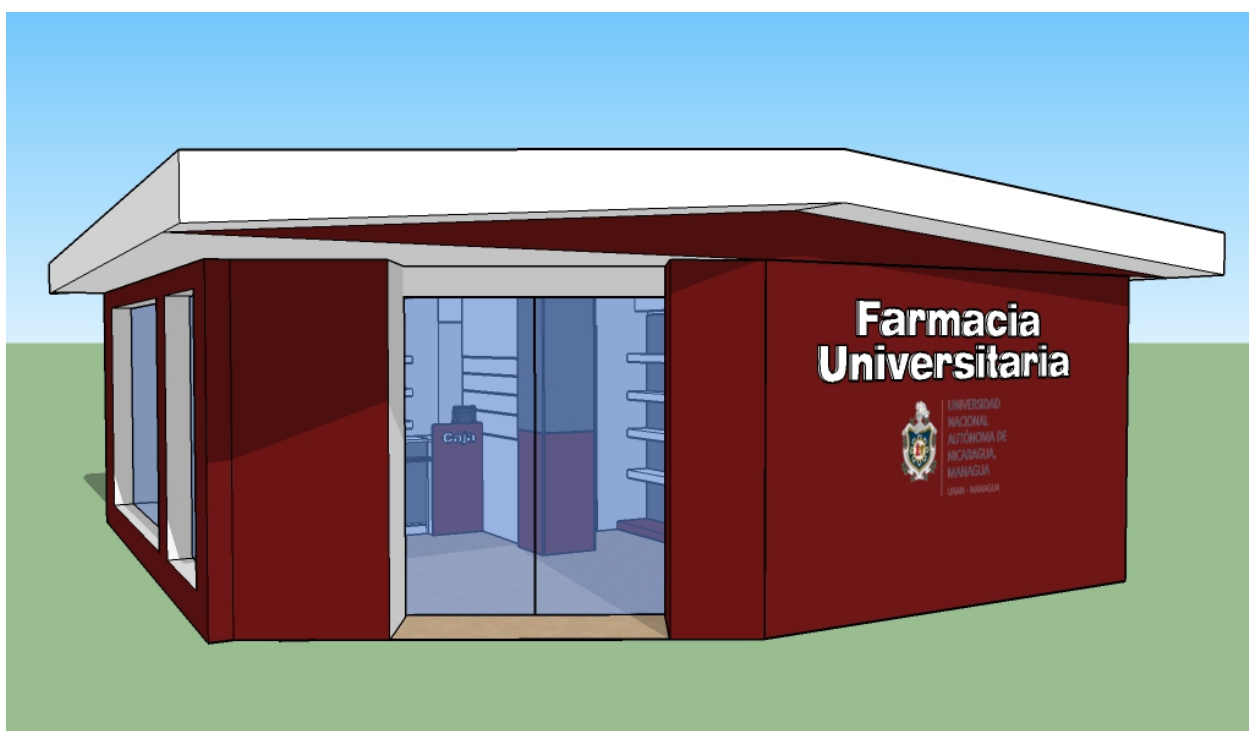
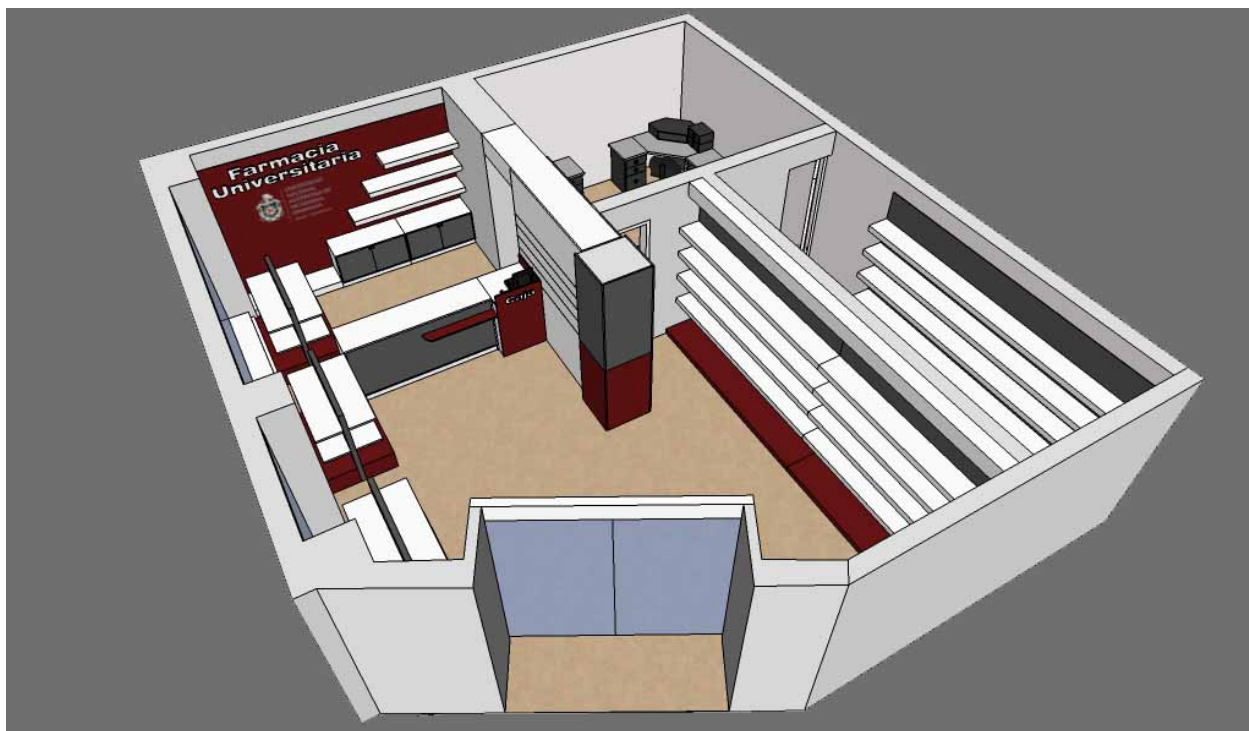
Este acápite es muy importante que se tome en cuenta a la hora de aperturar un establecimiento farmacéutico para efectos de regulación de la farmacia y asimismo establecer las dimensiones, características y cantidades de los requisitos mínimos de equipo, mobiliario y materiales exigidos en el Arto. 47 del Decreto 6- 99, Reglamento de la Ley 292, Ley de Medicamentos y Farmacias, y del Decreto 50-2000, Reforma del Decreto 6-99 de la misma Ley.

