

UNIVERSIDAD DE PANAMÁ
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y CONTABILIDAD
VICERRECTORÍA DE INVESTIGACIÓN Y POSTGRADO

PROGRAMA DE MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CON ESPECIALIZACIÓN EN FINANZAS



“EVALUACIÓN FINANCIERA PARA LA EXTENSIÓN DEL
HORARIO DE ATENCIÓN AL PÚBLICO A 24 HORAS
EN UNA FARMACIA”

POR:
MAGDALENA BEATRIZ SÁNCHEZ TORRES

Tesis presentada en cumplimiento de los requisitos exigidos para optar por el
Grado de Maestría en ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS CON
ESPECIALIZACIÓN EN FINANZAS.

PANAMÁ, 2001

TH

5 JUN 2002

at. del autor

6033

APROBADA POR:

DIRECTOR DE TESIS _____

MIEMBRO DEL JURADO _____

MIEMBRO DEL JURADO _____

**REPRESENTACIÓN DE LA VICERRECTORIA DE
INVESTIGACIÓN Y POSTGRADO** _____

FECHA _____

DEDICATORIA

A mi hermana Katherine Sussette y a mi esposo Luis Enrique, para que este esfuerzo sea símbolo de inspiración y los incentive a continuar estudiando.

Los quiero mucho.

Magda.

AGRADECIMIENTO

Gracias a Dios Todopoderoso por darnos la dicha de existir, aprender y compartir con todos los seres humanos que encontramos diariamente.

A mis padres, por haberme educado y guiado, sin ellos no sería una profesional.

A mi estimada amiga la profesora Norma E. Villarreal, por el tiempo invertido, por darme su apoyo y sus conocimientos, sin ellos culminar este trabajo no hubiese sido posible.

A la licenciada Milka Montero, por la cooperación desmedida que me brindó desde el inicio de este trabajo, por la confianza en brindarme toda la información de su Empresa.

A todos los que han aportado sus conocimientos y experiencias para la realización de esta investigación,

Mil gracias.

Magda

ÍNDICE GENERAL

| | |
|----------------|-------------|
| Resumen | Pág. |
| Summary | 1 |

CAPÍTULO PRIMERO ASPECTOS GENERALES DEL ESTUDIO

| | |
|---------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| A. LA ACTIVIDAD FARMACÉUTICA EN PANAMA | 3 |
| 1. Evolución | 3 |
| B. MARCO CONCEPTUAL | 8 |
| 1. Planteamiento del problema | 8 |
| 2. Objetivos | 9 |
| 3. Hipótesis del trabajo | 10 |
| 4. Metodología | 10 |
| 5. Descripción de capítulos | 12 |
| C. ANTECEDENTES DE LA EMPRESA | 14 |
| 1. Generales | 14 |
| 2. Objetivos | 16 |
| 3. Misión | 16 |
| D. ASPECTOS LEGALES | 18 |
| 1. Control de narcóticos | 19 |
| 2. Licencia para la apertura y funcionamiento de establecimientos farmacéuticos | 20 |
| 3. Licencia comercial | 21 |

CAPÍTULO SEGUNDO ESTUDIO DE MERCADO

| | |
|---------------------------------|-----------|
| A. ANÁLISIS DE LA OFERTA | 29 |
| 1. Productos y servicios | 29 |
| 2. Nuevas proyecciones | 32 |
| 3. Precios | 34 |
| 4. Publicidad y Promoción | 38 |

| | | |
|----|--------------------------------------|-----------|
| B. | ANÁLISIS DE LA DEMANDA | 40 |
| 1. | Tabulación e interpretación de datos | 43 |
| C. | ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA. | 52 |
| 1. | Ciudad de Panamá | 52 |
| 2. | Corregimiento de Betania | 54 |

CAPÍTULO TERCERO ESTUDIO TÉCNICO

| | | |
|----|-------------------------------------------------------|-----------|
| A. | EL PROYECTO: EXPANSIÓN DE HORARIO A 24 HORAS | 59 |
| 1. | Descripción | 59 |
| 2. | Determinantes | 60 |
| a. | Mercado | 61 |
| b. | Aprovechamiento de la capacidad instalada | 62 |
| c. | Otros | 63 |
| B. | RECURSOS REQUERIDOS | 64 |
| 1. | Recursos físicos | 64 |
| a. | Espacio Físico | 64 |
| b. | Inventario de insumos y materiales | 65 |
| c. | Equipo | 65 |
| 2. | Análisis de recursos humano requerido en el proyecto | 66 |
| 3. | Recursos Financieros | 69 |
| C. | ASPECTOS ORGANIZACIONES Y LEGALES DEL PROYECTO | 70 |
| 1. | Aspectos organizacionales | 70 |
| 2. | Aspectos legales | 72 |
| a. | Reglamentaciones | 72 |
| b. | Incentivos | 73 |

CAPÍTULO CUARTO EVALUACIÓN FINANCIERA

| | | |
|-----------|-----------------------------------------------|-----------|
| A. | INVERSIÓN INICIAL | 78 |
| B. | FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN INICIAL | 81 |
| | 1. Fuentes de financiamiento | 81 |
| | 2. Amortización del préstamo | 81 |
| C. | PRONOSTICOS FINANCIEROS | 84 |
| | 1. Estimación de ingresos | 84 |
| | 2. Estimación de egresos | 86 |
| | 3. Flujo de Caja Proyectado | 90 |
| D. | ANÁLISIS DE LA RENTABILIDAD | 92 |
| | 1. Período de recuperación | 92 |
| | 2. Valor Actual Neto | 94 |
| | 3. Tasa Interna de Retorno | 96 |
| | CONCLUSIONES | 98 |
| | RECOMENDACIONES | |
| | BIBLIOGRAFIA | |
| | ANEXOS | |

ÍNDICE DE CUADROS

| Nº | DESCRIPCIÓN | PAGINA |
|------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|
| I | ¿DESEARÍA USTED UNA FARMACIA QUE LABORE LAS 24 HORAS DEL DÍA EN SU COMUNIDAD | 34 |
| II | ESTRUCTURA DE LOS MÁRGENES DE UTILIDAD POR PRODUCTO EN FARMACIA ALBA | 36 |
| III | CLASIFICACIÓN DE LOS PRODUCTOS SEGÚN PORCENTAJE DE VENTAS EN FARMACIA ALBA | 37 |
| IV | SUPERFICIE, POBLACIÓN Y DENSIDAD DE POBLACIÓN DE LA REPÚBLICA DE PANAMA, SEGÚN PROVINCIA Y CORREGIMIENTO. CENSO 2,000 | 53 |
| V | FARMACIAS QUE ESTÁN HABILITADAS POR LICENCIA DEL DEPARTAMENTO DE FARMACIAS Y DROGAS PARA OPERAR EN EL PAÍS, SEGÚN PROVINCIA, DISTRITO Y CORREGIMIENTO | 54 |
| VI | COSTO DE LA MANO DE OBRA | 68 |
| VII | INVERSIÓN INICIAL | 80 |
| VIII | AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO | 83 |
| IX | ESTIMACIÓN DE INGRESOS | 86 |
| X | ESTADO DE RESULTADOS PROFORMA | 89 |
| XI | FLUJO DE CAJA PROYECTADO | 91 |
| XII | RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN | 93 |
| XIII | VALOR ACTUAL NETO | 96 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| Nº | DESCRIPCIÓN | PAGINA |
|-----------|----------------------------------------------------------------------------|---------------|
| 1 | Frecuencia de uso de los productos de una farmacia | 32 |
| 2 | Canales de comercialización | 35 |
| 3 | Sexo | 43 |
| 4 | Edad de los encuestados | 43 |
| 5 | Ingreso Familiar | 44 |
| 6 | ¿Labora usted en el corregimiento de Betania? | 45 |
| 6 | ¿Vive usted en el corregimiento de Betania? | 46 |
| 7 | ¿Ha tenido urgencias médicas después de medianoche? | 47 |
| 8 | ¿En su comunidad existe alguna farmacia que labore las 24 horas del día? | 48 |
| 10 | ¿Le gustaría contar con una farmacia las 24 horas del día en su comunidad? | 49 |
| 11 | ¿Con qué frecuencia compra medicamentos? | 50 |
| 12 | ¿En cuanto estima usted su consumo de medicamentos mensualmente? | 51 |

RESUMEN

El presente trabajo consiste en la Evaluación Financiera para determinar la viabilidad de la extensión del horario las 24 horas en una Farmacia. El mismo se basa en la iniciativa de Farmacia Alba de aprovechar al máximo la capacidad instalada del negocio con la finalidad de obtener mayores ganancias y hacerle frente a la desaceleración económica en la que se encuentra el país. Este estudio inicia con los antecedentes tanto de la industria farmacéutica como los de la empresa objeto de este proyecto. Continúa con el estudio de mercado mediante el cual demostramos el alto grado de interés de los clientes de contar con una farmacia las 24 horas del día basado en los datos suministrados por la encuesta aplicada. El estudio técnico describe las características del proyecto, así como los recursos del mismo. La evaluación financiera presenta las proyecciones de viabilidad de la extensión del horario las 24 horas, comprobándose así, la hipótesis planteada. Los beneficios que generará el proyecto son buenos por lo que se recomienda que sea puesto en marcha.

SUMMARY

The present study consists of the financial evaluation to determine the feasibility of extending to 24 hours the operation of a pharmacy. It is based on the initiative of the owner's of "FARMACIA ALBA" to utilize the installation at its maximum capacity in order to obtain additional revenue to confront the present economic deceleration.

This study begins with the analysis/evaluation of the pharmacy industry as well as the company (Farmacia Alba) which is the main source of this project. It continues with a study of the market which demonstrates, based on a survey, the high interest of customers to have a pharmacy that operates during the 24 hours of a day. The technical study describes the characteristic of this project, the required resources, the legal and organizational aspects required for its implementation. The financial evaluation demonstrates the projections and the rentability indicators which are the basis for determining the feasibility of this project. The economic benefits to be derived are very promising, therefore, we recommend that the project be initiated as soon as possible.

CAPÍTULO PRIMERO

ASPECTOS GENERALES DEL ESTUDIO

A. LA ACTIVIDAD FARMACEUTICA EN PANAMÁ

1. Evolución

La farmacia en nuestro medio es una actividad que ejerce una influencia social, porque le ofrece permanente servicio de medicamentos a la comunidad; cuyos costos están al alcance económico de la misma y que son muy necesarios en el restablecimiento de la salud.

La profesión farmacéutica es el arte y la ciencia de identificar, escoger, conservar y combinar drogas de origen animal, vegetal o mineral. La medicina es la encargada de devolver y conservar la salud mediante la administración de dicha sustancia.

Son muchas las entidades dedicadas a prestar servicios de salud, siendo la farmacia una de las principales.

De acuerdo a la ley son farmacias aquellos establecimientos dedicados principalmente a la preparación y venta al detal de recetas medicinales de patente, drogas, botánicas, productos químicos, perfumes, cosméticos y las actividades propias de las farmacias de los países de mayor progreso económico en que funcionan fuentes de sodas, heladerías y sirven al público artículos propios de su naturaleza y actividad.

Desde el inicio de la farmacia en Panamá, ha sido meritoria la labor realizada por los farmacéuticos como personas capaces, más aún en aquellos tiempos en que la mayoría de las preparaciones dependían de la habilidad, conocimiento y experiencias de los mismos.

Hoy en día son mínimos las ocupaciones del farmacéutico en lo que respecta a preparaciones magistrales, pero no deja de tener importancia la falta de un profesional idóneo en esta rama que no solo se dedique al despacho de recetas, sino que pueda prestar servicios de consejería en lo que respecta al suministro y administración de medicamentos, el peligro y sus efectos adversos, sus interacciones y contraindicaciones, entre otros.

Las farmacias antiguas basaban sus ventas en infinidad de productos que eran elaborados por el farmacéutico con gran arte. Antiguamente había que esperar que el farmacéutico mezclara todos aquellos compuestos para lograr las fórmulas magistrales, que en la época actual encontramos en todas las farmacias de la capital y del interior del país. Los medicamentos que hoy día están a nuestro alcance son compuestos sintéticos, manufacturados en laboratorios farmacéuticos.

En la era actual la manufactura de productos farmacéuticos implica una serie de investigaciones, pruebas biológicas y farmacológicas, para que un producto pueda producirse en grandes cantidades comerciales y venderse en el mercado.

El auge industrial y tecnológico ha obligado al farmacéutico a alternar el éxito comercial con el profesional y el avance de la ciencia ha llevado a reemplazar las preparaciones magistrales por un infinidad de productos de patente que son muestra del desarrollo alcanzado para la industria farmacéutica actual. Esta situación ha originado que las farmacias actualmente ofrezcan un servicio variado de mercancía que algunas veces no guardan relación con las actividades propias de ellas, tales como: cosméticos, juguetes, útiles escolares y de oficina, revistas, refresquería entre otros.

El despacho de las recetas, que es la actividad principal de las farmacias, está a cargo de un farmacéutico con preparación académica universitaria. Por ello, es la persona a quien se le encomienda la administración, inspección y organización de todo lo relacionado con el expendio de medicamentos, según las necesidades básicas y demanda del mercado, eso si, tomando las providencias del caso para no excederse en la

adquisición de medicinas y poder contar con la existencia de los productos generalmente solicitados.

Hoy día en la empresa comentada se observa una característica muy especial y es la aplicación del concepto clave de la mercadotecnia o sea la promoción. Así, en las farmacias del país se nota que para estimular la compra, los anaqueles que presentan los productos se arreglan atractivamente, en primer lugar para promocionar la mercancía y luego para crear una imagen contemporánea y futurista de la actividad.

Sin embargo, a pesar de los esfuerzos desplegados por diversificar los negocios farmacéuticos, las ventas en estos tipos de establecimiento han decrecido entre un 17% y 20% durante el primer semestre del año en curso con respecto al mismo período del año anterior.

Cabe señalar, que la disminución de las ventas no tiene que ver directamente con la promulgación de la nueva Ley sobre medicamentos, sino más bien obedece a la desaceleración económica surgida en el país como consecuencia de acontecimientos mundiales que han provocado crisis en nuestro sector salud, y por ende, a clínicas y hospitales privados de

nuestra localidad, algunos de los cuales se han visto obligados a cerrar sus actividades.

Para subsistir y esperar mejores tiempos, los negocios mencionados se están abocando a una serie de ajustes tendientes a controlar y reducir, sus costos y gastos operativos.

Lo expuesto anteriormente nos ha llevado a realizar el presente estudio, que estamos seguros será de interés para la profesión farmacéutica.

La Farmacia Alba, marco de esta investigación, no es ajena a estos acontecimientos. Al igual que otros negocios dedicados al mismo ramo, trata de encontrar la mejor forma de hacerle frente a esta situación, y para ello está considerando la posibilidad de brindar sus servicios las 24 horas del día, aprovechando la capacidad del inventario que mantiene, así como los beneficios legales que puede ofrecerle el estado.

B. MARCO CONCEPTUAL

1. Planteamiento del problema

Para plantear el problema se considera relevante iniciar el mismo señalando los antecedentes que conllevan a la realización del presente estudio.

Debido a la desaceleración de la economía panameña, se hace necesario implementar nuevas estrategias para incrementar el volumen de ventas y así aumentar la participación de la empresa en el mercado que le permitan mantenerse, e inclusive aumentar la rentabilidad de la misma, sin tener que afectar su mano de obra.

A su vez la implementación de nuevas legislaciones en materia farmacéutica han traído como consecuencia que la rentabilidad obtenida por las ventas de medicamentos haya disminuido, lo que obliga a la administración de esta industria a buscar otras vías que contribuyan al logro, como mínimo, de un punto de equilibrio entre costos e ingresos. Estas empresas están tratando de prepararse para hacer frente a estos cambios a través, no solo de una administración moderna y eficiente, sino también con miras de aprovechar al máximo su capacidad productiva.

Por lo antes expuesto, hemos querido realizar el presente estudio con énfasis en la evaluación financiera con el fin de demostrar la factibilidad de hacer mejor uso de la capacidad productiva de Farmacia Alba a través de la extensión de su horario las 24 horas. En síntesis, nuestro planteamiento del problema sería:

¿Será rentable para Farmacia Alba la extensión del horario de atención al público las 24 horas?

2. Objetivos.

Objetivo General:

- Determinar mediante estudios de mercado, técnico y financiero la viabilidad de la rentabilidad de la extensión del horario las 24 horas en la Farmacia Alba.

Objetivos Específicos:

- Analizar la demanda y sus proyecciones futuras.
- Determinar los recursos físicos, humanos y financieros requeridos para la aplicación del proyecto.
- Determinar la rentabilidad del proyecto aplicando los modelos financieros.

3. Hipótesis del trabajo

- La extensión del horario de atención a clientes las 24 horas en Farmacia Alba, aprovechando la capacidad productiva de la empresa, contribuirá a aumentar las ganancias.

4) Metodología

A continuación se detallan las metodologías que se han utilizado para comprobar la hipótesis y cumplir con los objetivos.

Método conceptual o descriptivo, ya que se describen los antecedentes, la importancia y el planteamiento del problemas, además de la justificación y las disposiciones legales aplicables al proyecto.

Método Histórico: se analiza la historia y los antecedentes de la actividad farmacéutica y la empresa. Aquí se incluye el marco teórico referencial que da a conocer cuando la empresa inició labores, con cuántos empleados, con que productos o servicios, en otros aspectos. Se enuncia también su ubicación actual, cantidad de empleados, productos, servicios, competencia, y demás.

Método Analítico: la información adquirida a través del estudio, se analiza e interpreta con el fin de formular lo que será el diagnóstico de la investigación.

Se investigará en las entidades estatales correspondientes las reglamentaciones legales así como los incentivos que se ofrecen a la actividad farmacéutica.

