



Fundación Universitaria  
**SAN MATEO**

INGENIERÍA INDUSTRIAL



Fundación Universitaria  
**SAN MATEO**

**FACULTAD DE INGENIERÍA**

**INGENIERIA INDUSTRIAL**

**DETERMINACION DE LA PREFACTIBILIDAD PARA REALIZAR UNA  
DISTRIBUCIÓN DE MEDICAMENTOS A DOMICILIO EN LA CIUDAD DE BOGOTÁ  
APOYANDOSE DE UNA APLICACIÓN MOVIL.  
TRABAJO DE GRADO MODALIDAD DE OPCIÓN DE GRADO**

**EDWIN GARCÍA DELGADO**

**JHONATAN NARANJO MALDONADO**

**DIRECTOR (A)**

**ANA JULIA ACEVEDO**

**BOGOTA.D.C.**

**2020**

## **NOTA DE SALVEDAD DE RESPONSABILIDAD INSTITUCIONAL**

*“La Fundación Universitaria San Mateo NO se hace responsable de los conceptos emitidos en el presente documento, el departamento de investigaciones velará por el rigor metodológico de la investigación”.*

# CONTENIDO

## INTRODUCCIÓN

### CAPITULO I

#### DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

PRESENTACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN .....	16
JUSTIFICACIÓN .....	17
OBJETIVO GENERAL .....	18
OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	18

### CAPITULO II

#### MARCO TEÓRICO

ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN .....	
BASES TEÓRICAS O FUNDAMENTOS CONCEPTUALES .....	
BASES LEGALES DE LA INVESTIGACIÓN .....	

### CAPITULO III

#### DISEÑO METODOLÓGICO

TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	
POBLACIÓN.....	

TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS .....

### **CAPITULO III**

#### **RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN**

RESULTADOS DEL OBJETIVO ESPECIFICO NO. 1 .....	40
RESULTADOS DEL OBJETIVO ESPECIFICO NO. 2 .....	65
RESULTADOS DEL OBJETIVO ESPECIFICO NO. 3 .....	76

### **CAPÍTULO V.**

#### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **BIBLIOGRAFÍA**

ADECUACIÓN DE ESTILO .....	
<i>Referencias parentéticas</i> .....	
RECOMENDACIONES GENERALES SOBRE EL MANEJO DE LA BIBLIOGRAFÍA .....	
CITAS DE REFERENCIA O CITA CONTEXTUAL.....	

#### **ANEXOS**

## **DEDICATORIA**

*A nuestras familias que son el motor de nuestra vida, nos motiva a ser mejores y no rendirnos nunca.*

*A Dios que siempre está con nosotros, cuidándonos e iluminando nuestras vidas*

*A el equipo de docentes que nos acompañaron en este proyecto, directora de ingeniería Industrial, Maritza Jaimes Plata.*

## **AGRADECIMIENTOS**

Gracias a Dios por permitirnos continuar con este proyecto de estudio, durante este corto trayecto que llevamos de nuestra carrera profesional nos ha permitido seguir avanzando, no rendirnos y mejorar continuamente nuestras vidas.

A los profesores de la Fundación Universitaria San mateo que nos apoyaron continuamente, para desarrollar este proyecto, con sus observaciones y correcciones pertinentes.

Mil gracias.

## ABREVIATURAS

DOFA

A = AMENAZAS

D = DEBILIDADES

F = FORTALEZAS

O = OPORTUNIDADES

TIC= TECNOLOGIAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN



## RESUMEN

En Bogotá las droguerías independientes y pymes se ven afectadas por las grandes plataformas de cadenas independientes como cruz verde, Farmatodo, la rebaja, la economía, Colsubsidio, en la venta de medicamentos y otros productos populares, ya que constan de plataformas para sus domicilios, teniendo así un mejor contacto con el cliente por lo tanto trabajamos en el desarrollo de una distribución apoyado en las TICs, llamado DROGUI, resumido en una aplicativo y se realiza para dar un mayor impacto a las droguerías independientes, una actualización y entrada al mundo de la tecnología de la información, gracias a DROGUI, que les permitirá la distribución de medicamentos más fácil y contactar con clientes finales, nuevos y antiguos de manera llamativa, con ofertas y promociones de manera digital, gastando menos recursos y aprovechando al máximo la conectividad de la actualidad.