Una vez obtenidos estos requisitos, la Dirección de Acreditación y Regulación de Medicinas y Alimentos o la Delegación Departamental de Farmacia del SILAIS correspondiente, realizará en base a Programación mensual establecida, la Supervisión e Inspección del Establecimiento Farmacéutico. En este sentido, la estructura del establecimiento debe contener 30 mts², más de 10 mts² para área de almacenamiento, paredes de ladrillo (repelladas) de consistencias sólidas y lisas, cielo raso, lámparas fluorescentes y aire acondicionado.

8.3.2.1 Propuesta del establecimiento farmacéutico universitario



Fuente: Elaborado por especialista



Fuente: Elaborado por especialista

8.4. Muebles y equipo de oficina

8.4.1. Equipos y muebles de facturación y caja

- 1 Caja con sistema computo de facturación -kardex
- 1 Impresora inalámbrica de recibos
- 1 Silla ejecutiva ergonómica con respaldar
- 1 Sello (facturado-cancelado)
- 1 Teléfono

8.4.2. Equipos y muebles de oficina administrativa-contable

- 2 Escritorios metálicos forrado con formica
- 4 Computadoras
- 2 Armarios metálicos
- 2 Archivadoras metálicas 4 gavetas
- 2 Impresora LaserJet
- 2 Lectores de barra
- 2 Sillas ejecutiva ergonómicas con respaldar
- 1 Teléfono

8.4.3. Equipos y muebles de área despacho

- 1 Escritorios metálicos forrado con formica
- 1 Sellos (entregado)
- 1 Escaleras metálicas 5 peldaños
- 2 Carretillas metálicas
- 5 Estantes 2mts largo x 2.20 alto de 5 niveles
- 2 Sillas secretariales ergonómicas con respaldar
- 1 Split aire acondicionado 36,000 btu (Acondicionamiento General)

8.4.4. Muebles de área de espera

- 3 Sillas de espera
- 1 Dispensador de agua caliente-fría

8.4.5. Muebles de área bodega

- 1 Escritorios metálicos forrado con formica
- 5 Estantes 1mts largo x 1.20 mts alto de 5 niveles
- 2 Estantes aéreos 0.5 mts de largo x 0.75 mts de alto
- 1 Sillas secretariales ergonómicas con respaldar
- 1 Escaleras metálicas 5 peldaños

8.4.6. Equipo de seguridad

- 2 Extinguidor 20 lbs (bodega-despacho)
- 1 Alarma de humo
- 4 Cámaras de seguridad

8.4.7. Personal o recurso humano de trabajo para la farmacia universitaria

- ✓ Un regente-administrador
- ✓ Un contador -inventario
- ✓ Una cajera
- ✓ 2 despachadores

8.5. Manual Organizacional de la Farmacia

Cargo: Regente - Administrador

- **Identificación**

- Título del Cargo: Regente - Administrador
- Ubicación del Cargo: Administración
- Subordinado: Contador General, cajeras, despachadores

- **Descripción genérica del puesto**

Tiene a su cargo la administración, dirección, control y coordinación de las actividades de la empresa para alcanzar exitosamente los objetivos de la misma, así como la regencia y permisos de productos a vender.

- **Descripción específica del puesto**

a) Atribuciones

- Administrar los bienes y recursos de la empresa.
- Dirigir el buen actuar de los colaboradores de la empresa.
- Supervisar el buen funcionamiento de las actividades de la empresa.
- Crear políticas de ventas y de compras.
- Autorizar las compras de bienes y servicios.
- Analizar de estados financieros.
- Regentar los permisos del SILAIS-MINSA
- Autorizar pagos.
- Firmar cheques.

b) Autoridad

En este puesto se centraliza la autoridad superior y a partir de ésta autoridad delega responsabilidades a los demás trabajadores.

c) Responsabilidad

Es responsable de la administración y el logro de los objetivos de la empresa.

Cargo: Regente - Administrador

- **Requisitos mínimos exigidos**

a) Educativos

- Licenciatura en Farmacia - Administración de Empresas.

b) Experiencias

- Mínima de cinco años en puesto similar.

c) Habilidades

- En dirigir, coordinar y organizar.
- Toma de decisiones y don de mando.
- Conocimiento de programas de computación.
- Creatividad, análisis, innovador y solución de problemas.

Cargo: Contador General- inventario

- **Identificación**

- Título del Cargo: Contador General
- Ubicación del Cargo: Departamento de Contabilidad
- Inmediato superior: Administrador-regente
- Subordinado: ninguno

- **Descripción genérica del puesto**

Puesto de trabajo de carácter administrativo y técnico, encargado del registro y control contable, laboral y fiscal de la empresa.

Cargo: Contador General- inventario**• Descripción específica del puesto**

a) Atribuciones

- Llevar archivos de documentación contable.
- Atender requerimientos fiscales de la administración tributaria.
- Elaborar estados financieros.
- Revisar pólizas de ingresos y egresos, para cuadrar ingresos con depósitos.
- Realizar conciliaciones bancarias.
- Revisar las operaciones fiscales de la empresa.
- Elaborar presupuestos.
- Elaborar análisis financieros para brindar mayor detalle.
- Efectuar arqueos de caja.
- Preparar Inventarios físicos.
- Cuadrar controles de bodega.
- Cuadrar emisión de facturas.
- Rendir informes periódicos u ocasionales que requiera la Gerencia General.

b) Responsabilidad: lleva el control de los impuestos y la información contable en forma, útil, oportuna y confiable.

• Requisitos mínimos exigidos

a) Educativos

- Licenciatura en Contabilidad Pública.

b) Experiencias: Mínima de tres años en puesto similar.

c) Habilidades

- Creatividad.
- Excelente relaciones interpersonales.
- Toma de decisiones acertadas y oportunas.
- Responsabilidad
- Conocimiento de leyes tributarias.
- Destreza en cálculos estadísticos y matemáticos.
- Conocimiento de normas internacionales de contabilidad.

Cargo: Cajero (a)

- **Identificación**

- Título del Cargo: Cajero (a)
- Ubicación del Cargo: Ventas
- Inmediato superior: Contador
- Subordinado: ninguno.

- **Descripción genérica del puesto**

Puesto de trabajo de carácter operativo, encargado de ofrecer el producto para la venta.