En este estudio se han realizado entrevistas a la propietaria de la empresa y a su personal, con el propósito de conocer el funcionamiento de la misma, su experiencia acerca del comportamiento de los clientes y sus expectativas sobre el proyecto.

Se aplicó una encuesta representativa a los clientes de la Clínica de Urgencias 24 horas, quien representa la principal fuente de clientes futuros para el proyecto.

Se revisó la información bibliográfica que han permitido hacer el análisis administrativo para determinar la rentabilidad del proyecto y presentar las conclusiones y recomendaciones correspondientes

5. Descripción de Capítulos

La evaluación financiera se desarrolla a través de cuatro capítulos a saber:

El primer capítulo **“Aspectos Generales del Estudio”** enmarca la reseña histórica de la actividad farmacéutica en Panamá, el marco conceptual del estudio, se describe el problema, los objetivos y la metodología utilizada, incluye además los antecedentes del negocio.

El **“Estudio de Mercado”** se desarrolla en el segundo capítulo, Analizando la oferta y la demanda a través de los datos recopilados en la encuesta levantada. Concluyendo con el análisis de la competencia tanto en el corregimiento de Betania como en la ciudad de Panamá.

El tercer capítulo, denominado **“Estudio Técnico”** describe el proyecto y sus determinantes, detallando los recursos físicos, humanos y financieros requeridos. Comprende también los aspectos organizacionales y legales del proyecto.

En el capítulo cuarto se desarrolla la **“Evaluación financiera”**, incluyendo las inversiones, el financiamiento y los pronósticos financieros

que incluyen los presupuestos, estados proforma y su correspondiente análisis de rentabilidad.

La investigación culmina con la presentación de las conclusiones y recomendados en base al análisis y la evaluación de los aspectos desarrollados en los cuatro capítulos citados.

C. ANTECEDENTES DE LA EMPRESA OBJETO DE ESTUDIO

1. Generales

Farmacia Alba es una sociedad anónima, adquirida el 16 de agosto de 1985, época en la que Panamá se encontraba en un período de estancamiento económico como efecto de las políticas aplicadas en esa época. Su actual regente y administradora cuenta con más de veinte años de experiencia en el área farmacéutica, recibe la opción de su antigua propietaria de adquirir el negocio y para ello solicita un préstamo por la suma de cincuenta mil balboas (B/50,000.00) con lo que pudo cubrir el precio de venta cuarenta mil balboas (B/40,000.00) y mantener un fondo como capital de trabajo de diez mil balboas (B/.10,000.00). A pesar de las condiciones desfavorables de la economía, el negocio está logrando salir adelante y crece rápidamente.

En 1989, año de la invasión a Panamá fue víctima de la ola de saqueos que afectó a gran porcentaje de las empresas panameñas. Dado a ello se vio en la obligación de obtener un nuevo financiamiento, obtenido a través de FUNDES quien en ese momento fomentaba el apoyo a las empresas afectadas por la invasión. Este apalancamiento le permitió a la empresa conseguir dinero fresco para reabastecerse y continuar con su ardua labor de recuperación.

El rápido crecimiento de la empresa en los últimos años conllevó a la decisión de expandir el local hace dos años, lo que permite ofrecer mayor variedad de productos, e incluso nuevos servicios a la clientela.

A pesar de todas las dificultades surgidas la empresa continúa dedicada principalmente a la venta de productos farmacéuticos. Con el transcurrir de los años y como consecuencia de las políticas vanguardistas de sus propietarios, el establecimiento se ha dedicado a ofrecer a sus clientes diversidad de productos y servicios, entre los cuales se pueden mencionar: refresquería, regalos pequeños, perfumería económica, cosméticos, útiles escolares, porcelana, servicios de fotocopidora, entre otros. Se puede decir que la farmacia vende de todo un poco en pequeña escala.

La empresa en estos momentos cuenta con dos locales, uno ubicado en el Camino Real de Betania que atiende en un horario de 7:00 a.m. a 12:00m.n. y otro localizado en la Gran Terminal de Albrook, local N° 35 que labora de 7:00 a.m. a 11:00 p.m.

No obstante a lo anterior, el interés de su propietaria de expandir el horario las 24 horas, es sólo en su local de Betania, ya que una de sus

fuentes primarias de clientes es la generada por las clínicas adyacentes, las cuales ofrecen sus servicios al público las 24 horas al día.

2 Objetivos

Los objetivos son los fines importantes hacia los que se dirigen las actividades organizacionales e individuales. La meta de todo administrador en la actualidad es dar un valor agregado a cada una de las actividades que se emprendan en la organización. Los objetivos claros y verificables facilitan la medición de la eficacia y la eficiencia de las acciones administrativas. [Koontz (1994)].

Y en efecto, según la licenciada Milka Montero, regente y administradora de Farmacia Alba, el propósito fundamental de su negocio es mejorar la rentabilidad de las inversiones, que le permitan generar fuentes de empleos, mantener su negocio, contribuir al desarrollo, crecimiento o expansión del mismo, y mantener su independencia económica.

3. Misión

La sociedad ha confiado diferentes misiones a diversas clases de empresas. [Pierce y David (1987) en Koont (1994)].

Por ejemplo, la misión de una empresa es la distribución de bienes y servicios; la de un departamento de policía es la protección de la seguridad y bienes de las personas; la de una universidad es enseñar e investigar, entre otras. Farmacias Alba también tiene una misión, y esta es “*Contribuir a la salud de la comunidad*”.

Los negocios tienen que interactuar con su ambiente y vivir con él. La sociedad espera y se merece que los administradores logren sus misiones. Farmacia Alba trata de responder a su ambiente y convertirse en participante activa para mejorar la calidad de vida de la comunidad. Esto se hace, pues la empresa tiene bien claro que su supervivencia depende de la interacción exitosa que se tenga con la comunidad.

D. ASPECTOS LEGALES

A continuación se mencionan los requisitos y disposiciones fundamentales para obtener la licencia que permite dirigir un establecimiento farmacéutico, otorgada por la Dirección de Farmacias y Drogas así como los requisitos para solicitar y obtener la licencia comercial concedida por el Ministerio de Comercio e Industrias.

Las disposiciones legales relacionadas con la profesión farmacéutica los encontramos en las siguientes reglamentaciones: Ley N° 24 del 29 de enero de 1963 con la cual se creó el Colegio Nacional de Farmacéuticos y se reglamentó el funcionamiento de lo establecimientos farmacéuticos; Decreto N° 501 de 22 de mayo de 1956 por el cual se reglamenta el funcionamiento de las farmacias de turno de la República de Panamá y Ley N° 1 de 10 de enero de 2001 sobre medicamentos y otros productos para la salud humana.

La Ley 24 define los establecimientos farmacéuticos como los que se dedican a la importación, fabricación y venta, o en general al comercio de productos farmacéuticos, químicos, biológicos para uso humano o veterinario. Estos establecimientos farmacéuticos se clasifican en:

laboratorios farmacéuticos o químicos, agencias distribuidoras de productos farmacéuticos droguería, farmacias y boticas .

Entre algunos de los reglamentos sobre el funcionamiento de las farmacias exigidos por la Ley mencionaremos:

1. Control de Narcóticos

Los médicos, odontólogos y veterinarios deberán emitir sus recetas en libretas enumeradas con membretes y código que identifique al doctor. La misma deberá ser firmada por quien la expida, esto se hace con el objeto de que el farmacéutico encuentre que el documento este debidamente autorizado.

Solo las farmacias que funcionen legalmente en Panamá están autorizadas para atender dichas recetas.

Las farmacias están en la obligación de despachar los medicamentos en envases aprobados con su debido marbete, en el cual se incluye: el nombre del paciente, la fecha de expedición y las indicaciones de uso.

El regente de la farmacia deberá mantener un libro de registro de narcóticos. En él se anotará, en folios individuales, las distintas drogas o

especialidades que el establecimiento expenda con la anotación de su debido permiso. Debe mostrar el movimiento diario de las entradas y salidas de narcóticos.

El farmacéutico regente, quien debe tener estudios universitarios, será además el encargado del manejo de las drogas y narcóticos.

2. Licencia para la apertura y funcionamiento de establecimientos farmacéuticos.

Según el artículo 10 de la Ley 24, para la apertura y funcionamiento de establecimientos farmacéuticos es necesario obtener la "*Licencia para operar Establecimiento Farmacéutico*" además de la Licencia Comercial que otorga el Ministerio de Comercio e Industrias.

Para obtener esta licencia se hará la solicitud a la Dirección de Farmacias y Drogas en papel sellado, donde se debe indicar, el nombre, dirección y teléfono del establecimiento, los datos del farmacéutico regente, horario de trabajo del establecimiento. La misma debe ser firmada por el regente y el propietario. Esta licencia debe renovarse anualmente.

4. Licencia Comercial

La Ley N° 25 de 26 de agosto de 1994 regula el ejercicio del comercio y la explotación de la industria en Panamá, y el Decreto Ejecutivo N° 35 de 24 de mayo de 1996, tiene como función primordial agilizar la expedición de Registro y Licencias Comerciales e Industriales.

Según la Ley, requerirán Licencias o Registro Comerciales las personas naturales o jurídicas que realicen actos de comercio.

Las farmacias, boticas, cosmetéricas y artículos de tocador requerirán de un Licencia Comercial Tipo "B" que la habilita para ejercer indistintamente actividades del comercio al por mayor y menor.

Según el manual para la tramitación de registros o licencias comerciales de la Dirección General de Comercio Interior del Ministerio de Comercio e Industrias (1998), toda persona natural o jurídica que se proponga realizar actividades comerciales o industriales deberá solicitar ante esta dirección el otorgamiento de la licencia correspondiente, por su propio nombre o por intermedio de un abogado.

La solicitud se hará en el formulario que facilitará el Ministerio de Comercio e Industrias o en papel simple, y debe contener la siguiente información:

- ◆ Nombre o Razón Social del solicitante y su cédula o datos de inscripción en el Registro Público, según se trate, de persona natural o jurídica.
- ◆ La actividad a la cual se dedicará el peticionario de que se trate.
- ◆ La dirección física del establecimiento
- ◆ El capital invertido
- ◆ El nombre comercial del establecimiento.
- ◆ El domicilio legal del solicitante, teléfono y apartado postal. Fecha de inicio de actividades comerciales o industriales.

Además de lo anterior deberá incluirse lo siguiente:

- ◆ Poder del Representante Legal al abogado en papel simple.
- ◆ Certificado del Registro Público que detalle Directores, Dignatarios, Representante Legal, Apoderado General y tipo de acciones.

- ◆ Fotocopia de cédula autenticada por el Registro Civil de todos los Directores, Dignatarios, Representante Legal y Apoderado General si lo hubiere.
- ◆ Lista de accionistas o declaración jurada, firmada por el secretario de la sociedad sobre el cumplimiento del artículo 288 de la Constitución Política de la República de Panamá.
- ◆ Pago de Derecho Único de B/.50.00

CAPÍTULO SEGUNDO
ESTUDIO DE MERCADO

El fin del estudio de mercado es establecer la demanda potencial y la participación del mercado para poder calcular los ingresos probables del proyecto. Es conveniente realizar primero los estudios de mercado y técnico, pues lo primordial en un proyecto es determinar si tiene demanda y si existen las condiciones para implementar el proyecto, de lo contrario el proyecto debe ser abortado. [Ortega (1998)].

El estudio de mercado es más que el análisis y determinación de la oferta y demanda o de los precios del proyecto. Muchos costos de operación pueden preverse simulando la situación futura y especificando las políticas y procedimientos que se utilizarán como estrategia comercial. Pocos proyectos son los que explican, por ejemplo, la estrategia publicitaria, la cual tiene en muchos casos una fuerte repercusión en la inversión inicial.

Metodológicamente son cuatro los aspectos que deben estudiarse, según Sapag y Sapag (1995):

- ◆ El consumidor y las demandas del mercado y del proyecto, actuales y proyectadas.
- ◆ La competencia y las ofertas del mercado y del proyecto, actuales y proyectadas.

- ◆ Comercialización del producto del proyecto.
- ◆ Los proveedores y la disponibilidad y precio de los insumos, actuales y proyectados.

El análisis del consumidor tiene por objeto caracterizar a los consumidores actuales y potenciales, identificando sus preferencias, hábitos de consumo, motivaciones, etc, para obtener un perfil sobre el cual pueda basarse la estrategia comercial.

El mercado de los proveedores puede llegar a ser determinante en el éxito o fracaso de un proyecto. Es necesario conocer la disponibilidad de insumos requeridos y cuál es el precio que deberá pagarse para garantizar su abastecimiento.

Para efectos de este análisis se ha realizado una encuesta de opinión dirigida a los clientes de la Clínica de Urgencia 24 horas, ubicada al lado de Farmacia Alba, por considerarla la principal fuente generadora de clientes para el proyecto. (Ver Anexo N° 1).

Antes de aplicar dicha encuesta debemos determinar el tamaño de la población, para luego establecer la muestra representativa a la que se aplicará dicho instrumento.

La población es el conjunto de personas que habitan la Tierra o cualquier división geográfica de ella. Puede definirse también como parte de la población de un país ocupada en una actividad en particular. Para efectos de una investigación se le puede denominar también como el universo del estudio, y está representado con la letra N en mayúscula.

En esta investigación el universo del estudio está constituido por el número de personas (clientes) que utilizan los servicios de la *Clinica de Urgencias 24 horas* en un periodo de quince días. La misma se justifica en que en función al proyecto analizado, esta empresa será la principal generadora de los futuros usuarios del nuevo servicio. Además se pretende aplicar la encuesta a una muestra representativa durante un periodo de quince días.

Según los datos proporcionados por los propietarios de dicho negocio, basados, en sus libros de registro, durante una quincena se atienden aproximadamente 525 pacientes. Esta cifra representa la población.

Una vez determinada la población se procederá a determinar la muestra. Una muestra se puede definir como: partes, opiniones que se recogen en el terreno investigativo, para estudio. La misma es utilizada por

efectos del tiempo y el dinero que se tiene que invertir, ya que en un universo completo el costo sería mayor. La muestra está representada por la letra n minúscula. [Herrera y García de Paredes (1999)].

La muestra debe ser representativa, para ello existen diferentes fórmulas que permiten determinarla. El muestreo utilizado en este análisis fue escogido mediante la aplicación de una simple aplicación matemática porcentual. Se recomienda entre el 20 al 30% mínimo del universo o población para que sea representativa.

Para determinar el tamaño de la muestra representativa se utiliza la siguiente ecuación:

$$n = N \times 20\% \quad (2.1)$$

Aplicando los datos señalados anteriormente a la ecuación tenemos:

$$n = 525 \times 20\%$$

$$n = 105$$

Después de haber determinado que la muestra representativa es de 105 clientes, se procedió a aplicar las encuestas. Esto se efectuó durante un período de una quincena y las personas fueron escogidas aleatoriamente a distintas horas del día, incluyendo la noche.

A. ANÁLISIS DE LA OFERTA

La oferta se refiere a los productos y las cantidades que los productores o empresas están dispuestos a producir u ofrecer a los posibles precios del mercado. La oferta trata de todas las posibles relaciones entre las cantidades y los precios en un momento determinado.

El propósito que se sigue a través del análisis de la oferta es determinar, cuantificar o medir los productos y servicios y las condiciones en que la empresa puede y quiere poner a disposición del mercado.

La actividad farmacéutica inmersa en la economía social tiene un puesto importante entre los negocios esenciales en toda comunidad, ya que ofrece sus servicios a un gran número de personas de todos los niveles sociales.

1. Productos y servicios

Las necesidades, los deseos y las demandas del ser humano indican que existen los productos necesarios para satisfacerlos. Un **producto** es cualquier cosa que puede ofrecerse a la atención de un mercado para su adquisición, utilización o consumo y que puede satisfacer una necesidad o un deseo. [Kotler y Armstrong (1994)]

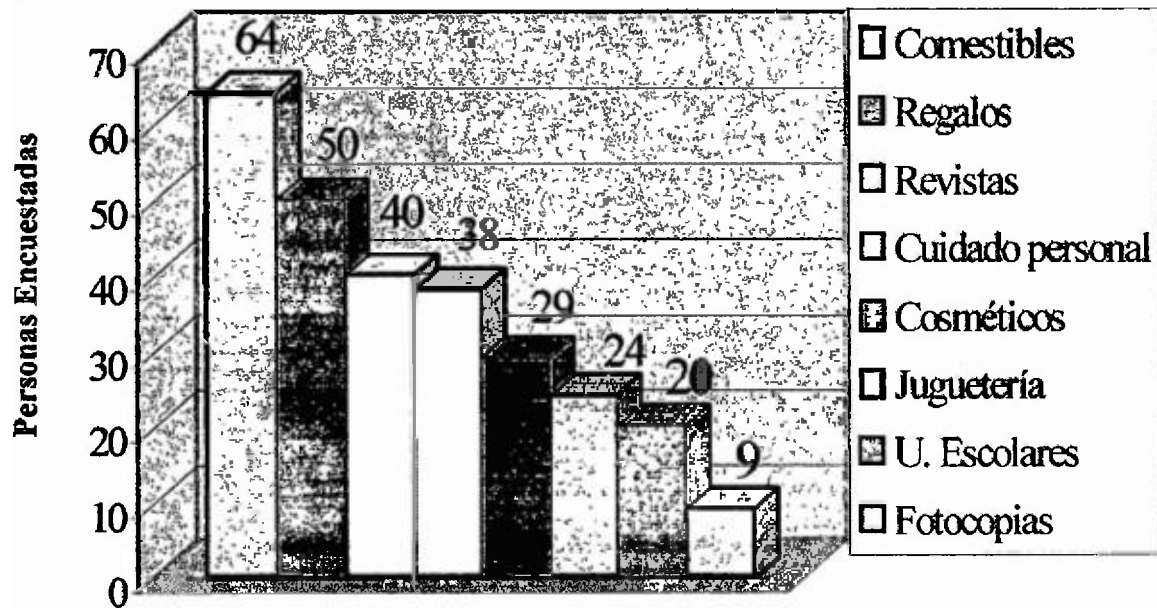
Los productos y servicios que ofrece la Farmacia Alba se enumeran a continuación:

- ◆ **Medicamentos:** Todos los permitidos por la ley.
- ◆ **Cosméticos, cuidado personal y perfumería:** Maquillaje de diversas marcas, artículos para el cabello, aseo personal, perfumes y demás.
- ◆ **Artículos de primera necesidad en el hogar:**
- ◆ **Útiles escolares:** cuadernos, lápices, plumas, borradores, cartapacios, hojas blancas y de raya, entre otros.
- ◆ **Revistas:** las más leídas proporcionadas por las distribuidoras a consignación.
- ◆ **Comestibles:** golosinas, helados, sodas, emparedados, café, sopas instantáneas, chocolates, entre otros.
- ◆ **Juguetería en pequeña escala.**
- ◆ **Tarjetería para todas las ocasiones.**
- ◆ **Fotocopiadora**

De los productos y servicios enumerados anteriormente quien tiene la mayor importancia son los medicamentos, puesto que representan alrededor del 60% de las ventas mensuales de la farmacia. Anteriormente quienes entraban a una farmacia exclusivamente compraban medicamentos. En la actualidad, nos encontramos con que son cada vez más los productos de diferentes índole que son solicitados por quienes ingresan a un negocio farmacéutico. Debido a ello se puede observar que esta farmacia, tratando de cumplir con sus objetivos y su misión a favor de la comunidad, ofrece tan diversificado número de productos aún cuando sea en pequeña escala.