Desarrollar una cadena de servicios para apoyar a las droguerías independientes resulta ser muy llamativo para apoyar en la distribución de medicamentos y fomentar la venta, generando un mejor relacionamiento con el cliente, se realiza una investigación de cifras y de aspectos a considerar, para prestar el mejor servicio en la ciudad de Bogotá, en donde se decide zonificar para trabajar en los estratos 3,4,5 y 6, dirigido a todas las personas que tengan conexión a internet y sean mayores de edad, se ofrecen ofertas, y negociaciones con los proveedores para pautar por medio de separatas, sus productos y generar una rentabilidad mayor a nuestro servicio, el servicio será más rápido y entre más droguerías afiliadas, se cuenta con mejor distribución y podría tenerse el inventario más grande de Bogotá y las respuesta mas rápida, al estar ubicados los afiliados, en gran

parte de la capital y población a impactar, después de realizados los costeos, resulta ser muy rentable, en la parte de obtención de recursos financieros para subsistir como servicio.

**PALABRAS CLAVE:**

**Drogueria independiente**

**Farmacia**

**Medicamentos**

**Distribución**

**Servicio**

**Digitalización – DROGUI**

## ABSTRACT

In Bogotá, independent drug stores and SMEs are affected by the large platforms of independent chains such as Cruz Verde, Farmatodo, the discount, the economy, Colsubsidio, in the sale of medicines and other popular products, since they consist of platforms for their homes, thus having a better contact with the client, therefore we work on the development of a distribution supported by ICTs, called DROGUI, summarized in an application and is carried out to give a greater impact to independent drugstores, an update and entry into the world of information technology, thanks to DROGUI, which will allow them to distribute medicines easier and to contact end customers, new and old in a striking way, with offers and promotions digitally, spending fewer resources and making the most of the connectivity of the actuality.

Developing a chain of services to support independent drugstores turns out to be very striking to support the distribution of medicines and promote sales, generating a better relationship with the client, an investigation of figures and aspects to consider is carried out, to provide the best service in the city of Bogotá, where it is decided to zoning to work in strata 3,4,5 and 6, aimed at all people who have an internet connection and are of legal age, offers are offered, and negotiations with Providers to advertise their products through reprints and generate a higher profitability for our service, the service will be faster and the more affiliated drugstores, there is a better distribution and the largest inventory in Bogotá and the quickest response could be had, Since the affiliates are located in a large part of the capital and population to be impacted, after the costs are made, it turns out to be very profitable, in the part of obtaining provision of financial resources to subsist as a service.

**KEY WORDS:**

**Independent drugstore**

**Pharmacy**

**Medicines**

**Distribution**

**Service**

**Digitization - DROGUI**

## INTRODUCCIÓN

“En medio del bajo consumo y los resultados regulares para los comerciantes, las droguerías pasan por un buen momento y están en crecimiento mientras que las grandes superficies y hasta las tiendas ‘pasan las duras y las maduras’.

Así lo evidencia un estudio de Nielsen, al comparar la evolución de las ventas en todos los canales a lo largo del último año, con corte a agosto.