- **Descripción específica del puesto**

a) Atribuciones

- Mantener su cartera y brindar información auxiliar de venta.
- Elaborar notas de débito por cheque rechazado.
- Cobrar efectivo de las ventas.
- Elaborar cortes de caja.
- Depositar el efectivo cobrado en conjunto con la empresa de seguridad.
- Resguardar soportes de depósitos.
- Elaborar reporte de ingresos diarios.
- Elaborar reporte de ventas.
- Velar por el cuidado del equipo de cómputo.
- Elaborar y registrar Facturas de crédito y contado.
- Resguardar efectivo percibido por pago de contado o abono de clientes.
- Recepcionar y archivar la copia del arqueo diario.
- Efectuar entrega de fondos al área de contabilidad.
- Efectuar pago por concepto de faltantes de caja.
- Otras tareas que el jefe le asigne.

b) Responsabilidad

Es responsable de resguardar el efectivo percibido de las ventas diarias y superar las metas establecidas.

Cargo: Cajero (a)

- **Requisitos mínimos exigidos**

- a) **Educacionales**

- Título a nivel diversificado.

- b) **Experiencias**

- Mínima de un año en puesto similar.

- c) **Habilidades**

- Creatividad, negociador.
 - Excelente relaciones interpersonales.
 - Cumplimiento de metas.
 - Conocimiento del producto.
 - Facilidad para redactar informes

Cargo: Despachador

- **Identificación**

- Título del Cargo: Despachador
 - Ubicación del Cargo: Ventas
 - Inmediato superior: Contador
 - Subordinado: Ninguno

- **Descripción genérica del puesto**

Puesto de trabajo de carácter operativo, encargado de atender al cliente y promocionar los productos ofertados.

Cargo: Despachador

- **Descripción específica del puesto**

a) Atribuciones

- Ofrecer el producto.
- Atender al cliente de forma personalizada o por fax, teléfono, email.
- Despachar productos al cliente minorista en la tienda.
- Notificar el abastecimiento necesario de productos.
- Promover la rotación eficiente de productos.
- Organizar una buena presentación de productos en el área de venta.
- Participar en el levantamiento físico de productos mensual.
- Realizar limpieza del área
- Otras tareas que le asigne el jefe.

b) Responsabilidad

Es responsable por el trabajo que desarrolla y el resguardo de productos en la farmacia.

- **Requisitos mínimos exigidos**

a) Educativos

- Estudios a nivel medio.

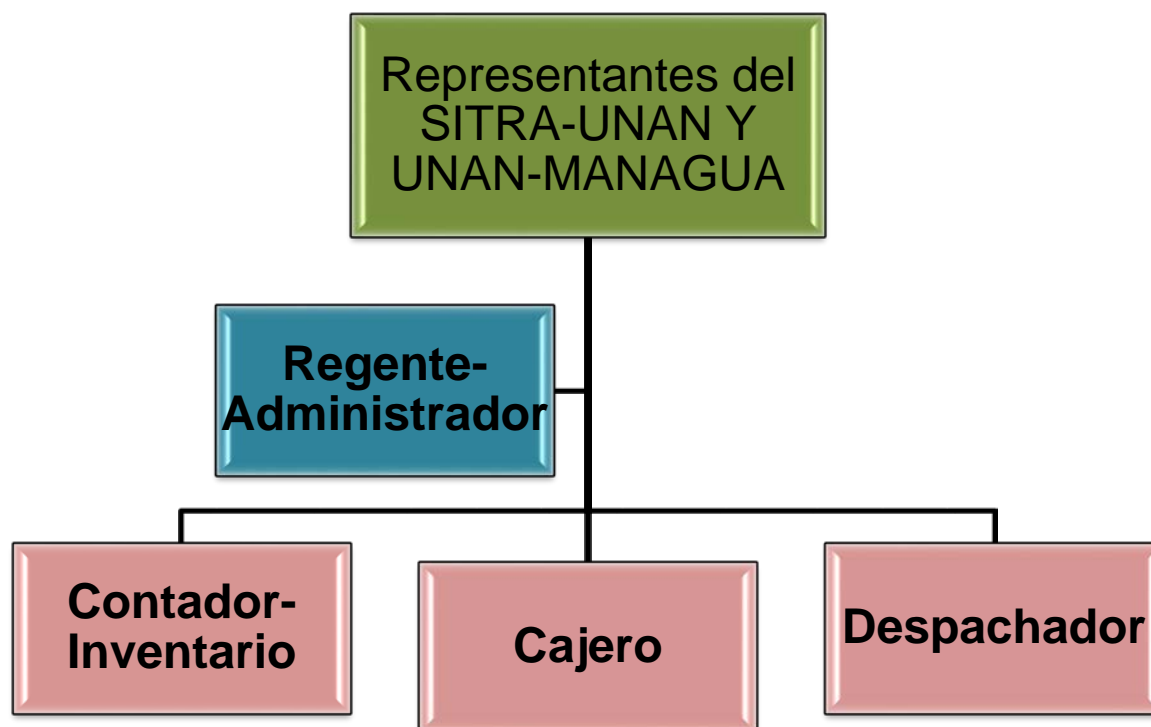
b) Experiencias

- Mínima de un año en puesto similar.

c) Habilidades

- Excelente relaciones interpersonales.
- Responsable.

8.6. Organigrama de la Farmacia Universitaria



Fuente: Elaboración propia

8.7. Localización de la Farmacia Universitaria

La Unan – Managua recinto Rubén Darío está ubicada al sur oeste de la ciudad de Managua, limita al norte con la pista universitaria, al sur con la colonia Miguel Bonilla y residencial villa fontana sur, al este el instituto la Salle y residencial villa fontana norte; al oeste la UNICIT, estadio Nacional de football y las montañas de Mocoron.

La ubicación de la farmacia universitaria, es dentro de la UNAN-Managua recinto Rubén Darío, esta se divide en seis zonas, la farmacia estará ubicada en la zona dos ya que actualmente existe una clínica, pabellón #8, contiguo a la clínica de emergencia, si no el otro lugar podría ser en el área verde que tiene la facultad de medicina.

8.7.1. Mapa de ubicación del recinto universitario Rubén Darío



Fuente: Mapa fue extraído de internet.

8.8. Base legal de la farmacia universitaria de la UNAN-Managua y el SITRA (Sindicato de Trabajares Administrativos).

La farmacia universitaria para que se pueda desarrollar en primera instancia debe de estar de acuerdo el rector, quien es la autoridad académica y ejecutiva superior de la misma y el SITRA que es el que propone el estudio de la apertura de la farmacia, una vez estando de acuerdo ambas parte lo elevan al consejo universitario quienes son el máximo órgano de gobierno de la Universidad.