Mediante las encuestas hemos determinando que además de los medicamentos, el producto más adquirido por los usuarios de una farmacia son los comestibles, seguido en orden de consumo por los regalos, revistas, cuidado personal, cosméticos, juguetería, útiles escolares y en última instancia las fotocopias, como se observa en la figura 1.

Figura 1. Frecuencia de uso de los productos de una farmacia



Fuente: Elaborada por la autora en base a las encuestas

2. Nuevas proyecciones

Uno de los diversos objetivos de una organización es expandir su participación en el mercado, esto puede lograrse tratando de brindar servicios inexistentes y/o complementarios que además de contribuir con la sociedad, permitan lograr mayor rentabilidad.

Farmacias Alba de Betania ofrece todos sus productos y servicios a los clientes en un horario que se extiende desde las 7:00 a.m. hasta las 12:00m.d.

La esencia de este proyecto no radica en la adición de nuevos productos o servicios, está basada en la extensión del horario de atención al público. Dado el caso, todos los productos enumerados en el acápite anterior estarán disponibles para los clientes las veinticuatro horas de día.

Es evidente, según los resultados de las encuestas, la necesidad de que exista una farmacia que preste sus servicios las 24 horas del día, que tenga los medicamentos necesarios, ya que después de ciertas horas de la noche es difícil conseguir las medicinas que se necesitan. En el cuadro I observados que el 100% de los encuestados desea que exista una farmacia en su comunidad que labore las 24 horas del día.

Cuadro I. ¿DESEARÍA USTED UNA FARMACIA QUE LABORE LAS 24 HORAS DEL DÍA EN SU COMUNIDAD?

| Respuestas | N° de Frecuencias | Porcentaje |
|-------------------|--------------------------|-------------------|
| Si | 105 | 100 |
| No | 0 | 0 |
| Total | 105 | 100 |

Fuente: Elaborado por la autora en base a las encuestas.

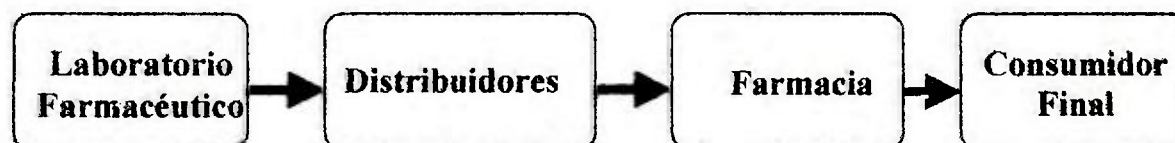
Ofrecer los servicios durante todo el día representará además, una fuente de empleo para residentes en el área metropolitana, y redundará además en beneficio de los diferentes usuarios de las farmacias. No está demás señalar que las urgencias médicas, que constituye la principal fuente generadora de ingresos para esta empresa, pueden ocurrir en cualquier momento.

3. Precios

Este mercado utiliza la cadena de comercialización que aparece en la Figura 2. Dicha cadena inicia en un laboratorio farmacéutico, este elabora el producto y lo vende a las distribuidoras, quienes se encargan de hacer llegar el producto a las farmacias que lo ponen a disposición del usuario. En

función a ello se establecen los precios para los productos. Las farmacias toman como base el precio al que la distribuidora vende los productos y se le agrega el margen de ganancia que la empresa espera para cada uno.

Figura. 2 Canales de comercialización



Fuente: Elaborado por la autora

La estructura del margen de utilidad que obtiene la farmacia de los productos vendidos se encuentra detallado en el cuadro II.

El porcentaje de utilidad no varía entre una farmacia y otra, ya que las agencias le venden a las farmacias con el mismo precio, o sea con un mismo margen de utilidad. Sin embargo el porcentaje de ventas de cada artículo varía de acuerdo con el volumen de ventas del establecimiento y otros factores económicos y de localización.

El cuadro II detalla que porcentaje representa del nivel de ventas cada uno de los productos que Farmacia Alba tiene a disposición de los clientes.

Cuadro II. ESTRUCTURA DE LOS MÁRGENES DE UTILIDAD POR PRODUCTO EN FARMACIA ALBA

| Producto o Servicio | Margen de utilidad | | |
|--------------------------------------------|--------------------------|-----------------------------|----------|
| | Total Precio de venta | Productor / Distribuidor | Farmacia |
| Medicamentos | 100 | 67 | 33 |
| Cosméticos, cuidado personal y perfumería | 100 | 65 | 35 |
| Artículos de primera necesidad en el hogar | 100 | 75 | 25 |
| Útiles escolares | 100 | 65 | 35 |
| Revistas | 100 | 80 | 20 |
| Comestibles | 100 | 80 | 20 |
| Juguetes | 100 | 60 | 40 |
| Tarjetería | 100 | 80 | 20 |
| Fotocopiadora | 100 | 80 | 20 |

Fuente: Elaborado por la autora.

La casa distribuidora de las revistas facturan el precio de venta y resta el veinte (20) por ciento, el cual es la utilidad para el establecimiento. La ventaja base es que las revistas que no se venden son devueltas sin pérdida por parte de la farmacia.

Cuadro III. CLASIFICACIÓN DE LOS PRODUCTOS SEGÚN PORCENTAJE DE VENTAS EN FARMACIA ALBA

| Producto o Servicio | Porcentaje de ventas (%) |
|--------------------------------------------|---------------------------------|
| Medicamentos | 60 |
| Comestibles | 16 |
| Revistas | 6 |
| Cosméticos, cuidado personal y perfumería | 5 |
| Juguetes | 4 |
| Fotocopiadora | 3 |
| Tarjetería | 2 |
| Fotocopiadora | 2 |
| Útiles escolares | 1 |
| Artículos de primera necesidad en el hogar | 1 |
| Total | 100 |

Fuente: Elaborado por la autora

4. Publicidad y Promoción

Para una empresa de servicios como lo es la farmacia, quien comercializa productos farmacéuticos en un mercadeo libre y competitivo, es importante generar actividades para promocionar sus productos, con el fin de mantener la aceptación y aumentar los niveles de consumo en el segmento del mercado que desea cubrir y satisfacer.

No es recomendable encasillarse en lo tradicional del silencio comercial. El aumento en la promoción conlleva a elevar ingresos por la estimulación de la demanda.

La mercadotecnia moderna implica algo más que desarrollar un buen producto, fijarle un precio atractivo y ponerlo al alcance de sus clientes. La empresa deben comunicarse con éstos. Esto se logra a través de la promoción y la publicidad.

Kothler y Armstrong (1994) definen publicidad como cualquier forma pagada de presentación y promoción no personal de ideas, bienes o servicios por un patrocinador bien definido. Consideran que promoción son incentivos de corto plazo para alentar las compras o ventas de un producto o servicios. Dentro de ellas se encuentran instrumento específicos, como las

presentaciones de ventas, las exhibiciones en los puntos de venta, los anuncios especiales, las presentaciones comerciales, las ferias, las demostraciones, los catálogos, la literatura, los paquetes de prensa, los carteles, los concursos, las bonificaciones, los cupones y las estampillas de propaganda. En general la mezcla de mercadotecnia (la promoción y el producto, el precio y el lugar) deben coordinarse para obtener el mejor impacto de comunicación.

Farmacia Alba no es ajena a estas conclusiones. Utiliza diversas fuentes para promocionarse, entre las cuales podemos mencionar:

- ◆ Utiliza como medio principal de promoción la radio, sobre todo en la época de verano, publicando anuncios en diferente emisoras durante los meses de enero a abril. El resto del año lo hacen solo esporádicamente.
- ◆ Patrocinio de equipos deportivos.
- ◆ Promoción directa con los dueños de las clínicas aledañas a la farmacia y sus clientes mediante el uso de volantes y obsequio de muestras.

No obstante a los medios publicitarios utilizados hasta la fecha es importancia considerar que la nueva estrategia que desea implementar la empresa debe ser promocionada por diversas fuentes. Además de las mencionadas anteriormente sería conveniente utilizar otros medios como anuncios en periódicos de la localidad y entrega de volantes a los clientes regulares, a los residentes del corregimiento de Betania y las personas que laboran en esa área.

La promoción debe llegar a todo público, mejorar las relaciones con la empresa, atraer nuevos grupos de clientes, aumentar las ventas y mejorar la reputación de la empresa.

B. ANALISIS DE LA DEMANDA

La gente tiene deseos casi ilimitados, pero sus recursos sí tienen límite. Por ello quiere elegir productos que proporcionen la mayor satisfacción por su dinero. Cuando están respaldados por el poder adquisitivo, los deseos se convierten en demandas. [Kotler y Armstrong (1994)]

La demanda se refiere a la cantidad de productos que los consumidores están dispuestos a comprar según los posibles precios del mercado.

La demanda está determinada por los siguientes factores:

- ◆ Los gustos y preferencias de los consumidores;
- ◆ El número de consumidores
- ◆ El precio de los productos sustitutos;
- ◆ Los ingresos de los consumidores; y
- ◆ El nivel general de precios.

La teoría económica indica que existe una relación inversa entre el precio y la cantidad demandada. Esta última tiende a aumentar al bajar el precio del producto y viceversa.

Si bien es cierto que el uso de medicamentos puede considerarse de primera necesidad, pues cuando existe alguna deficiencia médica se debe recurrir a ellos para recuperar la salud, también es cierto que la demanda disminuye cuando el precio aumenta. Además otro factor que también afecta la demanda de productos farmacéuticos son las reglamentaciones establecidas por la autoridades de salud. Por ejemplo, con la implementación de la nueva ley, que prohíbe la distribución de algunos productos farmacéuticos (antibióticos) sin receta médica, las ventas en este ramo mermaron sus ingresos.

Conocer la demanda nos ayudará a justificar o no la aplicación de este proyecto.

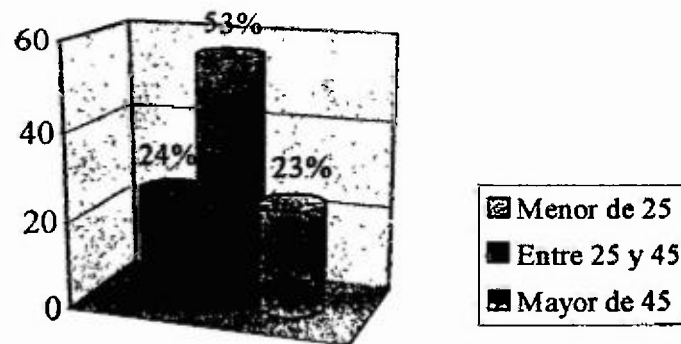
El análisis de la demanda pretende cuantificar el volumen de bienes o servicios que el consumidor podría adquirir del proyecto. La demanda se asocia con los niveles de precio y condiciones de venta y se proyecta en el tiempo.

A través de las encuestas se determinó que la mayor parte de sus clientes están representados por mujeres, ya que el 56% de los clientes son del sexo femenino y el 44% pertenecen al masculino. (Ver figura 3)

Figura 3. Sexo

Fuente: Elaborado por la autora en base a las encuestas

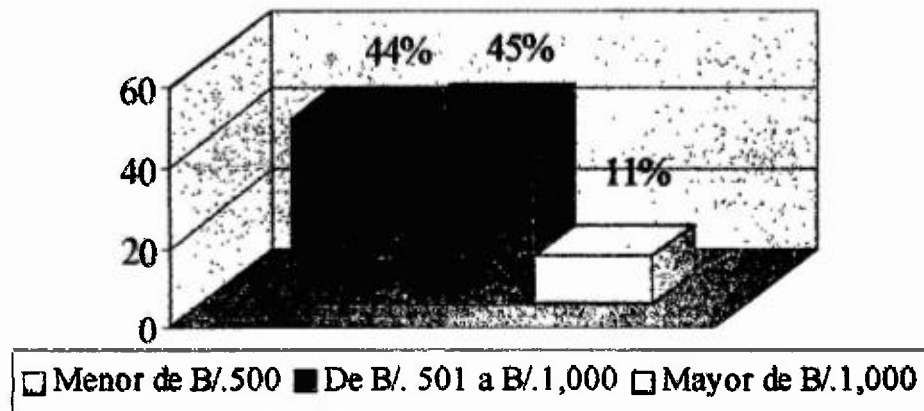
La demanda por los servicios médicos en personas menores de 25 años de edad representa el 24 %, los clientes entre 25 y 45 años son los mayoritarios con un 53% y el 23% son mayores de 45 años.. (Ver figura 4)

Figura 4. Edad de los encuestados

Fuente: Elaborada por la autora en base a las encuestas

El nivel de ingreso de los usuarios se puede observar en la figura 5. Quienes ganan menos de B/500. Forman el 44% de la muestra, los clientes con ingresos entre B/. 501 a B/1,000 conforman un 45% y el restante 11% se encuentra en aquellos que obtienen más de B/. 1,000.

Figura 5. Ingreso Familiar



Fuente: Elaborada por la autora en base a las encuestas.

Otro aspecto muy importante y que es bueno recalcar es el hecho de que las personas que utilizan los servicios de las clínicas y la farmacia en su gran mayoría no viven en el Corregimiento de Betania pero si laboran allí. Obsérvese figura 6 y 7.

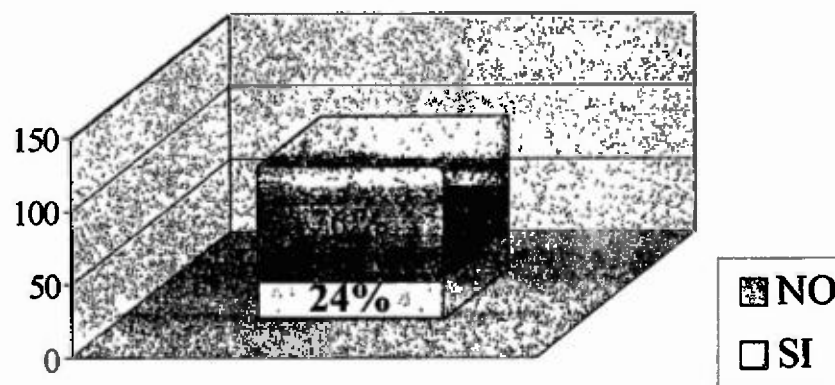
Figura 6. ¿Labora usted en el corregimiento de Betania?



Fuente: Elaborada por la autora en base a las encuestas.

De la figura 7 se puede concluir además que las personas utilizan los servicios de la Clínica en su gran mayoría no viven en el corregimiento de Betania.

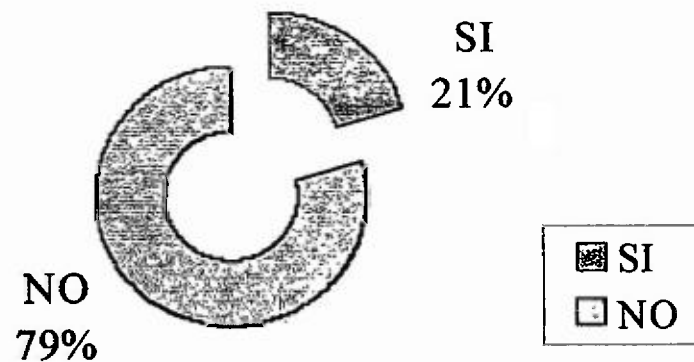
Figura 7. ¿Vive usted en el corregimiento de Betania?



Fuente: Elaborada por la autora en base a las encuestas.

Cuando preguntamos a los clientes sobre la ocurrencia de urgencias médicas después de medianoche la gran mayoría contestó que no habían tenido percances médicos después de medianoche (79%), el otro 21% contestó en forma positiva. (Ver figura 8)

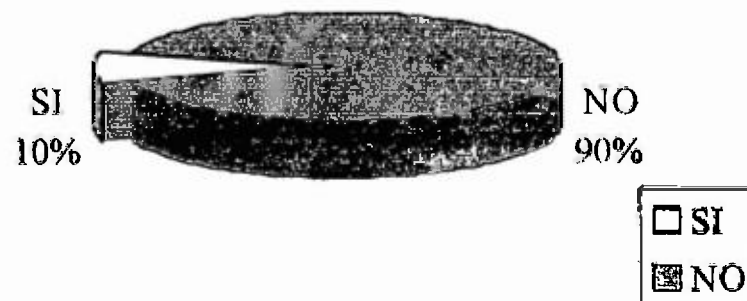
Figura 8. ¿Ha tenido urgencias médicas después de medianoche?