Se estima que en el país hay unas 20.000 droguerías de las cuales 2.500 hacen parte de las cadenas, lo que hace que sean más cercanas al consumidor y estén en capacidad de responder a las expectativas de conveniencia que hoy reclama., teniendo en cuenta esto, las cadenas de droguerías están creciendo y siendo más competitivas, por lo que muchas veces opacan a las droguerías independientes con descuentos y promociones espontáneos, los cuales funcionan muy bien ya que los colombianos nos vemos más atraídos por la confianza y la economía; si sigue esta evolución de las cadenas, y se ha visto la afección por parte de muchos droguistas que solicitan mejores precios a sus distribuidores, nos damos cuenta que este sector puede estar en futuro potencial peligro, así mismo como están haciendo los almacenes D1 y Justo& Bueno, que muchas personas ven la malicia de apoderarse de una gran tajada del mercado, colocando puntos de venta en muchos lugares estratégicos de la ciudad, y haciendo que disminuya la venta de las tiendas de barrio, hacer que estén en crisis por sus precios incomparables, y tengan mas riesgo de quebrar, después de esto cuando esos almacenes o cadenas tengan el dominio de la gran parte del mercado, es cuando vienen las alzas de precios, por parte de las cadenas, y empiezan a controlar el mercado, e otras palabras “comienzan a hacer lo que se les da la gana”, un monopolio donde la competencia es mínima y abarcan a todo el mercado, es como una cadena alimenticia, donde el más astuto sobrevive y no necesariamente el más grande”.(periodico portafolio, n.d.-a)

De hecho, el mismo estudio hace un análisis desde el 2010 y evidencia cómo ha aumentado en un 31% el universo de estos establecimientos, porcentaje significativo frente a otros países.

Cuando se pregunta ¿qué busca cuando va a la droguería?, la cercanía es un factor relevante. Sigue, el domicilio rápido y la confianza. En las cadenas y el canal tradicional, la cercanía también es lo más importante. Después están precios bajos y variedad.” Estamos en un mercado exigente donde el primero en llegar al cliente, es quien “se lo gana”, donde hay pocos clientes fieles ya que cualquiera es infiel con quien encuentre mejor precio, o mejor servicio, la competencia es dura, ya que en este segmento de mercado no hay descuentos tan grandes y los negocios de volumen son poco vistos, solo lo que denominan algunos empapados en el área, como numérica o distribución, por lo que hay que ser constantes si se quiere tener un resultado favorable e innovar para dar un plus diferente de la competencia, identificar que se le puede dar al cliente para elegirnos, porque en este tipo de distribución todos tienen los mismo productos y casi que los mismos precios. (periodico portafolio, n.d.-b)

En Colombia el sector farmacéutico tiene un gran potencial y amplio espectro de crecimiento debido al deficiente sistema de salud que integramos, por lo cual, las farmacias vienen siendo el centro de atención más rápido para cualquier molestia de mediana urgencia para algunas personas, que las prefieren que el dirigirse a urgencias del centro médico más cercano, para ayudar a esta gestión y para coloca en competencia a las droguerías que están siendo opacadas por las ideas innovadoras y servicios nuevos que arroja la digitalización del mercado, plataformas con gran capital financiero, conocimiento y dedicación masiva, sobrepasan y en algún momento van a terminar por poner difícil la situación a las farmacias o droguerías independientes, por lo que se presenta una problemática actual y que va creciendo con el tiempo para los droguistas independientes, y se busca la forma en que no monopolice el mercado las grandes superficies y prestarles un servicio más óptimo a los colombianos, empezando por la ciudad de Bogotá, que es

una de las ciudades con mas densidad poblacional en Colombia, por lo que se busca la forma de ayudar a que sean muy competitivos en el mercado las demás droguerías con este tipos de estrategias de mercadeo, como ofertas promociones, visualizaciones, pautas en redes sociales entre otros, la forma monetaria de recaudar la inversión y posteriormente utilidad, es el cobro a los independientes por el uso de la plataforma el cual los primeros 3 meses, será gratuito y a los proveedores, que realicen participaciones de las pautas publicitarias a realizar, para la visualización de la aplicación en todos los sectores seleccionados inicialmente para Bogotá e ir ampliando paulatinamente conforme los resultados para el total de la capital, inicialmente, se generará la programación la cual tardará con todo y pruebas alrededor de 3 meses, realizada con tres ingenieros de programación de software, y los dos inversionistas principales, realizaran el contacto comercial, para venderles la idea a las droguerías independientes y a los proveedores de estas droguerías y laboratorios directamente, ya que uno de los "vendedores" está muy empapado en ese nicho de mercado, su acercamiento a los proveedores es más sencillo y sus relaciones laborales son estrechas.