Este máximo órgano, está presidido por el Rector, e integrado por el Vicerrector General, los Decanos de Facultad, el Secretario General, que actúa como Secretario del mismo, los presidentes de la Unión de Estudiantes de Nicaragua (UNEN), dos representantes de la Asociación de Trabajadores Docentes y el Secretario General del Sindicato de Trabajadores no Docentes para que se pruebe la apertura de la farmacia.

Una vez estando la mayoría de acuerdo se procede a realizar un acto donde queda escrito que se aprueba la apertura de la farmacia, cuanto le toca poner a cada área para construir el edificio de la farmacia o remodelación de algún local con sus respectivos requerimientos y personal de trabajo.

8.9. Presupuesto financiero de la farmacia universitaria de la UNAN-Managua y SITRA

El presente proyecto, necesita inversión económica, por consiguiente, el financiamiento es un factor restrictivo que dependerá y estará limitado por los aportes de la Unan- Managua, SITRA o lo privado, apalancado especialmente por los proveedores, quienes por la experiencia de los interesados en el montaje de este proyectos, conocen la financiación a 60 y 90 días por parte de estos.

Los recursos para cubrir las necesidades del presente proyecto provendrán del capital social suscrito y pagado por ellos. Estos recursos económicos propios permitirán escoger entre varios tamaños, es aconsejable seleccionar aquel tamaño que pueda financiarse con mayor comodidad y seguridad, que a la vez ofrezca de ser posible los menores costos y mejores rendimientos de capital.

Por ello, se dejará abierta la posibilidad de desarrollar el proyecto por etapas, iniciando con el tamaño mínimo y efectuando ampliaciones a medida que se vayan solucionando los problemas financieros.

8.9.1 Presupuesto de inversión en el edificio de la farmacia

FARMACIA UNIVERSITARIA					
Item No.	Concepto	Unidad medida	Cantidad	Costo (C\$)	
				Unitario	Total
1.0	Preliminares				C\$ 10,000.00
	Instalaciones provisionales	Global	1.0	C\$ 10,000.00	C\$ 10,000.00
2.1	Fundaciones de concreto reforzado				C\$ 28,110.00
	Trazo y nivelación	Global	1.0	C\$ 3,000.00	C\$ 3,000.00
	Excavación	m3	10.0	C\$ 110.00	C\$ 1,100.00
	Formaleta	m2	20.0	C\$ 230.00	C\$ 4,600.00
	Acero de refuerzo	Lbs	560.0	C\$ 20.00	C\$ 11,200.00
	Concreto	m3	2.0	C\$ 3,000.00	C\$ 6,000.00
	Relleno y compactación	m3	8.0	C\$ 120.00	C\$ 960.00
	Botado de tierra	m3	5.0	C\$ 250.00	C\$ 1,250.00
2.2	Paredes de Panel covintec y estructura metálica				C\$ 314,845.50
	Columnas CM-1 y vigas VM-1; incluye placas metálicas y soldadura	Lbs	2745.5	C\$ 25.00	C\$ 68,637.50
	Paredes de covintec tipo estructural; incluye revoque	m2	150.0	C\$ 600.00	C\$ 90,000.00
	Repello jambas	ml	47.2	C\$ 320.00	C\$ 15,104.00
	Repello	m2	300.0	C\$ 210.00	C\$ 63,000.00
	Fino jambas	ml	47.2	C\$ 320.00	C\$ 15,104.00
	Fino	m2	300.0	C\$ 210.00	C\$ 63,000.00
2.3	Paredes de Gypsum				C\$ 10,800.00

	Paredes de Gypsum doble forro con aislante R-11	m2	18.0	C\$ 600.00	C\$ 10,800.00
2.4	Techo				C\$ 187,500.00
	Losa de estructura metálica y cubierta de zinc liso calibre 26.	m2	75.0	C\$ 2,500.00	C\$ 187,500.00
2.5	Pisos				C\$ 261,252.00
	Relleno y compactación	m2	71.0	C\$ 120.00	C\$ 8,520.00
	Conformación de terreno	m2	71.0	C\$ 60.00	C\$ 4,260.00
	Cascote de concreto	m2	71.0	C\$ 2,800.00	C\$ 198,800.00
	Piso terrazo 33 x 33 cms	m2	71.0	C\$ 700.00	C\$ 49,672.00
2.6	Cielo raso				C\$ 19,050.00
	Cielo raso de Gypsum	m2	63.5	C\$ 300.00	C\$ 19,050.00
2.7	Puertas y ventanas				C\$ 28,640.00
	Puerta P/1	c/u	1.0	C\$ 8,000.00	C\$ 8,000.00
	Puerta P/2	c/u	2.0	C\$ 5,000.00	C\$ 10,000.00
	Herrajes nuevos de puertas a suministrar e instalar	Juego	12.0	C\$ 500.00	C\$ 6,000.00
	Ventana V/1, V/2	m2	5.8	C\$ 800.00	C\$ 4,640.00
2.8	Pintura				C\$ 36,140.00
	Pintura acrílica de base	m2	278.0	C\$ 60.00	C\$ 16,680.00
	Pintura de aceite mate	m2	278.0	C\$ 70.00	C\$ 19,460.00
2.9	Electricidad	Global	1.0	C\$ 100,000.00	C\$ 100,000.00
3.0	Limpieza final				
	Limpieza final y entrega.	Global	1.0	C\$ 3,000.00	C\$ 3,000.00

Total					C\$ 996,337.50
	SUB TOTAL		C\$ 996,337.50		
	IVA (15%)		C\$ 164,945.96		
	GRAN TOTAL		C\$ 1161,283.46		

Fuente: Elaboración propia (Tabla 6)