Fuente: Elaborada por la autora en base a las encuestas

La figura 9 nos demuestra que existe una gran demanda por servicios farmacéuticos después de medianoche ya que son muy pocas las farmacias que laboran las 24 horas del día.

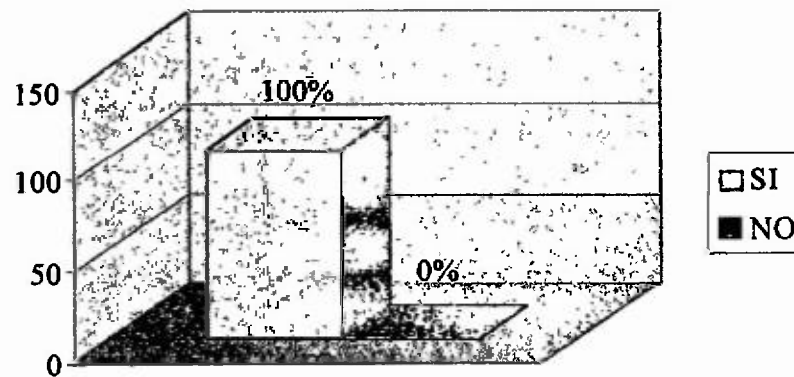
Figura 9. ¿En su comunidad existe alguna farmacia que labore las 24 horas?



Fuente: Elaborada en base a las encuestas

A pesar de que los clientes no han tenido urgencias médicas después de medianoche, todos los clientes se mostraron interesados en contar con una farmacia en su comunidad que ofrezca el servicio durante todos el día, cabe incluir que muchos expresaron el hecho de que no se puede medir o estimar el día o la hora en que se requieran los servicios médicos. Ver figura. 10. De primera mano hemos constatado que este proyecto es visto con muy buenos ojos por los posibles usuarios.

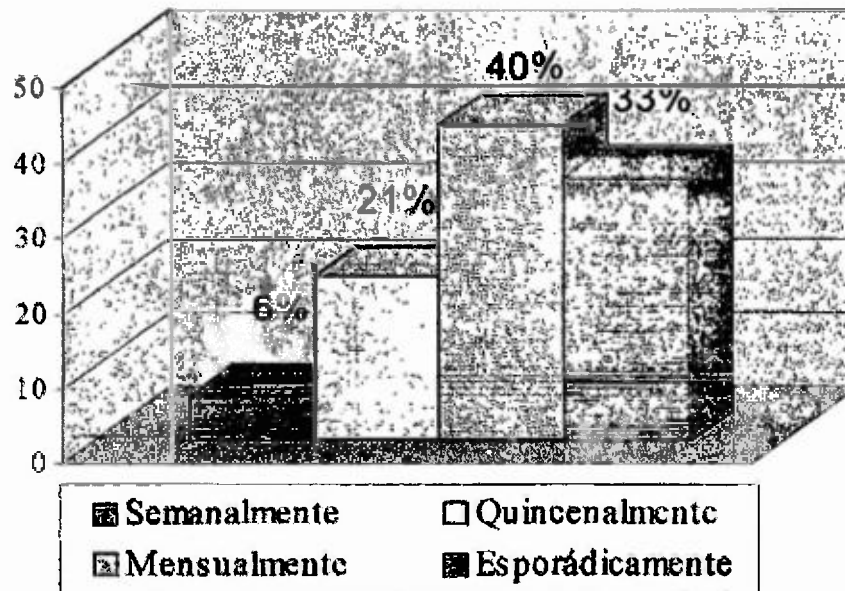
Figura 10. ¿Le gustaría contar con una farmacia las 24 horas del día en su comunidad?



Fuente: Elaborada por la autora en base a las encuestas

Al analizar la frecuencia con que se compran medicamentos, la fuente principal de ingresos para una farmacia, observamos que son muy pocos los que lo hacen semanalmente (sólo un 6%), los compradores quincenales, representan la mayoría (40%), seguido de los consumidores mensuales con un 33%. El restante 21% está representado por quienes compran medicamentos esporádicamente, como lo muestra la figura 11.

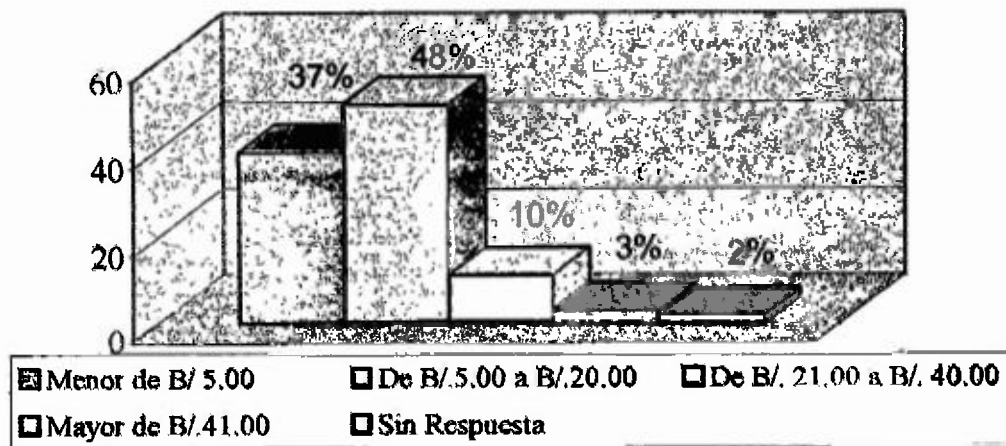
Figura 11. ¿Con que frecuencia compra medicamentos?



Fuente: Elabora por la autora en base a las encuestas

Para terminar con el análisis de la demanda, mediante las encuestas determinamos que el consumo de medicamentos se conforma de la siguiente manera: el 37% compra menos de cinco balboas mensuales, el 48%, porcentaje mayoritario, adquiere de B/.5.00 a B/.20.00, el otro 10% gasta entre B/.21.00 a B/.40.00, y el último 5% incluye a quienes compras más de B/.40 (3%) y quienes no respondieron (2%).

Figura 12. ¿En cuanto estima su consumo de medicamentos mensual?



Fuente: Elaborado en base a las encuestas

C. ANALISIS DE LA COMPETENCIA.

El estudio de la competencia es fundamental por varias razones. Por ejemplo, debemos conocer su estrategia comercial para aprovechar sus ventajas y desechar sus desventajas.

A continuación se analiza la competencia del negocio objeto de estudio.

1. Ciudad de Panamá

En la ciudad de Panamá se concentra el 25% de la población del país, lo que la convierte en una de las más importantes. Además en ella se desarrolla la mayor parte de las actividades socioeconómicas y políticas. La misma está conformada por 13 corregimientos, en uno de los cuales está ubicado el negocio para el cual se elabora la presente investigación. En el cuadro IV, se detalla la situación demográfica de dicha ciudad.

Cuadro IV. SUPERFICIE, POBLACIÓN Y DENSIDAD DE POBLACIÓN DE LA REPÚBLICA DE PANAMÁ, SEGÚN PROVINCIA Y CORREGIMIENTO. CENSO 2,000.

| Provincia, distrito y corregimiento | Superficie (Km ²) | Población | Densidad (habitantes x Km ²) | Porcentaje del total de la población. |
|-------------------------------------|-------------------------------|----------------|------------------------------------------|---------------------------------------|
| TOTAL | 75,517.0 | 2,839,177 | 37.6 | 100 |
| PROVINCIA DE PANAMÁ | 11,951.9 | 1,388,357 | 116.2 | 49 |
| Distrito de Panamá | 2,560.8 | 708,438 | 276.6 | 25 |
| <i>Ciudad de Panamá</i> | <i>106.5</i> | <i>415,964</i> | <i>3,905.8</i> | <i>15</i> |
| San Felipe | 0.5 | 6,928 | 13,856.0 | 0.2 |
| El Chorrillo | 0.4 | 22,632 | 56,580.0 | 0.8 |
| Santa Ana | 1.3 | 21,098 | 16,229.2 | 0.8 |
| Calidonia | 1.6 | 19,729 | 12,330.6 | 0.7 |
| Curundú | 1.1 | 19,019 | 17,290.0 | 0.7 |
| <i>Betania</i> | <i>8.6</i> | <i>44,409</i> | <i>5,163.8</i> | <i>1.7</i> |
| Bella Vista | 5.1 | 28,421 | 5,572.7 | 1.0 |
| Pueblo Nuevo | 5.8 | 18,161 | 3,131.2 | 0.6 |
| San Francisco | 5.6 | 35,751 | 6,384.1 | 1.3 |
| Parque Lefevre | 6.2 | 37,136 | 5,989.7 | 1.3 |
| Río Abajo | 6.3 | 28,714 | 4,557.8 | 1.0 |
| Juan Díaz | 35.6 | 88,165 | 2,476.5 | 3.1 |
| Pedregal | 28.4 | 45,801 | 1,612.7 | 1.6 |

Fuente: Panamá en Cifras. 1996-2000. Dirección de Estadística y Censo. Contraloría General de la República

En el cuadro V se presenta la información pertinente a las farmacias que existen en el país y algunos aspectos relevantes.

Cuadro V. FARMACIAS QUE ESTÁN HABILITADAS POR LICENCIA DEL DEPARTAMENTO DE FARMACIAS Y DROGAS PARA OPERAR EN EL PAÍS, SEGÚN PROVINCIA, DISTRITO Y CORREGIMIENTO.

| Provincia, distrito y corregimiento | Superficie (Km ²) | Nº de Farmacias | Farmacias por Km ² | Porcentaje del total de las farmacias |
|-------------------------------------|-------------------------------|-----------------|-------------------------------|---------------------------------------|
| REPUBLICA DE PANAMA | 75,517 | 645 | 0.008 | 100 |
| Provincia de Panamá | 11,951.9 | 390 | 0.032 | 60 |
| Distrito de Panamá | 2,560.8 | 121 | 0.047 | 19 |
| Corregimiento de Betania | 8.6 | 37 | 4.3 | 6 |

Fuente: Sección de Licencias, Departamento de Farmacias y Drogas, Ministerio de Salud.

2. Corregimiento de Betania

El corregimiento de Betania forma parte importante de la ciudad de Panamá. Como puede observarse en el cuadro IV (pág 53), tiene un total de 44,409 habitantes a razón de 5,163.8 habitantes por Km². En el encontramos diversos comercios al por mayor y al detal, tales como bancos, restaurantes,

centros de diversión, empresas manufactureras, almacenes, supermercados, y un gran número de clínicas y farmacias.

Betania cuenta con un total de 37 farmacias a la fecha, que representan el 6% del total de las farmacias existentes en el país. De ellas 36 representan la competencia de Farmacia Alba. (Ver cuadro V, pag. 53).

Entre los principales competidores del negocio podemos mencionar:

- ◆ Farmacia Risol #2
- ◆ Farmacia Mercurio, S. A.
- ◆ Farmacia del Super 99 de Betania
- ◆ Farmacia Botánica #2
- ◆ Farmacia Charton's 1
- ◆ Farmacia El Dorado
- ◆ Farmacia Brossard
- ◆ Farmacias Metro, S. A.
- ◆ Farmacia 12 horas, S. A.
- ◆ Farmacia Blankitta

- ◆ Farmacia P. S. Drugstore, S. A.
- ◆ Farmacia del Super 99 (Transistmica)
- ◆ Farmacia Mary Jane
- ◆ Farmacia Bethania
- ◆ Farmacia y Novedades el Ocaso
- ◆ Farmacia La Gloria
- ◆ Farmacia Anavari
- ◆ Farmacia Mita
- ◆ Farmacia Samir N° 4

En lo que respecta a la competencia directa del proyecto de expansión de horario, según Farmacias y Drogas existen en la país un total de 41 farmacias que laboran las 24 horas, de las cuales solo dos se encuentran ubicadas en el Corregimiento de Betania y ambas se localizan en el Centro Comercial el Dorado, muy distantes del local de Farmacia Alba (Ver Anexo N° 2).

CAPÍTULO TERCERO

ESTUDIO TÉCNICO

Un proyecto consiste en la búsqueda de una solución al planteamiento de un problema que tiende a resolver una necesidad humana. Un proyecto surge como respuesta a una idea que busca, ya sea la solución de un problema o la forma para aprovechar una oportunidad de negocio, que por lo general corresponde a la solución de un problema de terceros. [Sapag y Sapag (1997)]

Según Ricardo Ortega, en su monografía preparación y evaluación de proyectos, un proyecto de inversión es una serie de actividad independientes no rutinarias que contribuyen al logro de estrategias que se hayan formulado en la organización y que conducen al cumplimiento de la misión.

Si deseamos evaluar un proyecto de cualquier índole, puede ser para crear un nuevo negocio, ampliar instalaciones, reemplazar un equipo, lanzar un nuevo producto o ampliar el período de atención al público a veinticuatro (24) horas, como es el caso de este estudio, el mismo debe evaluarse para determinar su conveniencia, a manera de que se asegure que este resolverá una necesidad humana en forma eficiente, segura y además rentable.

El presente estudio de viabilidad técnica describe el proyecto y estudia las posibilidades materiales, físicas y legales del mismo.

A. EL PROYECTO: EXPANSIÓN DEL HORARIO DE ATENCIÓN AL PÚBLICO A 24 HORAS.

Proponer la ejecución de un proyecto implica primero, una serie de consideraciones económicas acerca de cómo instalar un bien de capital o bien proponer la prestación de un servicio y segundo que el bien de capital o la organización del servicio esté relacionado con la obtención de un resultado. Todas las consideraciones se hacen con el fin de lograr la mayor racionalidad posible. Hay que decidir por ejemplo, que técnicas utilizar, cuál es el tamaño adecuado, cual es monto a financiar y algunas otras que a continuación se analizan.

1. Descripción

Este análisis es para un proyecto de expansión, pero no de un local o de una bodega como los encontramos comúnmente, se trata de un estudio para la expansión del horario las 24 horas. La Empresa interesada en implementar esta alternativa es MIDELI, S.A. cuyo nombre comercial como lo hemos mencionado antes es **Farmacia Alba**. El negocio está ubicado en

la Entrada al camino Real de Betania, y hasta la fecha su horario es de 7:00 a.m. a 12:00 p.m.

Como la desaceleración económica en la que vive el país ha ocasionado disminuciones en los niveles de ventas de la mayor parte de los negocios del país, esta empresa busca nuevas formas para subsistir y obtener mejores rendimientos y considera que una de las posibilidades de lograrlo es extender el horario las 24 horas del día.

Lo anterior implica que el negocio seguirá usando el mismo local, la misma infraestructura y el mismo inventario. No obstante, aplicar este proyecto requiere algunas modificaciones y recursos físicos, humanos y financieros, así como aspectos organizacionales y legales que pasaremos a analizar. Pero antes consideremos los factores que son determinantes de este proyecto.

2. Determinantes del proyecto

La aplicación de un proyecto está condicionado por una serie de variables como el mercado, el aprovechamiento de la capacidad instalada, disponibilidad de insumos y materiales, recursos humanos y financieros.

a. El mercado

Al hablar del mercado debemos remontarnos al capítulo anterior, mediante el cual hemos podido determinar cuáles son las apreciaciones de los posibles usuarios del nuevo servicio a ofrecer.

Las figuras 8, 9 y 10 (pág. 47, 48 y 49) del capítulo anterior son muestra feaciente del interés de los clientes potenciales, ya que a pesar de que el porcentaje de personas que tiene percances médicos en el turno nocturno es bastante bajo, todas las personas encuestadas desean que exista una farmacia que labore las 24 horas del día, que les ayude, en un momento determinado, a suplir de las necesidades que se presenten.

El estudio del mercado nos muestra que actualmente en el corregimiento de Betania sólo existen dos farmacias que laboran 24 horas, mismas que están ubicadas en un punto equidistante a Farmacia Alba. Incluso dichos competidores directos se encuentran ubicados en el mismo Centro Comercial. Además, la mayor parte de la muestra encuestada desconoce que existen en su corregimiento farmacias con este horario. (Ver figura 9, pag. 48)

b. Aprovechamiento de la capacidad instalada

Consideramos relevante señalar que los administradores consideran que existe una capacidad ociosa, pero esta capacidad está dada no en función de espacio sino en función del horario. Este tiempo ocioso es de 7 horas diarias. Siete horas en las que se deja de vender. Por ello al aplicar este proyecto, el mismo dejará de existir y se aprovechará al máximo la capacidad que tiene la farmacia en estos momentos.

c. Otros

Existen otros factores que además de los anteriores son considerados también como determinantes del proyecto. Ellos son:

- ◆ **Insumos y Materiales.** Existe la disponibilidad de todos los productos requeridos en una farmacia para cumplir con su objetivos, de suplir lo necesario, para aportar a la salud de la comunidad. Además la empresa cuenta con buenas relaciones entre la mayoría de los distribuidores de productos farmacéuticos, los cuales están en capacidad de suplir los productos en el momento en que la farmacia los solicite.

- ◆ **Recursos Humanos:** En los momentos actuales de desaceleración encontramos que existe en el mercado el recurso humano especializado que se requiere para llevar a cabo este proyecto.

- ◆ **Recursos Financieros:** La empresa cuenta con excelente crédito bancario, por lo que cuenta con el apoyo de los bancos de la localidad para obtener el financiamiento que se requiera en la realización del proyecto.