# CAPITULO I

## DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

### **Presentación del problema de investigación**

Las grandes superficies, aplicaciones y cadenas comercializadoras de todo tipo de productos están monopolizando el mercado, y también a causa de la digitalización, se evidencia que esta situación afecta a los comerciantes, ya que están quedando por fuera del mercado (Morales, 2019), como en el caso de los productos de la cadena Justo & Bueno, o D1, que están realizando la estrategia de vender a muy bajo precio productos de la canasta familiar, maquilándolos en una marca propia con fabricantes independientes, lo que les genera costos más bajos en producción y así poder ofrecer un litro de leche a \$ 1700 cuando en el mercado promedio esta entre \$2800 y \$3200 las leches de marca y así con muchos más productos de la canasta familiar y golosinas.

No son los únicos que están realizando este tipo de estrategias en las que dejan fuera del mercado a los independientes o negocios Pymes, ya que no tienen como competir con estas cifras, esto mismo está ocurriendo en el sector farmacéutico y en la industria de los medicamentos, algo similar, en que las grandes cadenas con su gran capital, realizan innovaciones, grandes negociaciones y precios que jamás va a tener una droguería independiente, por lo que los deja fuera del mercado, primero por el nivel de mercadotecnia y reconocimiento que pueden generar con gran rapidez, y segundo por sus precios muy bajos y de rápido acceso, por lo que es un gran problema para el futuro de los comerciantes minoristas en el país.

Se estima que en el país hay unas 20.000 droguerías de las cuales 2.500 hacen parte de las cadenas, lo que hace que sean más cercanas al consumidor y estén en capacidad de responder a las



expectativas de conveniencia que hoy reclama.”, teniendo en cuenta esto, las cadenas de droguerías están creciendo y siendo más competitivas, por lo que muchas veces opacan a las droguerías independientes con descuentos y promociones espontáneos, los cuales funcionan muy bien ya que los colombianos nos vemos más atraídos por la confianza y la economía; si sigue esta evolución de las cadenas, y se ha visto la afección por parte de muchos droguistas que solicitan mejores precios a sus distribuidores, nos damos cuenta que este sector puede estar en futuro potencial peligro.

## **Justificación**

Las droguerías independientes se han visto afectadas en el mercado por la llegada de nuevas plataformas y nuevas formas de prestar el servicio de farmacia, como en el caso de las grandes cadenas cruz verde, la rebaja, la economía entre otras, que tienen una ventaja importante, ya que tienen el conocimiento, y el pulmón financiero para llevar a cabo la gestión de venta a más personas, haciendo llegar los productos ofrecidos con una distribución amplia en domicilios, con una renovación de pensamiento y también gracias a la aplicación de las tecnologías de la información y la comunicación, la forma de evidenciar el porqué, es exitoso realizar esta implementación, son los casos de Rappi, Domicilios.com, Uber eats, Amazon y demás otras plataformas que se dedican a intermediar la venta con el consumidor final.

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

- Desarrollar una cadena de servicios llamada DROGUI para apoyar a las droguerías independientes a realizar su distribución y fomentar la venta, generando un mejor relacionamiento con el cliente final mediante el uso de las tecnologías de la información y comunicación.

### **Objetivos Específicos**

1. Realizar el estudio de mercado identificando proveedores de distribución de medicamentos y determinar la zona de clientes potenciales para las droguerías independientes, y los procesos de servicio del cliente

2. realizar la descripción de la empresa los valores agregados y beneficios, junto a las tecnologías que lo soportarán, y el plan de mercadotecnia.

3. Calcular los costos inversión y posibles utilidades, para el desarrollo del servicio, administrando de manera óptima los recursos, realizando una planeación financiera inicial para invertir y cumpliendo los aspectos legales.