8.9.2 Presupuesto de inversión en equipos de oficina

Área	Cant	Descripción	C. unitario	C. total
Facturación y caja	1	Cajas táctil touch con sistema computo de kardex-impresora de recibos	\$ 950,00	\$ 950,00
	1	Sillas ejecutiva ergonómicas con respaldar	\$ 100,00	\$ 100,00
	1	Sellos (facturado-cancelado)	10,00	\$ 10,00
	1	Teléfono	\$ 50,00	\$ 50,00
Oficina administrativa-contable	2	Escritorios metálicos forrado con formica	\$ 200,00	\$ 400,00
	2	Computadoras	\$ 350,00	\$ 700,00
	2	Armarios metálicos	\$ 220,00	\$ 440,00
	2	Archivadoras metálicas 4 gavetas	\$ 180,00	\$ 360,00
	2	Impresora laserjet	\$ 200,00	\$ 400,00
	2	Lectores de barra	\$ 75,00	\$ 150,00
	2	Sillas ejecutiva ergonómicas con respaldar	\$ 100,00	\$ 200,00
	4	Cámaras de seguridad (general)	\$ 350,00	\$ 1.400,00
	1	Teléfono	\$ 50,00	\$ 50,00
Despacho	1	Escritorios metálicos forrado con formica	\$ 180,00	\$ 180,00
	1	Sellos (entregado)	\$ 10,00	\$ 10,00
	1	Escaleras metálicas 5 peldaños	\$ 75,00	\$ 75,00
	2	Carretillas metálicas	\$ 100,00	\$ 200,00
	5	Estantes 2mts largo x 2.20 alto de 5 niveles	\$ 250,00	\$ 1.250,00
	1	Sillas secretariales ergonómicas con respaldar	\$ 100,00	\$ 100,00
	1	Split aire acondicionado 36,000 btu (acondicionamiento general)	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
	1	Extintidor 20 lbs	\$ 20,00	\$ 20,00

Bodega	1	Escritorios metálicos forrado con formica	\$ 180,00	\$ 180,00
	5	Estantes 1mts largo x 1.20 mts alto de 5 niveles	\$ 230,00	\$ 1.150,00
	2	Estantes de torre 0.5 mts de largo x 0.75 mts de alto	\$ 180,00	\$ 360,00
	1	Sillas secretariales ergonómicas con respaldar	\$ 100,00	\$ 100,00
	1	Escaleras metálicas 5 peldaños	\$ 75,00	\$ 75,00
	1	Alarma de humo (bodega)	\$ 45,00	\$ 45,00
	1	Extintor 20 lbs	\$ 20,00	\$ 20,00
Sala de espera	3	Sillas de espera	\$ 40,00	\$ 120,00
	1	Dispensador de agua caliente-fría	\$ 130,00	\$ 130,00
Monto Total			\$ 10.825,00	

Fuente: Elaboración propia. (Tabla 7)

8.9.3 Pagos del personal de trabajo de la farmacia universitaria

CARGO	PAGO MENSUAL	SEMESTRAL	PRESTACIONES SOCIALES	SEIS MESES
1-Regente-Administrador Responsable	C\$ 15,000.00	C\$ 90,000.00	C\$ 17,100.00	C\$ 107,100.00
1-Contador-inventario	C\$ 12,000.00	C\$ 72,000.00	C\$ 13,680.00	C\$ 85,680.00
1-Cajero	C\$ 10,000.00	C\$ 60,000.00	C\$ 11,400.00	C\$ 71,400.00
2-Despachador	C\$ 8,000.00 *2= 16,000.00	C\$ 96,000.00	C\$ 18,240.00	C\$ 114,240.00
Total	C\$ 53,000.00	C\$ 318,000.00	C\$ 60,420.00	C\$ 378,420.00

Fuente: Elaboración propia. (Tabla 8)

La tabla anterior, nos indica el pago del personal operacional y administrativa de la farmacia y el porcentaje aplicado a las prestaciones sociales es del 19 % mensual. Cabe mencionar que dentro de la proyección de inversión se calcula seis meses de salario, que en dólar es \$12,070.81 calculado con la tasa de cambio en ese momento de \$31.35 dólares. En cuanto a la proyección de compra de medicamentos para vender en la farmacia se calcula que se invertirán aproximadamente \$12,000.00 dólares para el inicio del stop de la farmacia. Sumando todo lo que se gastaría en inversión para apertura la farmacia universitaria sería:

8.10 Flujo de efectivo para las actividades operativas de la farmacia

Infraestructura	\$37,042.50
Mueble y equipo de oficina	\$10,825.00
Recursos Humano	\$ 12,070.81
Compra de medicinas	\$12,000.00
Total de inversión	\$71,938.31

Fuente: Elaboración propia. (Tabla 9)

Cabe mencionar que esta inversión será financiada por el SITRA (Sindicato de Trabajadores Administrativos) y la UNAN-Managua, lo que nos indica que sería una donación.

La finalidad de la farmacia es que pueda mantener los medicamentos a bajos costo, la demanda de compras del mismo y el pago de los trabajadores del establecimiento.

8.10.1. Proyección de ingreso mensual

Rango de monto de ventas	Cantidad vendida	Cantidad de trabajadores que compran	Total de trabajadores /100	La población es	Proyección
C\$ 50.00 C\$200.00	C\$ 100.00	46	0.46	690	C\$ 69,000.00
C\$ 200.00 C\$500.00	C\$ 300.00	30	0.3	450	C\$135,000.00
C\$ 500.00 C\$1,000.00	C\$ 700.00	18	0.18	270	C\$189,000.00
C\$1,000.00 a mas	C\$1,000.00	6	0.06	90	C\$ 90,000.00
Proyección de ventas	C\$2,100.00	100	1	1,500	C\$483,000.00

Fuente: Elaboración propia (Tabla 10)

Con esta proyección de ventas la farmacia perfectamente puede cubrir los pagos de los trabajadores que es de C\$ 60,420.00 (Sesenta Mil Cuatrocientos Veinte Córdobas netos) mensual, equivalente en dólar a \$ 2,011.80. Más la compra de los medicamentos.

8.10.2. Calculo mensual de egreso e ingreso

Gasto de operaciones	\$ 2,011.80
Gasto de medicamentos	\$ 3,000.00
Total	\$5,011.80
Venta aproximada	\$15,406.59
Ganancia aproximada	\$10,394.79

Fuente: Elaboración propia. (Tabla 11)

Durante el cálculo de los datos se convirtió la moneda nacional a dólar, encontrándose la tasa de cambio a \$ 31.35.