B. RECURSOS REQUERIDOS

1. Recursos Físicos

a. Espacio Físico

Farmacia Alba está ubicada en el edificio N° 1 a la entrada del Camino Real en Betania. El local es arrendado el cual tiene aproximadamente 55 metros de área de exhibición y un depósito-oficina de 15 mts² aproximadamente, donde además de almacenar medicamentos y otros insumos se encuentra una fotocopiadora y el despacho de la regente.

El local cuenta con verjas y alarma de seguridad, aire acondicionado y todos los requerimientos exigidos por la ley para el funcionamiento de una farmacia.

En este proyecto el público no tendrá acceso directo al local, sino que se le brindará el servicio a través de una ventanilla con acceso directo al área peatonal. Como este local no cuenta con dicha ventanilla, se deben hacer los trabajos correspondientes para la habilitación del área. El monto en acondicionamiento del área física asciende a la suma aproximada de B/.700.00 el cual fue cotizado por una empresa constructora.

b. Inventario de insumos y materiales

El inventario de Farmacia Alba al 31 de diciembre de 1999 (fechas más actuales suministradas) ascendía a - la suma de B/.62,912 aproximadamente. (Ver anexo 3). No obstante en este tema podemos agregar que el negocio utiliza el sistema justo a tiempo, minimizando la inversión en inventario ya que los productos llegan en el momento exacto en que se requieren a través de los distribuidores que suplen a diario y eficientemente, las necesidades de la farmacia. Para determinar el monto por el que se requiere que aumente el inventario o costo de la mercancía vendida se utilizará el método del porcentaje en el estado de resultados.

c. Equipo

Farmacia Alba cuenta en estos momentos con los siguientes equipos:

- ◆ Máquina registradora
- ◆ Fotocopiadora
- ◆ Nevera para refresco

- ◆ Congelador para helados
- ◆ Nevera para medicamentos
- ◆ Micro hondas
- ◆ Aire acondicionado
- ◆ Máquina de escribir
- ◆ Anaqueles para exposición de productos
- ◆ Abanicos
- ◆ Escritorio y sillas.

Consideramos conveniente para desarrollar el proyecto propuesto que los empleados a contratar en el nuevo turno que sería de 11:00 p.m. a 7:00 a.m., cuenten con los implementos que le permitan ejercer sus funciones de la manera más eficiente. Brindándole las mejores condiciones para laborar. El negocio cuenta hasta la fecha con todo lo necesario, por lo que no se requiere la compra de equipo adicional.

2. Análisis del Recurso Humano requerido en el proyecto.

El recurso humano está representado por las personas que se encargan de atender la farmacia. A la fecha en la farmacia Alba se labora en dos

turnos uno de 7:00 a.m. a 4:00 p.m. y otro de 4:00 p.m. a 12:00 m.d.. Para atender al público las 24 horas se requiere tercer turno de 11:00 p.m. a 7:00 a.m.

El proyecto de expansión de horario requiere la contratación de un asistente farmacéutico que laborará en el nuevo horario y que deberá llenar los siguientes requisitos:

- ◆ Estudios universitarios (mínimo tres años)
- ◆ Experiencia mínima de dos años
- ◆ Manejo de caja
- ◆ Alto grado de responsabilidad, ordenada (o)
- ◆ Edad entre 23 y 35 años.

Además, se requerirá también de los servicios de un seguridad, se recomienda la contratación de los servicios de una agencia de seguridad, para contar con un agente que labore en horario de 11:00 p.m. a 7:00 a.m..

En base a salarios competitivos se detalla a continuación el salario bruto mensual y anual que devengarán.

Cuadro VI. COSTO DE MANO DE OBRA

| Personal | Salario Bruto Mensual | Vaca-ciones | XIII mes | Salario Bruto Anual |
|----------------------------|------------------------------|---------------------|---------------------|----------------------------|
| Asistente de Farmacia | B/. 500.00 | B/. 500.00 | B/. 500.00 | B/. 7,000.00 |
| Seguridad | B/. 400.00 | B/. 400.00 | B/. 400.00 | B/. 5,600.00 |
| Prestaciones del patrono * | B/. 117.00 | B/. 117.00 | B/. 117.00 | B/. 1,638.00 |
| Totales | B/. 1,017.00 | B/. 1,017.00 | B/. 1,017.00 | B/. 14,238.00 |

* Incluye: seguro social patronal, seguro educativo y riesgo profesional.

Fuente: Elaborado por la autora.

Obsérvese que la planilla anual alcanza un monto aproximado de B/.14,238.00. Esta incluye todas las prestaciones laborales que requiere la ley.

Para el reclutamiento y selección del (a) asistente de farmacia se recurrirá a los clasificados en los periódicos de la localidad por un periodo de una semana. Además es necesario redactar un formato de solicitud de puestos para recopilar la información. Todo lo anterior, incluyendo el costo por horas invertidas que requiere entrevistar y seleccionar a la persona más

apropiada, según las cotizaciones y proyecciones implicaría un costo aproximado más probable de B/. 500.00

3. Recursos Financieros

Este proyecto será financiado en un 90% por un banco de la localidad y el otro 10% será aportado por los propietarios del negocio. Éste préstamo implica una tasa de interés anual del 10% a cinco años.

C. ASPECTOS ORGANIZACIONES Y LEGALES

1. Aspectos Organizacionales

Para el funcionamiento del establecimiento las 24 horas el mismo cuenta con los siguientes elementos:

- ◆ Posee teléfono para fácil comunicación y un sistema eléctrico adecuado.
- ◆ Cuenta con verjas de hierro para la seguridad de la farmacia, al igual que un sistema de alarma.
- ◆ Tiene anaqueles adecuados para la colocación de los medicamentos
- ◆ El regente farmacéutico tiene su oficina
- ◆ La farmacia cuenta con vitrinas, para visibilidad de los clientes
- ◆ Cuenta con una caja registradora para marcar los precios de los medicamentos, y llevar los registros de las transacciones diarias.

- ◆ Existe un depósito para guardar las medicinas, las cuales serán controladas por una sola personas y debe tiene una refrigeradora para guardar productos *lábiles** al calor.
- ◆ Tiene servicio sanitario para las necesidades del personal.

Implementar este proyecto requiere además de:

- ◆ Habilidad de la ventanilla mediante la cual se atenderá al público después de medianoche
- ◆ Deberá colocar un letrero luminoso donde especifique: *Farmacia Alba, abierta 24 horas, con el nombre del regente farmacéutico.*

El mismo tiene un costo de B/.900.00

lábiles: Frágil, caduco, débil. Químico: dicese del compuesto fácil de transformar en otro más estable. Diccionario de la Lengua Española. Real Academia de la Lengua.

2. Aspectos Legales

a. Reglamentaciones

Todas las actividades requieren normas de reglamentación, con el objeto de regular los deberes y derechos de los participantes. Todo proyecto debe enmarcarse en un régimen legal. Dicho de otra forma debe cumplir con los mandatos y prohibiciones que le establece la sociedad.

MIDELI, S.A. (Razón Social) ó FARMACIA ALBA (Nombre comercial) fue constituida según las leyes de la República mediante escritura Pública N° 12,014 de 7 de agosto de 1985 y está inscrita en el Registro Público a la ficha 155366, rollo 16315 e imagen 0045.

Cuenta con Licencia Comercial Tipo B número 33168 concedida por resolución N° 1905 de 21 de agosto de 1987 del Ministerio de Comercio e Industrias.

Además cuenta con la licencia para operar establecimiento farmacéutico número 8-004 F/FD otorgado por Farmacias y Drogas del Ministerio de Salud.

Para efectos de la ampliación del horario a 24 horas se requiere presentar nuevamente la solicitud de licencia de operación de farmacias especificando el nuevo horario. Farmacias y Drogas exige como único requisito adicional, que la farmacia debe contar con dos regentes farmacéuticos como mínimo, cada uno con un horario de 8 horas.

Consideramos que los gastos de licencia y legales para poner en práctica el proyecto, incluyendo honorarios por tramitación, representan aproximadamente B/.100.00

b. Incentivos

Mediante el Decreto Número 501 de 22 de Mayo de 1956 se reglamenta e incentiva el funcionamiento de las farmacias de turno de la República de Panamá.

Las farmacias de turno serán nombradas para prestar este servicio por el alcalde del Distrito respectivo, de las ternas que le presente el Departamento de Salud Pública y recibirán subvención del Tesoro Nacional.

Lo anterior expresa que para que Farmacia Alba sea nombrada por el Alcalde como farmacia de turno, debe pasar por un largo proceso que en algún momento puede convertirse en asunto político. Aún cuando no fuese así la probabilidad de que sea escogida después de formar parte de una terna es de 33%. Por lo tanto para efectos de calcular la rentabilidad del proyecto, el flujo de caja se elaborará sin dicha subvención, por considerar que son mínimas las posibilidades de que la misma sea autorizada por las autoridades.

CAPÍTULO CUARTO
EVALUACIÓN FINANCIERA

La última etapa del análisis de la viabilidad financiera de un proyecto es el estudio financiero. Los objetivos de esta etapa son ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores, elaborar los cuadros analíticos y antecedentes adicionales para la evaluación del proyecto, y determinar su rentabilidad.

La sistematización de la información financiera consiste en identificar y ordenar todos los ítemes de inversiones, ingresos y costos que puedan deducirse de los estudios previos. Sin embargo, y debido a que no se ha proporcionado toda la información necesaria para la evaluación, en esta etapa deben definirse todos aquellos elementos que debe suministrar el propio estudio financiero.

Las inversiones del proyecto pueden clasificarse, según corresponda, en terrenos, obras físicas, equipamiento de fábrica y oficinas, capital de trabajo, gastos de puesta en marcha y otros. [Sapag y Sapag (1995)]

Los ingresos de operación se deducen de la información sobre la demanda proyectada. Los costos de operación se calculan por información de los estudios anteriores, sin embargo el costo de las ganancias (impuesto)

debe calcularse en esta etapa, ya que éste es consecuencia directa de los resultados de las operaciones de la empresa.

La evaluación del proyecto se realiza sobre la estimación del flujo de caja de las entradas y salidas de efectivo. El resultado de la evaluación se mide a través de distintos criterios que, más que optativos, son complementarios entre sí.

En muchas ocasiones se adopta como norma que un proyecto debe evaluarse a diez años. Sin embargo la improbabilidad de tener certeza de la ocurrencia de los acontecimientos considerados en la preparación del proyecto son cada vez más altos en la medida que el proyecto se extiende a plazos mayores de cinco años. Dado a ello este proyecto se evaluará para un período de cinco años.

A. INVERSIÓN INICIAL

En esta sección se sintetizará la información de los estudios de mercado y técnico para definir la cuantía de las inversiones de un proyecto, a fin de incorporarla en la proyección del flujo de caja para su posterior evaluación.

Las inversiones en este proyecto se realizan todas antes de la puesta en marcha del mismo. No se esperan nuevas inversiones durante los próximos cinco años.

Las inversiones efectuadas antes de la puesta en marcha de un proyecto pueden agruparse en: activos fijos, activos intangibles y capital de trabajo. Este proyecto, como se refiere sólo a la expansión de horario, no requiere inversiones en activos fijos.

Entre las inversiones en activos intangibles tenemos: gastos de organización, las patentes y licencias, los gastos de puesta en marcha, la capacitación, las bases de datos y los sistemas de información preoperativos.

Los gastos de organización incluyen todos los desembolsos que emanan de la dirección y coordinación de las obras de instalación y por el

diseño de sistemas, así como los gastos legales que implique la implementación el proyecto.

Los gastos de patentes y licencias corresponden al pago de los derechos municipales, autorizaciones notariales y licencias generales que certifiquen el funcionamiento del proyecto.

Los gastos de puesta en marcha incluyen pagos de remuneraciones, arriendos, publicidad, seguros y cualquier otro gasto que se realice antes del inicio del proyecto.

Una gran parte de los proyectos tiene en cuenta un ítem especial de imprevistos para afrontar aquellas inversiones no consideradas en el análisis, y para contrarrestar posibles contingencias.

En este proyecto además de las inversiones anteriores los dueños del negocio desean mantener un fondo de B/3,000 como fondo para capital neto de trabajo, más que nada para invertir en inventario de insumos y materiales.

En el cuadro VII se detallan los componentes de la inversión que requiere el proyecto en estudio.

Cuadro VII. INVERSION INICIAL

| INVERSIONES | CANTIDADES |
|-----------------------------------------|---------------------|
| Inversión en Activos Intangibles | |
| Gastos de Licencia | B/. 100.00 |
| Gasto de puesta en marcha | |
| Publicidad | 600.00 |
| Letrero Luminoso | 900.00 |
| Acondicionamiento del local | 700.00 |
| Contratación del Recurso Humano | 500.00 |
| Capital Neto de Trabajo | 3,000.00 |
| Imprevistos | 1,000.00 |
| TOTAL | B/. 6,800.00 |

Fuente: Elaborado por la autora.

B. FINANCIAMIENTO DE LA INVERSION INICIAL

1. Fuentes de financiamiento

Como hemos determinado en el cuadro VII, la inversión inicial para desarrollar esta alternativa es de B/. 6,800.00.

Para este proyecto la empresa cuenta con el apoyo de un banco de la localidad, el cual acuerda con ella financiar el 90% de la inversión a un plazo de cinco años y una tasa de interés de 10% anual. Este préstamo sería por un monto de B/.6,120.00. Le corresponde a la empresa financiar el 10% restante, o sea B/. 680.00. El cuadro VIII presenta una tabla de amortización para dicho préstamo.

2. Amortización del préstamo

El término amortización de préstamos se refiere a la determinación de los pagos anuales equitativos que se requieren para liquidar un préstamo y proporcione al prestamista un rendimiento por intereses específico, reembolsando el principal del préstamo en un periodo determinado. El proceso de amortización de préstamos implica calcular los pagos futuros (durante el plazo del préstamo) cuyo valor presente a la tasa de interés del préstamo equivale a la cantidad del principal inicial prestado. Los

prestamistas emplean un programa de amortización de préstamos para determinar la cantidad de pagos, así como la asignación correspondiente en cada pago al interés y al principal. [Gitman (2,000)].

La amortización de un préstamo implica el pago de una anualidad a partir de una cantidad presente. Si el valor presente de una anualidad se obtiene mediante la siguiente fórmula:

$$VPA = MDP (FIVPA_{kn}) \quad (5.1)$$

Donde:

VPA es el valor presente
 MDP es el monto del pago o anualidad
 FIVPA_{kn} es el factor de interés de valor presente de una anualidad a k tasa de interés y n periodos. Este valor se encuentra en la tabla financiera de valor presente de anualidades.

Entonces para determinar el monto del pago o anualidad se despeja la fórmula como sigue:

$$MDP = \frac{VPA}{(FIVPA_{kn})} \quad (5.2)$$

Sustituyendo tenemos que

$$\text{MDP} = \frac{6,120.00}{3.791} = 1,614.35$$

El préstamo será cancelado mediante cuatro pagos anuales de B/1,614.35 y un último por B/1,614.90, tal como se detalla en el cuadro VIII.

Cuadro VIII. AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO BANCARIO

| Año | Préstamo | MDP | Interés | Abono a capital | Saldo |
|-----|----------|----------|---------|-----------------|----------|
| 1 | 6,120.00 | 1,614.35 | 612.00 | 1,002.35 | 5,117.65 |
| 2 | 5,117.65 | 1,614.35 | 511.77 | 1,102.59 | 4,015.06 |
| 3 | 4,015.06 | 1,614.35 | 401.51 | 1,212.84 | 2,802.22 |
| 4 | 2,802.22 | 1,614.35 | 280.22 | 1,334.13 | 1,468.09 |
| 5 | 1,468.09 | 1,614.90 | 146.81 | 1,468.09 | 0.00 |

Fuente: Elaborado por la autora

C. PRONÓSTICOS FINANCIEROS

1. Estimación de ingresos

En el anexo 4 encontramos los estados de resultados de Farmacia Alba correspondientes a los años 1996-1999. Los mismos se han utilizado como base para proyectar los ingresos del presente estudio.

Los valores detallados a continuación se han basado en el promedio de ingresos por ventas de los años 1999 y 1998. Dicho promedio se utilizó para aproximar las ventas promedio diarias y posteriormente el **promedio de ventas por hora**. Éste último servirá de base para estimar los ingresos que generará la extensión del horario a 24 horas. Los siguientes cálculos muestran como se determinaron dichos promedios.

Los ingresos por ventas para los años 1999 y 1998 fueron de B/.810,069 y B/.649,314 respectivamente, el promedio correspondientes a los mismos alcanza un valor de B/.729,691 al dividirlos entre 365 (la farmacia labora todos los días del año, incluyendo los domingos y feriados) da como resultado un promedio diario de B/.1,999. Las ventas por hora se determinan dividiendo entre 24 , éstas representan la suma de B/.83.00.

Se preguntarán: ¿pero que tiene que ver el promedio de ventas por hora con los ingresos que generará el proyecto?.

En el capítulo anterior, se especificó que uno de los determinantes del proyecto era aprovechar la capacidad ociosa del negocio. En farmacia Alba ésta comprende un período de siete (7) horas diarias en las que el negocio deja de generar ventas.

Si la empresa decide laborar todo el día, se están aportando 7 horas diarias más que contribuirán a incrementar los ingresos.

No obstante, también hay que considerar que el nivel de ventas generado en un horario de 12:00 m.n. a 7:00 a.m. no puede ser igual al del resto del día. Esta limitante ha sido considerada para efectos de las correspondientes proyecciones, ya que se trabajará bajo el supuesto de que la contribución marginal será de 40%. Además se espera un crecimiento del 20% anual, basado en la inversión en promoción y publicidad.