## **CAPITULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

## **1. Farmacia-droguería**

La Farmacia-Droguería es el establecimiento farmacéutico dedicado a la elaboración de preparaciones magistrales y a la venta al detal de medicamentos alopáticos, homeopáticos, fitoterapéuticos, dispositivos médicos, suplementos dietarios, cosméticos, productos de tocador, higiénicos y productos que no produzcan contaminación o pongan en riesgo la salud de los usuarios. Deberán cumplir con las disposiciones establecidas en los Decretos 2200 de 2005 y 2330 de 2006, el presente Manual y la resolución que lo adopta y las demás normas que los modifiquen, adicionen o sustituyan, respecto a las condiciones esenciales para los procesos de preparaciones magistrales, recepción y almacenamiento, embalaje, distribución física, transporte y dispensación de medicamentos y dispositivos médicos, así como a los procedimientos de inyectología y de monitoreo de glicemia con equipo por punción. No podrán elaborar mezclas de nutrición parenteral y de medicamentos oncológicos; preparaciones estériles; adecuación y ajuste de concentraciones de dosis de medicamentos oncológicos y demás medicamentos para cumplir con las dosis prescritas o radiofármacos.

Este establecimiento farmacéutico puede vender al detal los productos y realizar los procedimientos que se señalan a continuación:

### a) Productos

1. Medicamentos. Los medicamentos alopáticos, homeopáticos, fitoterapéuticos incluidas las preparaciones magistrales de estos.

2. Dispositivos médicos.

3. Suplementos dietarios. Los productos que tengan estas características de acuerdo con la normatividad nacional vigente.

4. Cosméticos y similares. Cosméticos, productos de tocador e higiénicos.

5. Productos no contaminantes. Productos que no produzcan contaminación al medio ambiente, a las personas que laboran, los usuarios o los

demás productos que se comercializan en el establecimiento.

6. Productos no riesgosos para la vida de los usuarios.

Los productos que no produzcan contaminación o pongan en riesgo la salud de los usuarios, que puede vender al detal la Farmacia-Droguería

deben estar ubicados en estantería independiente y separada

**2. Droguería** La droguería es el establecimiento farmacéutico dedicado a la venta al detal de productos enunciados y con los mismos requisitos contemplados para la Farmacia-Droguería, a excepción de la elaboración de preparaciones magistrales. Este establecimiento farmacéutico cumplirá con las disposiciones del Decreto 2200 de 2005 modificado parcialmente por el Decreto 2330 de 2006, el presente Manual, su resolución que lo adopta y las demás normas que los modifiquen, adicionen o sustituyan, respecto a lommercializan en el establecimiento. 6. Productos no riesgosos para la vida de los usuarios. Los productos que no produzcan contaminación o pongan en riesgo la salud de los usuarios que puede vender al detal la droguería deben estar ubicados en estantería independiente y separada. (...)” En este caso y de conformidad con la normativa trascrita, debe indicarse que las droguerías y farmacias – droguerías no se encuentran facultadas para comercializar o vender sustancias venenosas, toda vez que dichos productos no han sido previstos taxativamente como objeto de venta en la Resolución 1043 de 2007. El anterior concepto tiene los efectos determinados en el artículo 25 del Código Contencioso Administrativo(Gaona, 2012).

#### Régimen Tributario General

“El régimen tributario general del Impuesto de Renta y Complementarios, lo conforman todas las personas naturales y asimiladas, las personas jurídicas y asimiladas que, de acuerdo con lo

estipulado en la ley realizan el presupuesto o los presupuestos previstos en la Ley como generados del Impuesto de Renta y están obligadas a contribuir con el Estado. Los pertenecientes a este régimen desarrollan actividades que no están encaminadas al bienestar social.” (Actualícese, 2014)

**3. DROGUERIA** establecimiento en el cual se comercializan medicamentos y otros productos tales como de cosmética, aseo y limpieza, lo que también se conoce popularmente como farmacia. En este caso no solamente la droguería produce los medicamentos, sino que además los vende al público junto a otros tantos productos relacionados.