8.10.3. Balance inicial de proforma

FARMACIA UNIVERSITARIA		
Balance general inicial de proforma		
Expresado en dólares (u\$)		
Activo		
Activo circulante		
Banco	\$ 24.070,81	
Total activo circulante	\$ 24.070,81	
Activo fijo		
Edificios	\$ 37.042,50	
Mobiliario y equipo.	\$ 10.825,00	
Total no circulante	\$ 47.867,50	
Suma del activo	\$ 71.938,31	
Pasivo		
Pasivo a largo plazo		
Préstamo por pagar a largo plazo	\$ 71.938,31	
Total pasivo circulante	\$ 71.938,31	
Suma del pasivo	\$ 71.938,31	
Suma del pasivo + capital contable	\$ 71.938,31	
Elaborado por	Autorizado por	

Fuente: Elaboración propia (Tabla 12)

8.10.4. Estado de resultado inicial de proforma

Estado de pérdidas y ganancias de proformas			
periodo del 01 al 31 de diciembre 2019			
Nombre de la cuenta			total
ventas totales		\$	52.000,00
devoluciones s/ventas		\$	-
descuentos s/ventas		\$	-
ventas netas			\$ 52.000,00
costo de ventas			\$ 20.800,00
inventario inicial		\$	-
compras	\$ 20.800,00		
gasto de compras			
compras totales		\$	20.800,00
devolución s/compras	\$ -		
rebajas s/compras	\$ -		
Dep. equipo de compra	\$ -	\$ -	
Descuentos s/compras			
Compras netas		\$	20.800,00
Suma disponible		\$	20.800,00
Inventario final		\$	-
Utilidad bruta			\$ 31.200,00
Gastos de operación			\$ 14.600,00
Gastos de administración		\$	14.600,00
Sueldo personal de oficina	\$	12.000,00	
Papelería y útiles de oficina	\$	1.040,00	
publicidad	\$	1.560,00	
Deprec. equipos de oficinas	\$	-	
teléfono	\$	-	
agua	\$	-	
utilidad de operación			\$ 16.600,00
utilidad neta antes de ir			\$ 16.600,00
ir 30%			\$ -
Utilidad neta después de ir			\$ 16.600,00
Elaborado por		Autorizado	

Fuente: Elaboración propia (Tabla 13)

8.10.5. Flujo de efectivo por los años de existencia

CALCULO DE VAN Y TIR DE FARMACIA UNIVERSITARIA						
	Costos de la Inversión	2019	2020	2021	2022	2023
INGRESOS		\$ 52.000	\$58.916	\$66.752	\$75.630	\$85.689
GASTOS						
Materia prima		\$ 20.800	\$ 23.566	\$ 26.701	30.252	\$ 34.275
Personal		\$ 12.000	\$ 12.000	\$ 12.000	12.000	\$ 12.000
Publicidad		\$ 1.560	\$ 1.767	\$ 2.003	2.269	\$ 2.571
otros gastos		\$ 1.040	\$ 1.178	\$ 1.335	1.513	\$ 1.714
Total		\$ 35.400	\$ 38.512	\$ 42.038	46.033	\$50.560
Beneficio		\$ 16.600	\$ 20.404	\$ 24.714	\$ 29.596	\$ 35.129
Impuestos		0	0	0	0	0
Beneficio después de impuestos	\$ -71.938,00	\$ 16.600	\$ 20.404	\$ 24.714	\$ 29.596	\$35.129
VAN del proyecto		\$13.823,06	\$9.449,63	\$5.551,43	\$2.072,44	\$474,69
tipo de descuento		12%	14%	16%	18%	19%
Tir		19%				

Fuente: Elaboración propia (Tabla 14)

8.11. Valoración del riesgo de la comercialización de fármacos

Puesto que en la recolección de datos respecto a la oferta y demanda del producto, no se contó con información soportada en datos consistentes, sino que se hizo proyecciones en base a la información recolectada por la encuesta o estudio del

medio, razón por la cual se ha decidido iniciar con unas pocas líneas de producto y así evitar un riesgo de pérdidas financieras en la farmacia universitaria

En cuanto al gasto público como es el agua, luz y teléfono no se hace proyección de gasto ya que la institución es pública y por estos servicios paga una cuota fija, lo que significa que no le va a generar más costo en estos servicios públicos a menos que se deseara tener una línea privada, se realizaría un contrato con la casa comercial Movistar o Claro eso ya sería una vez que la farmacia funcionara.

9. Conclusiones

Una vez analizada esta propuesta de investigación sobre el estudio de factibilidad para la apertura de una farmacia se puede manifestar lo siguiente:

- La Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua (UNAN-MANAGUA), no cuenta con una farmacia para atención al personal que trabaja y visita dicha instalaciones.
- Existe una demanda insatisfecha, es decir que la comercialización de productos farmacéuticos existentes no cubre las necesidades y expectativas de los consumidores.
- Los altos precios y calidad de fármacos que la población requiere para cubrir su necesidad ocasionan que se vean en la obligación de recurrir a farmacias delivery o salir fuera del recinto del RURD Unan-Managua.
- Existe apoyo por parte de las autoridades universitarias; así como espacios disponibles para la ubicación del establecimiento farmacéutico dentro de la Universidad. Además, existe disponibilidad de financiamiento de capital de trabajo, ya que se encuentra contemplado en el Convenio colectivo de trabajadores administrativo.
- Durante el estudio técnico se propone el tamaño del local, la ubicación y la organización requerida para la operación de la farmacia, logrando demostrar que existe la viabilidad para su montaje.
- Mediante el estudio se pudo determinar que existe un amplio potencial de demandantes que están de acuerdo con el establecimiento de la farmacia. Esto significa, que las estrategias de marketing son las adecuadas para desarrollar el proceso de comercializar los medicamentos y otros productos

propios de este tipo de negocio. Cabe destacar que dichas demandas la mayoría son trabajadores administrativos, docentes de planta y externos, estudiantes y personas que visitan la universidad. Por tanto, esto cubriría las expectativas de financiamiento, recuperación y sostenibilidad.

- Después de desarrollar el estudio financiero se pudo cuantificar el monto de la inversión y el costo del proyecto, encontrando que es posible su implementación mediante un financiamiento de la universidad o de fuentes secundarias, ya que dicho establecimiento de la farmacia está contemplado dentro de los convenios colectivos. Además, el negocio es rentable y auto sostenible, esto significa que puede recuperarse el capital invertido.

10. Recomendaciones

Tomando en cuenta las encuestas realizada se constató que la farmacia universitaria sería un negocio rentable, ya que existe gran demanda de consumidores de medicamentos. Además podríamos decir que con este designio se beneficiara a los trabajadores, el cual sería algo innovador y por ende los colaboradores se sentirán satisfecho de que la institución en con junto con el SITRA se preocupe por la salud de sus trabajadores.

La farmacia universitaria además de beneficiar al trabajador también permite nueva fuente de empleo que viene a contribuir con el desarrollo de la universidad y esto puede facilitar que los estudiantes de la carrera de farmacología de la facultad de medicina puedan coordinar que realicen sus prácticas en dicho establecimiento.