El 40% de B/.83.00 es B/. 33.60. Este valor constituye el ingreso aproximado por hora que recibirá Farmacia Alba, durante el primer año, adicional a sus ventas regulares, si decide extender el horario a 24 horas. Al multiplicar este valor por las 7 horas que serán aprovechadas, conlleva a que

diariamente se obtengan B/.235.20. Expresado en otros términos el ingreso marginal del primer año de aplicación de esta inversión será de B/.85,848.

En el cuadro IX se detallan los ingresos esperados con la implantación de esta alternativa.

Cuadro IX. ESTIMACIÓN DE INGRESOS

| Años | Ingresos por ventas. |
|-------------|-----------------------------|
| 1 | B/. 85,848 |
| 2 | B/. 103,017 |
| 3 | B/. 123,684 |
| 4 | B/. 148,421 |
| 5 | B/. 178,105 |

Fuente: Elaborado por la autora

2. Estimación de gastos

Para el cálculo de los gastos generados con esta inversión se utiliza el método del porcentaje. Una vez pronosticados los ingresos, los gastos se expresan en términos de porcentajes tomando como base el año 1999. (Ver anexo 3). Sin embargo, existe un gasto que será la excepción a regla, y este es Publicidad y Propaganda. Para que este proyecto alcance las utilidades

proyectadas se requiere fuertes inversiones en publicidad y propaganda con el objeto de que la comunidad conozca las nuevas ventajas que le ofrece Farmacia Alba y se apresten a aprovecharlas, con la consecuente generación de ventas en el nuevo horario. Consideramos relevante invertir aproximadamente un 3% de las ventas netas en este rubro.

El gasto de salarios (recursos humanos) asciende a la suma de B/.14,238 anuales como lo muestra el cuadro VI (pág.68). Se ha proyectado mantener los salarios para los próximos cinco años, período en el que se analizará este proyecto,

El cuadro VII (pág. 93) presenta una tabla de amortización para el préstamo bancario en el cual se pretende incurrir. El valor del préstamo es por B/.6120.00 a un tasa de 10% anual a cinco años. El costo financiero anual representa la suma de B/. 1,614.35 durante los primeros cuatros años y de B/. 1,614.90 en quinto año.

En el cuadro X se presenta el estados de resultados proyectado.

Cuadro X. ESTADO DE RESULTADOS PROFORMA (En balboas)

| | % | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|------------------------------------------------|-----|---------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Ingresos por ventas | | B/. 85,848.00 | B/. 103,017.00 | B/. 123,684.00 | B/. 148,421.00 | B/. 178,105.00 |
| Dev. y Desc. En Ventas (10%) | | 8,584.80 | 10,301.70 | 12,368.40 | 14,842.10 | 17,810.50 |
| Ventas Netas | 100 | B/. 77,263.20 | B/. 92,715.30 | B/. 111,315.60 | B/. 33,578.90 | B/. 160,294.50 |
| Costo de la Mercancía Vendida | 77 | 59,492.66 | 71,390.78 | 85,713.01 | 102,855.75 | 123,426.77 |
| Utilidad Bruta | | 17,770.54 | 21,324.52 | 25,602.59 | 30,723.15 | 36,867.74 |
| Menos gastos de operación | | | | | | |
| Salarios y Prestaciones laborales | | 14,238.00 | 14,238.00 | 14,238.00 | 14,238.00 | 14,238.00 |
| Anuncio y Propaganda | 3 | 2317.90 | 2781.46 | 3339.47 | 4007.37 | 4808.84 |
| Legales y Notariales (renovación de licencias) | 0.2 | 131.35 | 157.62 | 189.24 | 227.08 | 272.50 |
| Aseo | 0.4 | 278.15 | 333.78 | 400.74 | 480.88 | 577.06 |
| Luz y Teléfono | 1 | 772.63 | 927.15 | 1113.16 | 1335.79 | 1602.95 |
| Papelería y útiles | 0.6 | 471.31 | 565.56 | 679.03 | 814.83 | 977.80 |
| Seguros | 1 | 23.18 | 27.81 | 33.39 | 40.07 | 48.09 |
| Comisiones de tarjeta de crédito | 0.7 | 54.08 | 64.90 | 77.92 | 93.51 | 112.21 |
| Misceláneos | 0.3 | 193.16 | 231.79 | 278.29 | 333.95 | 400.74 |
| Total de Gastos | | 18479.75 | 19328.07 | 20349.23 | 21571.48 | 23038.17 |
| Utilidad de operación | | -709.21 | 1,996.45 | 5,253.36 | 9,151.67 | 13,829.57 |
| Menos gastos financieros | | 612.00 | 511.77 | 401.51 | 280.22 | 146.81 |
| Utilidad antes de impuestos | | -1,321.21 | 1,484.68 | 4,851.85 | 8,871.45 | 13,682.76 |
| Menos impuesto | | | 296.94 | 970.37 | 1774.29 | 2736.55 |
| Utilidad Neta | | B/. -1,321.21 | B/. 1,187.74 | B/. 3,881.48 | B/. 7,097.16 | B/. 10,946.21 |

Fuente: Elaborado por la autora

3. Flujo de Caja Proyectado

La proyección del flujo de caja constituye uno de los elementos más importantes del estudio de un proyecto, ya que la evaluación del mismo se efectuará sobre los resultados que en ella se determinen. La información básica para realizar esta proyección está contenida en los estudios de mercado, técnico y organizacional, así como en el cálculo de la inversión inicial, las estimaciones de ingresos y egresos, presentados con anterioridad.

La forma de construir un flujo de caja difiere si es para la creación de un producto nuevo o si es para reemplazo de alguno que ya esté en funcionamiento. El presente es para la implantación de un servicio totalmente nuevo por lo que los datos analizados hasta ahora y los presentados en el flujo de caja solo se refieren a los ingresos y gastos generados por la nueva inversión.

El cuadro XI presenta el flujo de caja proyectado para la expansión del horario las 24 del día en Farmacias Alba.

Cuadro XI. FLUJO DE CAJA PROYECTADO

| | Años | | | | | |
|-------------------------------|--------------|---------------|---------------|----------------|----------------|----------------|
| | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Ingresos | | | | | | |
| Ingresos por Ventas Netas | | B/. 77,263.20 | B/. 92,715.30 | B/. 111,315.60 | B/. 133,578.90 | B/. 160,294.50 |
| Préstamo | B/. 6,120.00 | | | | | |
| Aporte del Inversionistas | 680.00 | | | | | |
| Total de Ingresos | B/. 6,800.00 | B/. 77,263.20 | B/. 92,715.30 | B/. 111,315.60 | B/. 133,578.90 | B/. 160,294.50 |
| Egresos | | | | | | |
| Inversión Inicial | 6,800.00 | | | | | |
| Costo de la Mercancía Vendida | | 59,492.66 | 71,390.78 | 85,713.01 | 102,855.75 | 123,426.77 |
| Gastos operacionales | | 18,479.75 | 19,328.07 | 20,349.23 | 21,571.48 | 23,038.17 |
| Gastos financieros | | 612.00 | 511.77 | 401.51 | 280.22 | 146.81 |
| Impuestos | | | 296.94 | 970.37 | 1,774.29 | 2,736.55 |
| Amortización de la Deuda | | 1,002.35 | 1,102.59 | 1,212.84 | 1,334.13 | 1,468.19 |
| Total de Egresos | B/. 6,800.00 | B/. 79,586.76 | B/. 92,630.15 | B/. 108,646.96 | B/. 127,815.87 | B/. 150,816.49 |
| Flujo de Caja | | B/. -2,323.56 | B/. 85.15 | B/. 2,668.64 | B/. 5,763.03 | B/. 9,478.02 |

Fuente: Elaborado por la autora

D. ANÁLISIS DE LA RENTABILIDAD

Todo lo que se ha detallado con anterioridad posibilitará evaluar el proyecto. Dicha evaluación comparará los beneficios proyectados asociados a la decisión de inversión con su correspondiente flujo de desembolsos proyectados.

El análisis de los flujos generados por una alternativa de inversión se realiza con el objetivo de clasificarlas o para evaluar si son aceptables. Existen diversas técnicas para llevar a cabo dichos análisis. Los métodos preferidos integran los procedimientos de valor de dinero en el tiempo,

1. Período de Recuperación.

Los periodos de recuperación se usan para evaluar las inversiones propuestas, consisten en el tiempo exacto que requiere la empresa para recuperar su inversión inicial y se calcula a partir de las entradas de efectivo.

El periodo de recuperación de la expansión del horario las 24 horas en Farmacia Alba se calcula a continuación. Como este proyecto genera una corriente mixta de flujos de efectivo, el cálculo de su periodo de recuperación no es sencillo. Veamos:

Cuadro XII. RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

Inversión Inicial B/6,800.00

| Flujo de efectivo | | |
|--------------------------|--------------|-----------------------------|
| Año | Flujo | Inversión recuperada |
| 1 | -2,323.56 | 0 |
| 2 | 85.15 | 85.15 |
| 3 | 2,668.64 | 2,753.79 |
| 4 | 5,763.03 | 8,516.82 |
| 5 | 9,478.02 | |

Fuente: Elaborado por la autora

En el primer año no se recupera parte de la inversión puesto que el flujo es negativo, en el segundo la recuperación es de 85.15, el tercer año se recuperará B/2,753.79 de los 6,800 invertidos inicialmente. Al finalizar el cuarto año se recuperarán B/ 8,516.82, puesto la cantidad recibida al cuarto año es mayor que la inversión inicial, el periodo de recuperación se encuentra entre el tercer y cuarto año. De este último año solo el 70.21% (B/4,046.21) es necesario para completar la recuperación de la inversión inicial de B/6,800.00. El periodo de recuperación de este proyecto es por

tanto, de 3.70 años aproximadamente. (3 años más el 70 por ciento del cuarto año).

2. Valor Actual Neto

El valor actual neto (VAN) considera de manera explícita el valor del dinero en el tiempo. Esta técnica descuenta los flujos de efectivo a una tasa específica. Esta tasa (conocida como tasa de descuento, rendimiento requerido, costo de capital o costo de oportunidad) se refiere al rendimiento mínimo que es necesario obtener de un proyecto para que el valor en el mercado de la empresa permanezca sin cambios. Para este análisis esta tasa será de 10%.

El valor actual neto como indica la ecuación: 4.3, se calcula restando la inversión inicial de un proyecto del valor presente de sus entradas de efectivo, descontadas a una tasa igual al costo de capital del negocio. Dicho cálculo puede efectuarse matemáticamente, con la ayuda de las tablas financieras o mediante la ayuda de una calculadora financiera.

La fórmula matemática es la siguiente:

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{FE_t}{(1+k)^t} - \Pi \quad (4.3)$$

En donde:

FE son los flujos de efectivos

II es la inversión inicial

t es el tiempo de duración del proyecto

k es el costo de capital

Mediante el uso de las tablas financieras también se puede obtener el valor actual neto. Para ello se debe determinar primero el valor actual o presente de los flujos proyectados, restarlos de la inversión inicial y el resultado sería el valor actual neto del proyecto.

En el cuadro XIII se determina el valor actual neto del presente proyecto. Como puede observarse el resultado es un valor positivo de B/. 2,984.36. Según el criterio de decisión del valor actual neto deberá aceptar el proyecto si el valor es mayor a cero (0), por lo cual este proyecto se considera aceptable.

Cuadro XIII. VALOR ACTUAL NETO

| Año | Entradas de efectivo (1) | Factor de interés del valor presente, FIVP (2) | Valor Presente [(1) x (2)] (3) |
|------------|---------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------|
| 1 | - 2,323.56 | .909 | -2112.12 |
| 2 | 85.15 | .826 | 70.33 |
| 3 | 2,668.64 | .751 | 2,004.15 |
| 4 | 5,763.03 | .683 | 3,936.15 |
| 5 | 9,478.02 | .621 | 5,885.85 |
| | Valor presente de las entradas de efectivo | | 9,784.36 |
| | Menos: Inversión inicial | | 6,800.00 |
| | Valor actual neto VAN) | | 2,984.36 |

Fuente: Elaborado por la autora

3. Tasa Interna de Retorno

La tasa interna de retorno (TIR) es más difícil de calcular a mano que el VAN, no obstante, ésta es la técnica compleja de preparación de presupuesto de capital más utilizada. La misma es la tasa de descuento que equipara el valor presente de las entradas de efectivo con la inversión inicial de un proyecto. Con esta tasa el valor actual neto de la inversión es igual a B/0.

Matemáticamente la TIR se calcula resolviendo la ecuación 4.3 para conocer el valor de k que ocasiona que el VPN sea igual a B/0.

$$B/0 = \sum_{t=1}^n \frac{FE_t}{(1 + TIR)^t} - II \quad (4.4)$$

La tasa interna para el proyecto de expansión las 24 horas al día en Farmacia Alba de Betania es de 18.11%. Según el criterio de decisión de esta medida, como la tasa interna de retorno resulta mayor que el costo de capital el proyecto es aceptable.

CONCLUSIONES

Una vez finalizada la presente evaluación financiera se ha llegado a las siguientes conclusiones:

- ◆ El auge industrial y tecnológico obliga al profesional de la farmacia a alternar el éxito profesional con el comercial. Esto conlleva a que las farmacias actualmente ofrezcan un servicio variado de mercancía, que en algunas ocasiones no se relacionan con la actividad propia de ellas.
- ◆ Farmacia Alba es una sociedad anónima dedicada principalmente a la venta de productos farmacéuticos. La oferta disponible para sus clientes, comprende además de medicamentos, otros productos tales como: comestibles, cosméticos, útiles escolares, revistas, juguetes, tarjetería y fotocopias. Los precios de estos productos son establecidos en función al precio de venta de las distribuidoras, al cual se le agrega el margen de ganancia para cada producto y se establece el precio de venta. En lo que respecta a promoción y publicidad, esta empresa al igual que todas las de su ramo invierte muy poco dinero en este campo.
- ◆ Según el análisis de las encuestas el mayor porcentaje de los usuarios de los servicios farmacéuticos son mujeres que oscilan entre los 25 y los 45

años de edad, los cuales en su mayoría no residen en el corregimiento de Betania, pero si laboran en él.

- ◆ Se ha determinado que el cien por ciento (100%) de los encuestados están interesados en contar con una farmacia que labore las 24 horas del día.
- ◆ En la ciudad de Panamá existen 121 farmacias de las cuales 37 se encuentran ubicadas en corregimiento de Betania. De ellas solo dos (2) laboran las 24 horas del día. Pero como es muy poco lo que se invierte en promoción y publicidad la mayoría de los consumidores de productos farmacéuticos desconocen de la existencia de estas dos farmacias 24 horas.
- ◆ Para poder implementar el proyecto se debe solicitar nuevamente la licencia para operar establecimientos farmacéuticos, donde se debe especificar el nuevo horario. Además de ello la Ley requiere que para el funcionamiento de una farmacia las 24 horas debe existir en la farmacia, como mínimo dos regentes, cada uno con un horario de 8 horas.
- ◆ El Decreto N° 501 de 22 de mayo de 1956, reglamenta e incentiva las farmacias de turno. No obstante estas farmacias de turno serán

nombradas por el Alcalde del Distrito, entre las ternas que le presente el Departamento de Salud Pública y recibirán subvención del Tesoro Nacional. Se concluye además que Farmacia Alba tiene una probabilidad del 33% de hacerse acreedora a este nombramiento y por ende a la subvención que otorga el estado, y esto solo si logra que se escoja la terna y se envíe a la Alcaldía.

- ◆ Farmacia Alba no requiere inversión en equipo, pero es necesario reclutar como mínimo un asistente de farmacia o un regente farmacéutico y personal de seguridad.
- ◆ Para obtener los fondos de la inversión inicial la empresa deberá aportar el 10%, y el restante 90% se obtendrá mediante un préstamo de un banco de la localidad a una tasa del 10% durante cinco años.
- ◆ Las ventas en horario de 12:00.m.n. a 7:00 a.m. no alcanzarán los mismos niveles que el resto del día, por ello se proyectó una contribución marginal del 40%, además se espera que para los siguientes 4 años las ventas aumenten en un 20% gracias a la inversión en publicidad y propaganda que debe hacerse todos los años.

- ◆ Para la estimación de egresos se utilizó el método del porcentaje. No obstante el rubro de más peso lo representan los gastos en salarios, seguidos de anuncios y propaganda
- ◆ El flujo de caja proyectado refleja que durante el primer año se obtendrá un flujo negativo, sin embargo, para los siguientes cuatro años el mismo será positivo e irá en aumento.
- ◆ Este proyecto se recuperará en 3.70 años. El valor actual neto de los flujos descontados a una tasa de 10% es de B/.2,984.36, lo cual cumple con el criterio de aceptación de esta medida financiera que es de mayor o igual a cero. La tasa interna de retorno de 18.11, 8 puntos por encima del costo de capital que es de 10%.

RECOMENDACIONES

A partir de las conclusiones se recomienda:

- ◆ Que este proyecto se desarrolle, ya que esta evaluación demuestra que el mismo es rentable.
- ◆ Incentivar al mercado potencial mediante la inversión en publicidad y propaganda, para dar a conocer el nuevo horario.
- ◆ Efectuar los trámites correspondientes para optar por la subvención que ofrece el estado a las farmacias de turno
- ◆ Solicitar el financiamiento de este proyecto a un banco de la localidad.
- ◆ Procurar la adquisición de un sistema de inventario computarizado, controlado mediante la máquina registradora que le permita tener un mejor control del manejo de los insumos y materiales, para complementar al sistema justo a tiempo utilizado por la empresa.
- ◆ Iniciar los procedimientos para reclutar el personal requerido para este proyecto.
- ◆ Realizar los trámites para obtener la nueva licencia.