En tanto, la droguería se ocupa de generar, producir las drogas que son las materias primas de procedencia biológica que se emplearán de manera directa o indirecta para la elaboración de medicamentos. La composición química de las drogas será la encargada de generar una acción farmacológica que resultará útil en la terapia prescrita para recuperarse de alguna enfermedad o trastorno.

Actualmente, como consecuencia de la motivación de simplificarle las cuestiones a los consumidores a la hora de salir a hacer sus compras, es que es recurrente encontrarnos con droguerías que además de vender medicamentos y drogas de todo tipo, también ofrezcan una amplia y variada gama de productos de cosmética, entre ellos shampoos, cremas, jabones, maquillaje femenino, productos de cuidado bucal, entre otros.

**4. Drogas Depresoras** Las drogas depresoras son sustancias capaces de producir un efecto inhibitorio sobre algunas funciones cerebrales, llevando a la aparición de un estado de calma y quietud.

Los principales depresores del sistema nervioso son los medicamentos usados bajo prescripción médica para tratar los estados de ansiedad, trastorno de pánico, así como el insomnio

conciliatorio. Muchas veces se usan sin indicación médica, en especial ante situaciones de estrés emocional.(Definicion abc, 2020)

**5. Farmacia** Se conoce como farmacia al establecimiento en el cual se venden diferentes tipos de productos relacionados con la salud, especialmente medicamentos. Una farmacia es uno de los tipos de negocios más necesarios con los que debe contar un barrio ya que es ella el único espacio donde se pueden conseguir algunos tipos de medicamentos de gran importancia para la cura de determinadas complicaciones médicas.

Tal como sucede con otros negocios, la farmacia moderna permite a los usuarios recorrer diferentes góndolas en las cuales se exponen los productos. Generalmente, los productos que están exhibidos en góndolas son aquellos que no necesitan receta o que son de venta libre, mientras que los medicamentos que sí la requieren suelen ser provistos por especialistas que deben verificar la receta u orden del médico antes de entregarlos. Al mismo tiempo, los responsables de proveer con tales medicamentos pueden recibir pedidos de recetas magistrales especialmente encargados para cada cliente.

Normalmente, una farmacia también puede vender productos de cosmética, implementos relacionados con la kinesiología, elementos de higiene, etc. Todos estos productos son hoy en día complementados, en las grandes farmacias, con productos no necesariamente relacionados con la farmacéutica tales como golosinas, bebidas, productos comestibles, piezas de indumentaria menor, perfumes y otros elementos.

### **Servicios y funciones básicas complementarias**

Finalmente, una farmacia también puede ser utilizada como un centro de atención para primeros auxilios, contando en tal caso con el equipo para tomar presión, para aplicar inyecciones, etc. Esto prueba que las farmacias no pueden ser operadas por empleados si no que deben contar siempre en

su staff con gente especialmente capacitada para atender las necesidades sanitarias de las personas que allí concurren. De tal modo, una farmacia es un establecimiento que debe contar con mayores regulaciones sanitarias y legales a la hora de funcionar que cualquier otro tipo de negocio (Cera, 2019).

Para asegurar la asistencia de los pacientes en general, las farmacias suelen formar parte de un sistema de turnos que está pensado para que siempre haya alguna farmacia abierta por la zona a la

**6- Botica** El concepto puede hacer referencia a un laboratorio donde se producen medicamentos o a una farmacia.

Botica también es el lugar donde se despachan remedios. Incluso en ocasiones se utiliza el término para nombrar al medicamento en sí mismo.