Otro punto importante es que la farmacia universitaria vendría a enriquecer un poco más el servicio que ofrece, ya que actualmente se cuenta con un laboratorio donde se realizan diferentes tipos de exámenes, consulta ginecológicas, cuenta con una clínica de emergencia y la ambulancia. Si todo esto se pudiera ubicar en un solo espacio con la farmacia universitaria sería más factible el negocio en la ventas porque ahí mismo compran el medicamento el cual tendría un costo más barato en comparación con las otras farmacias.

11. Bibliografía

Achaerandio, Z. (2010) *Iniciación a la Práctica de la Investigación*. (7ma ed) Guatemala:
www.academia.edu/13574235/iniciacion_a_la_practica_de_la_investigacion

Arboleda, G. (1999) *Proyectos, Formulación, Evaluación y Control* (1ra ed). San Francisco, Cali., Colombia:
mailto:http://www.academia.edu/29825514/FORMULACION_Y_EVALUACION_Y_CONTROL_DE_PROYECTOS_LIBRO

Arboleda, G. (2001). *Proyectos, AC*. Colombia:
<https://es.scribd.com/doc/105967927/Proyectos-German-Arboleda>

Arias, Filias G. (2006). *El proyecto de investigación e introducción a la mitología científica*. 5ta. Edición, editorial exísteme a.c. Caracas-Venezuela.

Análisis financiero www.ContabilidadParaTodos.com

Baca, G. (1998). *Evaluación de Proyectos*. (3ra ed) México: Mc. Graw Hill.

Baca, G. (2001). *Evaluación de Proyectos* (4ta ed) México: Editorial McGraw Hill.

Baca, G. (2010). *Evaluación de Proyectos* (6ta ed) México: Editorial McGraw Hill.

Burbano Ruiz Jorge E. y Ortiz Gómez Alberto (2006). *Presupuestos*. (2da ed.). Colombia: Editorial McGraw Hill.

Carreto, J (2009) *Estrategias de plaza*. Recuperado de
<http://mktplanjc.blogspot.com/2009/03/estrategia-de-plaza-distribucion.html>

Castillo, R y López, G. (2016) *Propuesta de gestión presupuestaria en la farmacia FARMALIVIO ubicada en la ciudad de Masatepe, departamento Masaya. Período II semestre del 2016*. Monografía publicada por la FAREM-Carazo, Nicaragua.

Fred, R. (2003). *Administración Estratégica*, (9na ed). Mexico: Pearson Educación.
Fundamentos de Marketing. 82000)11ª ed. México: McGRAW-HILL.

Galindo, M. (1996). *Métodos y Técnicas de Investigación*. (3ra ed) Editorial Trillas.

Gil, A. (2004) *Introducción al Análisis Financiero* (3ra ed).México. D.F.

Gitman, Lawrence J. Zutter, Chad J (2012) *Principios de Administración Financiera*.
Decimosegunda edición .Pearson Educación, México.

González, F. (2009) *El servicio farmacéutico*. Recuperado de
<https://es.slideshare.net/fabioalberto/el-servicio-farmaceutico>

González, R. (2003). *Apuntes de Farmacología* (3ra Edición)

John J. Wild , K. R. Subramanyam y Robert F. Halsey,(2007). *Análisis de Estados Financieros novena edición*, McGraw-Hill/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.

Kotler, P. y Armstrong, G. (2008), *Fundamentos de Marketing* (8va ed). México: Pearson Educación.

Kotler, P., Cámara D., Grande, I. y Cruz, I., (2000), *Dirección de Marketing*. Edición del Milenio, de Prentice Hall.

Kottler, P (1996) *Mercadotecnia*. (6a. ed) México Editorial Prentice Hal/ Hispanoamérica.

Marín, C. (2005). Análisis financiero de la oficina de farmacia. *Revista farmacia profesional*. Vol 19.

Ministerio de salud (2017). *Solicitud de Autorización y Emisión de Licencia Sanitaria de Funcionamiento de Establecimiento Farmacéutico Farmacias*. Nicaragua: División de farmacia.

Miranda, J. (2012). *Gestión de Proyectos*. (7ma ed).

ORIO, Amat (2008). *Análisis de Estados Financieros*. Editorial Gestión 2000. España. Octava Edición.

Perdomo, A. (2008). *Elementos Básicos de la Administración Financiera*. México.D.F.

Real Academia Española (2017). *Mercado*. Recuperado de <http://dle.rae.es/?id=OyRtG0r>

Rodríguez, Leopoldo. (2012). *Análisis de Estados Financieros*, (1ra Edición) por McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.

Stanton J. William, Etzel J. Michael, Walker J. Bruce, (2007), *Fundamentos de Marketing*, 11ª ed. México: McGRAW-HILL.

12. Anexo



RECINTO UNIVERSITARIO CARLOS FONSECA AMADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
CUDECE-PROCOMIN
ENCUESTA



Estimados Docentes y Personal Administrativos: Esta encuesta está diseñada para estudiar la factibilidad de instalación de una farmacia universitaria en el Recinto Universitario “**Rubén Darío**”. Tiene como objetivo conocer las necesidades respecto al nivel de servicio, atención, horario, calidad de medicamentos y niveles de aceptación por la comunidad universitaria.

La información recabada tendrá como fin mejorar y enriquecer el nivel de vida de nuestros trabajadores. Esta información es de carácter confidencial, de antemano le agradecemos su tiempo y cooperación por el llenado de la misma.

En los siguientes incisos marque con una **X** la opción que considere más óptima.