BIBLIOGRAFÍA

LIBROS

- BACA URBIÑA, G.** 1990. **Evaluación de proyectos.** 3ª ed. McGraw Hill, México, 339 págs.
- CANADA, J.R., SULLIVAN, W.G. y WHITE, J.A.** 1997. **Análisis de Inversión de Capital para Ingeniería y Administración.** 2ª ed. Prentice Hall Hispanoamericana, México, 566 págs.
- EMERY, D.R., FINNERTY, J.D. Y STOWE, J.D.** 2000. **Fundamentos de Administración Financiera.** 1ª ed. Prentice Hall, México, 783 págs.
- HERNANDEZ SAMPIERI, R. Y FERNÁNDEZ COLLADO, C.** 1991. **Metodología de la investigación.** 1ª ed. McGraw Hill, México, 505 págs.
- GITMAN, L.J.** 2,000. **Administración financiera.** 8ª ed. Prentice Hall, México, 593 págs.
- GUAJARDO CANTÚ, G.** 1995. **Contabilidad Financiera.** 2ª ed. McGraw Hill, México, 619 págs.
- HERRERA O., M. A. y GARCIA DE PAREDES DE CORREA, Y.** 1999. **La aventura metodológica práctica.** 1ª ed. Editorial Destellos, Panamá, 273 págs.
- KOONTZ, H. Y WEIHRICH, H.** 1994. **Administración una Perspectiva Global.** 5ª ed. McGraw Hill, México, 745 págs.
- KOTLER, P. y ARMSTRONG, G.** 1994. **Fundamentos de Mercadotecnia.** 3ª ed. México, 732 págs.
- MESSOTI, D.J., ALVAREZ, V.A. y GRAFFI, H.R.** 1994. **Selección de inversiones. Introducción a la teoría de cartera.** 1ª ed. Ediciones Machi, Argentina, 550 págs.
- MORENO FERNÁNDEZ, J. A.** 1992. **Las finanzas en la empresa.** 4ª ed. McGraw Hill, México, 509 págs.

- PAZ DIAZ, N. O.** 1999. **Contabilidad general.** 2ª ed. McGraw Hill, México, 266 págs.
- PÉREZ, J.F. F. VEIGA, C.** 1997. **Estrategia y políticas financiera.** 1ª ed. Esic Editorial, Madrid, España, 412 págs.
- RACHMAN, D. J. Y MESCOM, M.H.** 1991 **Introducción a los Negocios.** 6ª ed. McGraw Hill, Colombia, 283 págs.
- SAPAG CHAIN, N y SAPAG CHAIN, R.** 1995. **Preparación y evaluación de proyectos.** 3ª ed. McGraw Hill, Colombia, 404 págs.
- VAN HORNE, J.C.** 1997. **Administración financiera.** 10ª ed. Prentice Hall, México, 858 págs.
- WELSH, G.A., HILTON, R.W. y GORDON, P.N.** 1990. **Presupuestos. Planificación y control de utilidades.** 5ª ed. Prentice Hall, México, 697 págs.
- WESTON, J.F.** 1994. **Fundamentos de administración financiera.** 10ª ed. McGraw Hill, México, 1148 págs.

DICCIONARIOS

- BERNAL, Y.** 1981. **Diccionario económico y financiero.** 3ª ed. Editorial Pendule, S.A., Madrid, España, 300 págs.
- DICCIONARIO SOPENA,** 1997. Editorial Ramón Sopena, España, 928 págs.
- DICCIONARIO DE LA LENGUA ESPAÑOLA.** Real Academia Española de la Lengua.

ENTREVISTAS

- MONTERO, M.** Propietaria de Farmacias Alba, Septiembre de 2001
- CERRUD, M.** Encarga de la Sección de Licencias, Departamento de Farmacias y Drogas. Ministerio de Salud. 7 de diciembre de 2001

MONOGRAFÍAS

- ORTEGA, R.** 1998. **Formulación y evaluación de proyectos.** Panamá, 91 págs.
- VALDÉS, E.** 1996. **Estructuras financieras y organizacional de la fábrica de calzado Sandalias Patio, S. A.** Panamá, 37 págs.

FOLLETOS

- CENTRO DE INVESTIGACIÓN.** 2001. **Actualidad Económica.** Año 3, Número 1, Facultad de Economía, Universidad de Panamá. 15 págs.
- ASOCIACIÓN BANCARIA DE PANAMÁ.** 2001. **Centro Financiero.** Julio – Agosto. 44 págs.
- DIRECCIÓN DE ESTADÍSTICA Y CENSO.** 1996-2000. **Panamá en Cifras.** Contraloría General de la República.

ANEXOS

ANEXO N° 1

ENCUESTA DE OPINIÓN

UNIVERSIDAD DE PANAMÁ
VICERRECTORÍA DE INVESTIGACIÓN Y POSTGRADO
PROGRAMA DE MAESTRIA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Esta encuesta tiene por objeto conocer las expectativas de los clientes de Farmacia Alba sobre los servicios brindados y la extensión del horario de atención a 24 horas al día.

Marque con una X en la casilla la (s) respuesta (s) que mejor indique (n) cuál es su opinión con respecto a lo que se le pregunta.

1. Sexo F M
2. Edad Menor de 25 Entre 25 y 45 Mayor de 45
3. Ingreso Familiar Menor de 500 De 501 a 1,000 Mayor de 1,000
4. ¿Labora usted en el Corregimiento de Betania? Si No
5. ¿Vive usted en el Corregimiento de Betania? Si No
6. ¿Ha tenido urgencias médicas después de medianoche? Si No
7. ¿En su comunidad existe alguna farmacia que labore las 24 horas Si No
8. ¿Desearía usted una farmacia que labore las 24 horas al día en su comunidad? Si No
9. ¿Con qué frecuencia compra medicamentos?
 Semanalmente Quincenalmente Mensualmente Esporádicamente
10. ¿En cuanto estima usted su consumo de medicamentos mensualmente?
 Menor de B/5.00 De B/5.00 a B/20.00 De B/21 a B/40.00 Más de B/40.00
11. ¿Visita usted las farmacias para comprar productos que no sean medicamentos? Si No
12. ¿Cuál de los siguientes servicios utiliza usted de una farmacia?
 Comestibles Cosméticos Regalos Cuidado personal
 Juguetería Revistas Artículos escolares Fotocopias

Muchas gracias por su tiempo

ANEXO N° 2

**LISTADO DE FARMACIAS QUE LABORAN LAS 24
HORAS EN TODO EL PAÍS**

**FUENTE: DIRECCIÓN DE FARMACIAS Y DROGAS
DEL MINISTERIO DE SALUD**

Alfonso

| Nombre Establecimiento | Ubicación o Dirección | Nº Teléfono |
|----------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|
| FARMACIA PANAMERICANA | CALLE SANTA RITA # 2829, BARRIO COLON, LA CHORRERA, PROVINCIA DE PANAMA | 253-7747 |
| FARMACIA REY MILLA 8 | DENTRO DEL SUPERMERCADO REY MILLA 8, PLAZA MIS PROVINCIAS, AVENIDA BOYD ROOSEVELT, PROVINCIA DE PANAMA | |
| FARMACIA AMERICA | CLINICA HOSPITAL AMERICA, VIA ESPAÑA Y CALLE JORGE ZARAK | 229-2221 |
| FARMACIA REY CALLE 7 | AVE. CENTRAL Y CALLE 7 COLON, DENTRO DEL SAM EL REY, PROVINCIA DE COLON | 441-7975 |
| FARMACIA EXPRESS | AVE SIMON BOLIVAR O TRANSISTMICA, EDIFICIO EL FUERTE, DISTRITO DE SAN MIGUELITO, PROV DE PANAMA (A partir del 13/08/2001) | |
| FARMACIA JENNIFER # 5 | AVE. 4 EST, BAJADA DEL HOSPITAL JOSÉ DOMINGO OBALDIA, DIST DE DAVID, PROV DE CHIRIQUÍ | 775-3313 |
| FARMACIA REY CALLE 50 | DENTRO DEL SUPER MERCADO REY DE CALLE 50 Y CALLE 76, PROVINCIA DE PANAMA | 270-7700 |
| FARMACIA MILANI | AVE JUSTO AROSEMENA Y CALLE 33, EDIFICIO KALENSKERIS, PROVINCIA DE PANAMA | 225-065 |
| Complejo Hospitalario Metropolitano "Dr. Arnulfo Arias Madrid" | CORREGIMIENTO DE BELLA VISTA, AVENIDA SIMÓN BOLÍVAR, PROVINCIA DE PANAMÁ | 264-2975 |
| Complejo Hospitalario Metropolitano "Dr. Arnulfo Arias Madrid" | CORREGIMIENTO DE BELLA VISTA, VIA TRANSISTMICA, PROVINCIA DE PANAMA | 264-0235 |
| FARMACIA DEL SUPERMERCADO ROMERO SAN MATEO | Edif. Centro Comercial San Mateo, Via Miguel A. Brones, entre Ave. Segunda y Terceza Oeste, Barrio San Mateo, David, Chiriquí | 775-2131 |
| FARMACIA YAVIC # 2 | AVENIDA CUBA CON CALLE 38 Y 39, PLANTA BAJA DEL HOSPITAL NACIONAL, PROVINCIA DE PANAMA | |
| FARMACIA SAN FERNANDO | VIA ESPAÑA, URBANIZACIÓN LA LOMA, N° 2080, ANEXO SUR CLINICA SAN FERNANDO, PUEBLO NUEVO, PANAMA | 261-6945 |
| FARMACIA DEL SUPER 99 (PLAZA TOCUMEN) | DENTRO DEL SUPER 99, BARRIADA LOS ROBLES, PLAZA TOCUMEN, CORREGIMIENTO DE JUAN DIAZ, PROVINCIA DE PANAMA | |
| FARMACIA MEDICAMENTOS DE CHIRIQUÍ | AVENIDA 3ª OESTE Y CALLE CENTRAL, DISTRITO DE DAVID, PROVINCIA DE CHIRIQUÍ | |
| BOTICA EL JAVILLO, S.A. (FARMACIA) | VIA ESPAÑA, URBANIZACIÓN LA LOMA, CORREGIMIENTO DE PUEBLO NUEVO, PROVINCIA DE PANAMA | 229-6745/647 |
| FARMACIA DE LA POLICLINICA MANUEL M' VALDÉS | CALLE DE CIRCUNVALACIÓN, CORREGIMIENTO JOSÉ DOMÍNGO ESPINAR, SAN MIGUELITO, PROVINCIA DE PANAMA | 267-1717 |
| FARMACIA DE LA POLICLINICA MANUEL M' VALDÉS | CALLE DE CIRCUNVALACIÓN, CORREGIMIENTO JOSÉ DOMÍNGO ESPINAR, SAN MIGUELITO, PROVINCIA DE PANAMA | 267-1717 |
| FARMACIA MAE LEWIS | VIA INTERAMERICANA, BARRIO SAN MATEO, CALLE B SUR, DAVID, PROVINCIA DE CHIRIQUÍ | 775-2228 |
| Farmacia Del Complejo Hospitalario Dr. Manuel Amador Guerrero | CALLE 11, PASEO GORGAS, CORREGIMIENTO BARRIO SUR, PROVINCIA DE COLÓN | 441-5076 |
| Farmacia Del Complejo Hospitalario Dr. Manuel Amador Guerrero | CORREGIMIENTO BARRIO SUR, DISTRITO DE COLON, PROVINCIA DE COLÓN | 441-5076 |
| Farmacia Del Complejo Hospitalario Dr. Manuel Amador Guerrero | CORREGIMIENTO BARRIO SUR, DISTRITO DE COLON, PROVINCIA DE COLÓN | 441-5076 |
| FARMACIA ARROCHA # 5 (MEDIC, S.A.) | VIA ESPAÑA Y CALLE AQUILINO DE LA GUARDIA, CORREGIMIENTO DE BELLA VISTA, PROVINCIA DE PANAMA | 269-3987 |
| FARMACIA REY CORONADO | DENTRO DEL SUPER MERCADO REY DE CORONADO, VIA INTERAMERICANA, PANAMA | |
| FARMACIA DEL HOSPITAL SAN MIGUEL ARCANGEL | AVE RICARDO J ALFARO (TUMBA MUERTO) PLANTA BAJA, SAN MIGUELITO, PANAMA | 230-2831 |
| FARMACIA REY CHANIS | CENTRO COMERCIAL AGORA N° 2, DENTRO DEL SUPERMERCADO REY CHANIS, PANAMA | 233-9280 |
| FARMACIA REY DORADO | SUPERCENTRO EL DORADO, DENTRO DEL SUPERMERCADO REY DORADO, PANAMA | 260-6047 |
| FARMACIA REY SABANITAS | DENTRO DEL SUPER REY DE SABANITAS, COLÓN | 442-0922 |
| FARMACIA REY VILLA LUCRE | CENTRO COMERCIAL VILLA LUCRE, DENTRO DEL SUPERMERCADO REY VILLA LUCRE, PANAMA | 277-7719 |
| FARMACIA DEL SUPER 99 (EL DORADO) | VIA RICARDO J ALFARO, CENTRO COMERCIAL EL DORADO, PANAMA | 221-2022 |
| FARMACIA REY 12 DE OCTUBRE | VIA 12 DE OCTUBRE, DENTRO DEL SUPERMERCADO REY 12 DE OCTUBRE | 261-4147 |
| FARMACIA REY VIA ESPAÑA | DENTRO DEL SUPERMERCADO REY VIA ESPAÑA, CALLE GERARDO ORTEGA, PANAMA | 223-1243 |
| FARMACIA DE LA POLICLINICA DR. JUAN VEGA MENDEZ | AVE GIL PONCE, FINAL DE LA A.V., DIST DE SAN CARLOS, PROV DE PANAMA | 240-8395 |
| FARMACIA REY LA CHORRERA | AVENIDA BOLIVAR Y CALLE ESTUDIANTE, DENTRO DEL SUPERMERCADO REY LA CHORRERA, PROVINCIA DE PANAMA | 254-1766 |
| FARHOSPITALARIA, S.A. | C H SAN FERNANDO, VIA ESPAÑA, LAS SABANAS, CORREGIMIENTO DE PUEBLO NUEVO, PROVINCIA DE PANAMA | 229-4469 |
| FARMACIA YAVIC # 2 | AVENIDA CUBA CON CALLE 38 Y 39, PLANTA BAJA DEL HOSPITAL NACIONAL, PROVINCIA DE PANAMA | |
| FARMACIA POLICLINICA J J VALLARINO Z | JUAN DIAZ, PROVINCIA DE PANAMA | 266-1018 |

| Nomb_ Establecimiento | Ubicación o Dirección | N° Teléfono |
|------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|-------------|
| FARMACIA ELYSIN N° 4 | VIA INTERAMERICANA, CENTRO COMERCIAL GALERIAS, SANTIAGO, PROV DE VERAGUAS | 958-5002 |
| FARMACIA DEL HOSPITAL DR. RAFAEL ESTEVEZ | AVENIDA ALEJANDRO TAPIA, AGUADULCE, PROVINCIA DE COCLÉ | 997-2379 |
| FARMACIA REY DE VISTA ALEGRE | DENTRO DEL SUPERMERCADO DE VISTA ALEGRE, ARRAJAN, PANAMÁ | 251-8523 |
| FARMACIA REY BRISAS DEL GOLF | CALLE PRINCIPAL BARRIADA BRISAS DEL GOLF DENTRO DEL SUPER EL REY | |

ANEXO N° 3

**BALANCE GENERAL DE MIDEI, S.A
(FARMACIA ALBA)
AÑOS 1996-1999**

MIDELI, S.A.
BALANCE GENERAL
AL 31 DE DICIEMBRE DE 1999

| ACTIVO | 1999 | 1998 | 1997 | 1996 |
|-------------------------------------|----------------|----------------|---------------|----------------|
| Activos Circulantes | | | | |
| Banco | -6734 | -10876 | 372 | 54 |
| Caja Chica | -827 | 0 | -85 | 342 |
| Fondo de Cambio | 600 | 600 | 600 | 600 |
| Tesoro Nacional I.T.B.M. | 0 | 63 | 0 | 0 |
| Imp. S/renta estimado | 0 | 769 | 1000 | 1152 |
| Cuentas por cobrar Dis.t Milk | 67638 | 43120 | 1766 | 4994 |
| Cuentas por cheques devuelt | 417 | 66 | 0 | 0 |
| Cuentas por varios | 1209 | 1247 | 0 | 0 |
| Inventario de mercancia | 62912 | 45734 | 63349 | 107103 |
| suscripción de acciones | 0 | 0 | | 10000 |
| Cuentas por cobrar VISA | 176 | 0 | | |
| Total de Activos circulantes | 125391 | 80723 | 67002 | 124245 |
| Activos fijos | | | | |
| Mobiliario y Equipo | 32,030 | 29,435 | 29085 | 27623 |
| Dep. Acum. De Mob. Y Equip | -25941 | -24,338 | -23597 | -22087 |
| Mejoras | 0 | | 184 | |
| Total Neto de Activo Fijo | 6,089 | 5,097 | 5,672 | 5,536 |
| Otros activos | | | | |
| Fondo de cesantía | 3648 | 3648 | 1675 | |
| C. por C. Accionistas | 55133 | 42298 | 19323 | |
| Imp. Complementario | 625 | 557 | 510 | |
| C. por C. Varias | | | | 417 |
| Total de Otros Activos | 59406 | 46503 | 21508 | 417 |
| Total de Activos | 190,886 | 132,323 | 94,182 | 130,198 |
| PASIVOS | | | | |
| Pasivo circulante | | | | |
| Seguro Social por pagar | 1443 | 1556 | 984 | 1209 |
| Ret. De empleados por pagar | 0 | 0 | 146 | 392 |
| Nómina por pagar | 0 | 865 | 0 | 135 |
| C. por pagar proveedores | 137699 | 105445 | 86755 | 72379 |
| Préstamo por pagar banco | 13886 | 8286 | 2700 | 9100 |
| Comprobantes por pagar | 195 | 0 | | 0 |
| Tesoro Nacional I.T.B.M. | -518 | 0 | -109 | -65 |
| C. por Pagar Farmacia Alba | 0 | 0 | 0 | 24 |
| Imp. Sobre /renta por pagar | 83 | 0 | 0 | 4543 |
| Honorarios por pagar | 0 | 140 | 140 | 0 |
| cuenta por pagar otros | 0 | 18 | 26 | 0 |
| Efectos por pagar | 528 | 528 | 528 | |
| Total de Pasivo Circulante | 153316 | 116838 | 91170 | 87717 |
| Otros pasivos | | | | |
| Préstamo por pagar largo plaz | 28830 | 10000 | 1900 | 0 |
| Provisión indem y prima | 3648 | 3648 | 1675 | 0 |
| C. por pagar accionistas | 0 | 0 | 0 | 40168 |
| Total de otros pasivos | 32478 | 13647 | 3575 | 40168 |
| Total de pasivos | 185794 | 130485 | 94745 | 127885 |
| Capital | | | | |
| Capital social | 20000 | 20000 | 20000 | 10000 |
| Superávit o deficit acumulado | -18163 | -21137 | -14788 | -18287 |
| Utilidad o pérdida corriente | 3255 | 2975 | -5775 | 10600 |
| Total de Capital | 5092 | 1838 | -563 | 2313 |
| Total de Pasivo y Capital | 190886 | 132323 | 94182 | 130198 |

ANEXO N° 4

**ESTADO DE RESULTADOS DE MIDELI, S.A
(FARMACIA ALBA)
AÑOS 1996-1999**

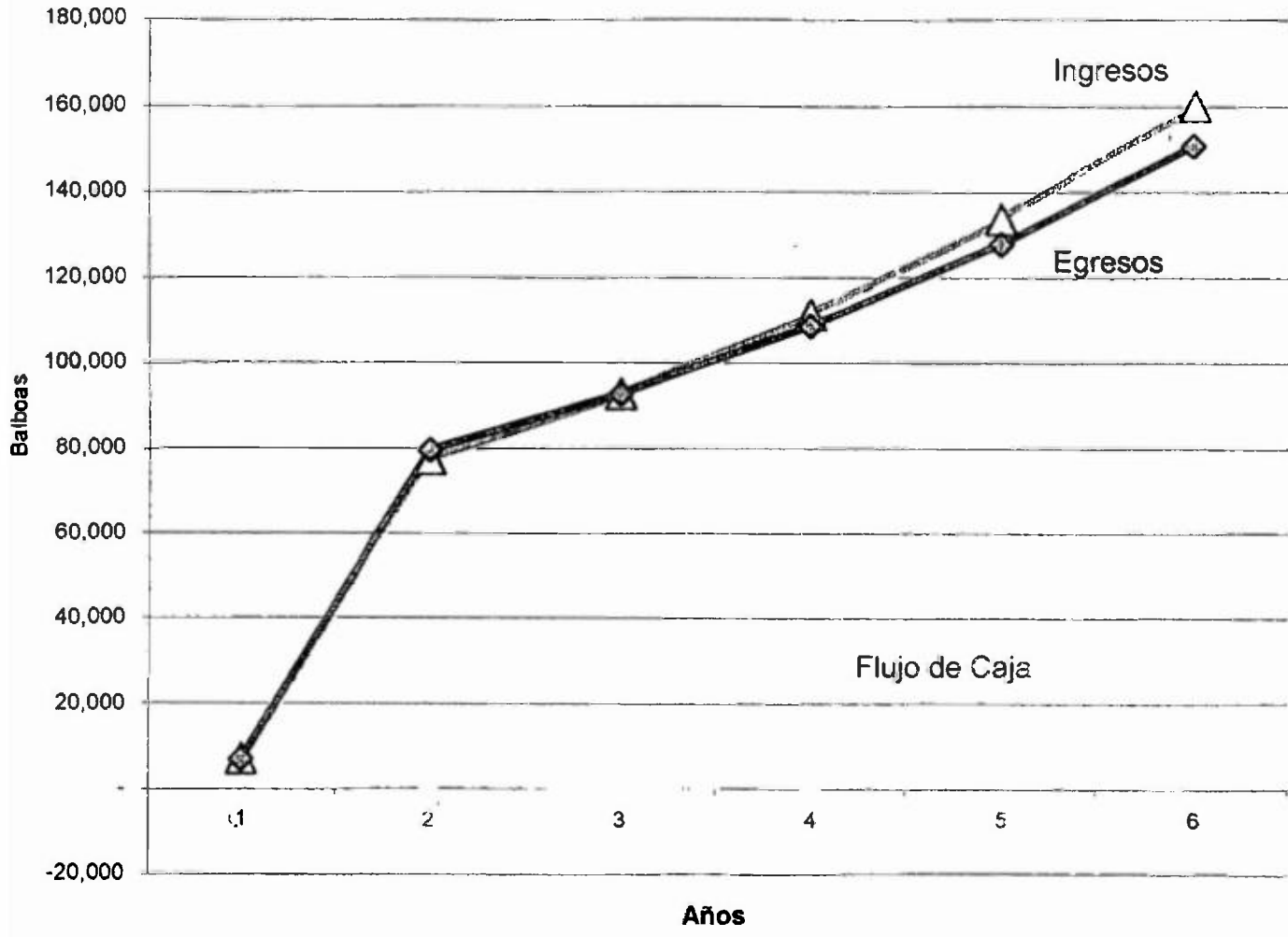
MIDELI, S.A.
RESUMEN DE GANANCIAS Y PERDIDAS
DOCE MESES DE 1996 A 1999

| | 1999 % | | 1998 % | | 1997 % | |
|-----------------------------|---------------|-------|---------------|-------|---------------|-------|
| INGRESOS | | | | | | |
| Venta de Mercancía | 810468 | | 649314 | | 447625 | |
| Dev y desc en ventas | 180069 | | 93987 | | 31647 | |
| Ventas netas | <u>630399</u> | | <u>555327</u> | | <u>415978</u> | |
| Costo de la merc vendida | <u>488860</u> | 77.55 | <u>436791</u> | 78.65 | <u>334340</u> | 78.6 |
| Utilidad bruta | 141539 | 22.45 | 118536 | 21.35 | 81638 | 19.6 |
| sobrantes de caja | 1270 | | 1315 | | 846 | |
| Ingresos varios | 0 | | 170 | | 903 | |
| Desc. a jubilados | <u>0</u> | | <u>0</u> | | <u>0</u> | |
| Total de ingresos | 142809 | | 120021 | | 83387 | |
| Gastos de operación | | | | | | |
| Salarios | 50582 | 35.42 | 47885 | 39.9 | 34810 | 41.75 |
| Vacaciones | | | 1141 | 0.95 | 1016 | 1.22 |
| Bonificaciones | 160 | 0.11 | 190 | 0.16 | 297 | 0.36 |
| XIII | 4004 | 2.8 | 3976 | 3.31 | 2773 | 3.33 |
| Indemnización | | | 1181 | 0.98 | 0 | |
| Seguros soc. educ. patronal | 6202 | 4.34 | 6387 | 5.32 | 4687 | 5.62 |
| Riesgos profesionales | 496 | 0.35 | 481 | 0.4 | 397 | 0.48 |
| Fondo de cesantía | 1012 | 0.71 | 750 | 0.62 | 1289 | 1.55 |
| Servicios profesional | 21219 | 14.86 | 19855 | 16.54 | 10585 | 12.69 |
| Representaciones | | | 200 | 0.17 | 9100 | 10.91 |
| Movil y transporte | 1792 | 1.25 | 3941 | 3.28 | 2282 | 2.74 |
| Rep mant. Equipo rodante | 3075 | 2.15 | 11414 | 1.18 | 461 | 0.55 |
| Rep mant. Equipo de oficina | 7058 | 4.94 | 1835 | 1.53 | 1225 | 1.47 |
| Alquiler antonia Taus | 6088 | 4.26 | 12076 | 10.06 | 8704 | 10.44 |
| Tasa Unica | 150 | 0.11 | 150 | 0.12 | 150 | 0.18 |
| Cuotas y suscripciones | 0 | | 40 | 0.03 | | |
| Impuesto municipal | 1711 | 1.2 | 1859 | 1.55 | 1435 | 1.72 |
| Impuesto de timbre | 705 | 0.49 | 612 | 0.51 | 488 | 0.58 |
| legales y notas | 249 | 0.17 | 117 | 0.1 | 10 | 0.01 |
| Aseo y fumigación | 512 | 0.36 | 468 | 0.39 | 277 | 0.33 |
| Utiles de aseo | 20 | 0.01 | 186 | 0.15 | 45 | 0.05 |
| Dep de equipo de oficina | 1522 | 1.7 | 1002 | 0.83 | 597 | 0.72 |
| Auditoría - contabilidad | | | 1000 | 0.83 | 1800 | 2.16 |

ANEXO N° 5

FLUJO DE CAJA PROYECTADO

Flujo de caja proyectado



Legend: Total de entradas (triangle), Total de Egresos (circle), Flujo de Caja (square)

Fuente: elaborado por la autora en base a las encuestas

ANEXO N° 6

**SOLICITUD DE LICENCIAS DE OPERACIÓN
DE FARMACIAS**



REPUBLICA DE PANAMA
MINISTERIO DE SALUD
DEPARTAMENTO DE FARMACIA Y DROGAS
SECCION DE LICENCIAS

SOLICITUD DE LICENCIAS DE OPERACIÓN DE FARMACIAS

DATOS DEL REPRESENTANTE LEGAL O PROPIETARIO

| | | | |
|-------------------|--------------------------|---------------------|------------------------------------------------------|
| Nombre | _____ | Cédula N° | _____ |
| Lugar residencial | _____ | | |
| Propietario | <input type="checkbox"/> | Representante legal | <input type="checkbox"/> (MARQUE LO QUE CORRESPONDA) |
| Profesión: | _____ | | |

II DATOS DEL ESTABLECIMIENTO FARMACEUTICO

| | | | |
|------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------|---------------------------|
| Nombre del Establecimiento: | _____ | | |
| Dirección | _____ | | |
| | <i>(Indique el siguiente orden, Calle o Avenida, Barrio, Corregimiento, Distrito, Provincia)</i> | | |
| Número de teléfono: | _____ | Fax | _____ |
| Actividad que realizará la Farmacia: | Venta y Dispensación de productos farmacéuticos: | | |
| | <i>(MARQUE CON (X) LO QUE CORRESPONDA)</i> | | |
| Medicamentos en general | <input type="checkbox"/> | Medicamentos sujetos a control | <input type="checkbox"/> |
| Medicamentos de refrigeración | <input type="checkbox"/> | | |
| Horario de operación: | | | |
| Lunes a Viernes de | ____ (a.m., m.d., pm, mn) | a | ____ (a.m., m.d., pm, mn) |
| Sábados de | ____ (a.m., m.d., pm, mn) | a | ____ (a.m., m.d., pm, mn) |
| Domingos de | ____ (a.m., m.d., pm, mn) | a | ____ (a.m., m.d., pm, mn) |
| Días feriados de | ____ (a.m., m.d., pm, mn) | a | ____ (a.m., m.d., pm, mn) |
| Lunes a Domingo y Días feriados 24 horas | <input type="checkbox"/> | | |

Debe encerrar en un círculo el periodo del día que corresponde la hora indicada. p.e (a.m., p.m o m.n.)

III DATOS DEL REGENTE FARMACEUTICO

| | | | |
|---------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|-----------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Nombre del regente farmacéutico | _____ | Registro N° | _____ |
| Cédula N° | _____ | Dirección residencial | _____ |
| | | | <i>(Indique el siguiente orden, Calle o Avenida, Barrio, Corregimiento, Distrito, Provincia)</i> |
| Número de teléfono: | _____ | Fax | _____ |
| Horario de regencia y atención farmacéutica | | | |
| Lunes a Viernes de | ____ (a.m., m.d., pm, mn) | a | ____ (a.m., m.d., pm, mn) |
| Sábados | ____ (a.m., m.d., pm, mn) | a | ____ (a.m., m.d., pm, mn) |
| Domingos | ____ (a.m., m.d., pm, mn) | a | ____ (a.m., m.d., pm, mn) |
| Días feriados | ____ (a.m., m.d., pm, mn) | a | ____ (a.m., m.d., pm, mn) |
| Trabaja en otro empleo publico o privado | SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> | | |
| Si su respuesta es SI indique su horario de trabajo (días y horas) | _____ | | |

Debe encerrar en un círculo el periodo del día que corresponde la hora indicada. p.e (a.m., p.m o m.n.)

IV DATOS DEL REGENTE DEL FARMACEUTICO DE TURNO

| | | | |
|---------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|-----------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Nombre del regente farmacéutico | _____ | Registro N° | _____ |
| Cédula N° | _____ | Dirección residencial | _____ |
| | | | <i>(Indique el siguiente orden, Calle o Avenida, Barrio, Corregimiento, Distrito, Provincia)</i> |
| Número de teléfono: | _____ | Fax | _____ |
| Horario de regencia y atención farmacéutica: | | | |
| Lunes a Viernes de | ____ (a.m., m.d., p.m, m.n) | a | ____ (a.m., m.d., p.m, m.n) |
| Sábados de | ____ (a.m., m.d., p.m, m.n) | a | ____ (a.m., m.d., p.m, m.n) |
| Domingos de | ____ (a.m., m.d., p.m, m.n) | a | ____ (a.m., m.d., p.m, m.n) |
| Días feriados de | ____ (a.m., m.d., p.m, m.n) | a | ____ (a.m., m.d., p.m, m.n) |
| Trabaja en otro empleo público o privado | SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> | | |
| Si su respuesta es SI indique su horario de trabajo (días y horas) | _____ | | |

Debe encerrar en un círculo el periodo del día que corresponde la hora indicada. p.e (a.m., p.m o m.n.)

ANEXO N° 7

DECRETO NÚMERO 501

**Por el cual se reglamento el funcionamiento de las farmacias de
turno de la República de Panamá**

DECRETO NUMERO 501

(de 22 de Mayo de 1956)

Por el cual se reglamenta el funcionamiento de las farmacias de turno de la República de Panamá.

REPUBLICA DE PANAMA
MINISTERIO DE TRABAJO PREVISION SOCIAL Y SALUD PUBLICA

DECRETO NUMERO 501

(de 22 de Mayo de 1956)

Por el cual se aprueba un reglamento del Depto. de Salud Pública del Ministerio de Trabajo, Previsión Social y Salud Pública.

EL PRESIDENTE DE LA REPUBLICA

en uso de sus facultades legales y en especial de las que le confiere el artículo 234, Capítulo Segundo y en especial del Código Sanitario.

DECRETA:

Artículo único: Apruébase en todas sus partes el siguiente reglamento, expedido por el Departamento de Salud Pública del Ministerio de Trabajo Previsión Social y Salud Pública, por el cual se toman medidas para el servicio obligatorio de las farmacias de turno en la República.

REGLAMENTO PARA EL FUNCIONAMIENTO DE LAS FARMACIAS DE TURNO EN LA REPUBLICA DE PANAMA

Artículo 1º Las farmacias de turno serán nombradas para prestar este servicio por el alcalde del Distrito respectivo, de las ternas que le presente el Departamento de Salud Pública y recibirán subvención del Tesoro Nacional.

Artículo 2º Las farmacias que sean nombradas para hacer el servicio nocturno se someterán estrictamente al presente reglamento.

a) Mantendrán un farmacéutico graduado y debidamente registrado en la Secretaría del Consejo Técnico de Salud Pública, durante todas las horas de servicio, inclusive domingo y días feriados.

b) Ostentarán un letrero afuera que diga "FARMACIA DE TURNO" y una tablilla o rótulo con el nombre del farmacéutico que atiende el servicio. Además, debarán anunciar su turno en la prensa local, por lo menos una vez al mes.

c) Mantendrán en existencia, de manera indispensable, el petitorio de medicinas que señale la Dirección de Farmacia, Drogas y Alimentos.

d) No es obligatorio mantener abierta la farmacia toda la noche, pero si deberán tener un timbre de llamadas y una ventanilla para el despacho. Asimismo, no es obligatorio para las farmacias de turno atender el despacho de artículos de tocador, o perfumería, ni prestar primeros auxilios;

e) Ninguna farmacia que no está debidamente autorizada para el servicio de turno podrá permanecer abierta después de las 10.00 p.m. Las que deseen permanecer abierta después de las diez de la noche, se someterán a las disposiciones de este reglamento y necesitarán para ello un permiso especial de la Dirección de Farmacia, Drogas y Alimentos.

Artículo 3º El servicio de las Farmacias de turno será supervigiladas por la Dirección de Farmacia, Drogas y Alimentos del Ministerio de Trabajo, Previsión Social y Salud Pública de acuerdo con este Reglamento y lo que establece el Decreto Ejecutivo número 1302 de 1952.

Artículo 4º La dirección de Farmacia, Drogas y Alimentos llevarán un registro de las inspecciones efectuadas en cada una de las farmacias de turno y mantendrán informado al Alcalde del Distrito respectivo sobre las anomalías y deficiencias que hallare en el servicio.

Artículo 5º Los inspectores de Farmacia solicitarán la cooperación de la Guardia Nacional, si ello es necesario, para el mejor cumplimiento de su cometido oficial.

Expedido por conducto de la Dirección de Farmacia, Drogas y Alimentos, de conformidad con lo que establece el Artículo 85. ordinal 4º del Código Sanitario y el Artículo 4º del Decreto Ejecutivo Nº 1302 de 1952.

Lic. Domingo H. Turner

Consejero Legal del Ministerio de Trabajo, P. Social y S. Pública.

Lic. Gilberto E. Morales
Director