Datos Generales (Este módulo del cuestionario se centra en la identificación del entrevistado).	Respuesta
Sexo	Masculino <input type="checkbox"/> Femenino <input type="checkbox"/>
Demanda de medicamentos; según edad	De 20 a 30 años <input type="checkbox"/> De 30 a 40 años <input type="checkbox"/> De 40 a 50 años <input type="checkbox"/> De 50 a 60 años <input type="checkbox"/> De 60 a más <input type="checkbox"/>
Cargo Laboral:	Administrativo de Planta <input type="checkbox"/> Administrativo Contrato <input type="checkbox"/> Docente de Planta <input type="checkbox"/> Docente Contrato <input type="checkbox"/>

Información Básica (Este módulo de la encuesta se centra en información básica del proyecto de farmacia. Favor responder todas las preguntas).	Respuesta
¿Cómo calificaría que la UNAN-Managua, cuente con una farmacia dentro del área interna?	Excelente <input type="checkbox"/> Muy Bueno <input type="checkbox"/> Bueno <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Deficiente <input type="checkbox"/>
Debido a que no existe una farmacia en la Unan-Managua ¿Dónde adquiere medicamentos en caso de un percance inmediato?	Farmacias delivery o a domicilio <input type="checkbox"/> Clínica o botiquines de Emergencia <input type="checkbox"/> Suvenir Microempresa <input type="checkbox"/> Comisariato SITRA <input type="checkbox"/>
De los servicios de una farmacia ¿Cual le satisface más?	Atención al cliente <input type="checkbox"/> Precios de Fármacos <input type="checkbox"/> Calidad de Productos <input type="checkbox"/> Facilidades de Pago <input type="checkbox"/> Disponibilidad de Atención <input type="checkbox"/> Diversidad de Medicamentos <input type="checkbox"/>
¿El seguro social le cubre todas sus recetas médicas?	Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>
¿Consume usted medicamentos bajo prescripción médica?	Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>
En su hogar ¿Existe familiares que padecen de alguna enfermedad crónica?	Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>
Información de Rentabilidad	Respuesta

(Este módulo de la encuesta se centra en información de rentabilidad del proyecto de farmacia. Favor responder todas las preguntas).	
¿Qué es lo que más atrae de los productos farmacéuticos?	Calidad <input type="checkbox"/> Precio <input type="checkbox"/> Características/marcas <input type="checkbox"/> Otros <input type="checkbox"/>
¿Cuándo adquiere mercancía de productos Farmacéuticos, como efectúa los pagos?	Efectivo <input type="checkbox"/> Tarjeta de Crédito <input type="checkbox"/> Crédito Personal <input type="checkbox"/>
¿Cuál es la frecuencia que usted compra medicamentos?	Diario <input type="checkbox"/> Semanal <input type="checkbox"/> Quincenal <input type="checkbox"/> Mensual <input type="checkbox"/> Eventual <input type="checkbox"/>
Si usted compra medicamentos según receta del seguro. ¿Cuánta es la cantidad que adquiere?	Cantidad Superior a la receta <input type="checkbox"/> Cantidad Inferior a la receta <input type="checkbox"/> Cantidad Exacta a la receta <input type="checkbox"/>
¿Si usted compra medicamentos según su frecuencia (diario, semanal, quincenal, mensual o eventual) cuánto promedia en gastos mensuales ?	C\$50-200 <input type="checkbox"/> C\$200-500 <input type="checkbox"/> C\$500-1000 <input type="checkbox"/> C\$1000- a mas <input type="checkbox"/>
¿Qué horario considera conveniente que la farmacia se encuentre disponible de atención en la UNAN?	8:00 am - 5:00 pm <input type="checkbox"/> 7:00 am - 4:00 pm <input type="checkbox"/> 7:00 am - 6:00 pm <input type="checkbox"/> 12:00 m - 06:00 pm <input type="checkbox"/>
Información de Salud	Respuesta

(Este módulo de la encuesta se centra en información acerca de la salud y enfermedades más recurrentes. Favor responder todas las preguntas).	
¿Qué enfermedades padece con mayor frecuencia usted y su familia?	<p>Sanguíneas <input type="checkbox"/></p> <p>Respiratorias <input type="checkbox"/></p> <p>Digestivas <input type="checkbox"/></p> <p>Cerebrales <input type="checkbox"/></p> <p>Ginecológicas-obstetricia <input type="checkbox"/></p> <p>Urológica <input type="checkbox"/></p>
¿Qué periodo del año se presenta las enfermedades con mayor frecuencia?	<p>Enero-Marzo <input type="checkbox"/> Julio-Septiembre <input type="checkbox"/></p> <p>Abril-Junio <input type="checkbox"/> Octubre-Diciembre <input type="checkbox"/></p> <p>Todo el año <input type="checkbox"/></p>
¿Qué otros beneficios le gustaría que contara la Farmacia Universitaria?	<p>Atención clínica general <input type="checkbox"/></p> <p>Aplicación de Inyecciones <input type="checkbox"/></p> <p>Medición de Presión <input type="checkbox"/></p> <p>Aplicación de Suero intravenoso <input type="checkbox"/></p> <p>Nebulización <input type="checkbox"/></p> <p>Pruebas de Glucosa <input type="checkbox"/></p>

Artículo 76 del Convenio Colectivo de Trabajadores Administrativo que hace referencia a realizar un estudio de factibilidad para la instalación de una farmacia

Reducción de jornada a mujeres embarazadas

Cláusula 75: La UNAN – Managua garantizará la protección de la mujer en estado de embarazo y reducirá su jornada a seis horas diarias al inicio del sexto mes de embarazo, previo dictamen de recomendación de la clínica del INSS.



Farmacia universitaria

Cláusula 76: La UNAN – Managua y el Sindicato se comprometen a realizar un estudio de factibilidad para la instalación de una Farmacia Universitaria que permita adquirir a precios razonables y con el principio de autofinanciamiento, los medicamentos para los trabajadores y su familia. El estudio debe estar finalizado dos meses después de firmado el presente Convenio.

CAPÍTULO VIII FUERO SINDICAL

Respeto al fuero sindical

Cláusula 77: La UNAN – Managua respetará el fuero sindical a todos los miembros de la Junta Directiva Sindical. Ningún miembro de la Junta Directiva Sindical o Seccional, debidamente inscrito y registrado, podrá ser objeto de despido, democión o traslado unilateral sin mediar causa justa.

Permiso a sindicalistas

Cláusula 78: La UNAN – Managua otorgará los siguientes permisos para el ejercicio de las actividades sindicales:

a) 2.5 tiempos completos que se distribuirán así:

1 tiempo completo para el Secretario General del Sindicato.

El restante 1.5 se distribuirá, de acuerdo con las necesidades, entre los miembros de la Junta Directiva del Sindicato. Adicionalmente, y por la naturaleza del trabajo de la Secretaria de Finanzas, la Institución se compromete a otorgar permiso especial de hasta medio tiempo para atender tareas vinculadas al área de trabajo. El Sindicato se compromete a presentar la planificación respectiva al inicio de cada período sindical o cuando lo solicite la División de Recursos Humanos.

b) A los miembros del Comité Ejecutivo Central, Comités Seccionales y las Comisiones creadas por el Sindicato para las diversas actividades propias de sus funciones. **Previa planificación comunicada a la División de Recursos Humanos.**