Por ejemplo: *“Cuando llegó a este país, mi abuelo Hernán abrió una botica”, “Voy a ir a la botica para saber qué puedo utilizar para combatir este dolor”, “Robo a una botica: un grupo de delincuentes se llevó una gran cantidad de drogas”.*

Muchas veces la idea de botica se emplea respecto al sitio donde un farmacéutico brinda un servicio a la comunidad, dando medicamentos de acuerdo a las indicaciones de un médico o según su propio consejo. En estas boticas también suelen ofrecerse productos vinculados a la higiene personal y a la cosmética.

En un pueblo, un hombre puede acudir a la botica ya que se lastimó un brazo en su lugar de trabajo. El boticario (el farmacéutico a cargo de la botica), tras escuchar las palabras del sujeto y observar su lastimadura, le ofrece un desinfectante para limpiar la herida, luego aplica una venda en la zona y además le indica que tome un analgésico para mitigar el dolor.

Ciertas boticas quedaron en la historia por su relevancia. En Madrid, la capital de España, existió la Botica de la Calle Mayor, que durante más de un siglo brindó su servicio y también sirvió como centro de actividades políticas y sociales.

De la misma manera, no podemos pasar por alto una de las boticas más importantes de toda España. Nos estamos refiriendo a la Botica Real de Madrid. Tiene su origen en una que fue ordenada construir por el monarca Felipe II en el año 1594 en el Antiguo Alcázar, que fue asolada por un incendio. De ahí que más tarde tuviera que levantarse en el actual Palacio Real siendo inaugurada bajo la atenta presencia de Carlos IV y de María Luisa de Parma en el año 1799.

En la Ciudad de Buenos Aires (Argentina), por otra parte, hay un lugar llamado La Botica del Ángel que funciona como museo y teatro. Fue fundado en 1966 por Eduardo Bergara Leumann, un conocido artista plástico, vestuarista y conductor de TV ya fallecido.

Asimismo hay que tener en cuenta que existió un programa de televisión en España que en su título llevó el término que ahora nos ocupa. Nos estamos refiriendo a “La botica de la abuela”, que se emitió en TVE 1 durante la década de los años 90, concretamente en 1996, y que tenía como presentador al naturópata navarro Txumari Alfaro.(Deficicion de, 2020)

**7. Droguería** Sabemos que, para poder importar, comercializar y distribuir productos tales como medicamentos, dispositivos médicos, cosméticos, entre otros, es imprescindible que estos cuenten con sus respectivos Registros Sanitarios o Notificaciones Sanitarias Obligatorias (NSO), según sea el caso. El trámite y obtención de estas licencias se realiza a través de una empresa constituida en Perú, el cual recibe el nombre técnico y legal de Droguería. La pregunta inmediata que surge entonces es ¿Cómo se constituye una Droguería en el Perú?. Calma. Aquí, precisamente, aprenderemos el proceso a seguir, para poder constituir una Droguería, el primer paso en el camino hacia el logro de tu proyecto de importación de productos para la salud, belleza y cuidado personal.



La normativa peruana define a una Droguería como un Establecimiento Farmacéutico, el cual se dedica a la importación, comercialización, almacenamiento y/o distribución de productos farmacéuticos, dispositivos médicos y productos sanitarios.

Los registros sanitarios (para el caso de productos farmacéuticos y dispositivos médicos, entre otros) y las NSO (para el caso de para cosméticos, entre otros) se otorgan solamente a Droguerías que se encuentren previamente autorizadas y certificadas por DIGEMID, la entidad perteneciente al Ministerio de Salud.(MD CONSULTORA, 2020)

**8. Droguería** Al igual que el corazón humano, las droguerías, (en Venezuela y en el mundo), son el corazón y el centro vital de la cadena de suministro del sector farmacéutico, decepcionando, clasificando y acondicionando más de 6.000 ítems en medicamentos que producen los laboratorios, para luego distribuirlos y llevarlos diariamente a los miles de centros de dispensación o farmacias que se encuentran atomizados desde los grandes centros urbanos, hasta los más alejados rincones del país.

El concepto de la droguería, no es el del almacenamiento estático de los productos farmacéuticos, o simples centros de intermediación o de acopio, si no por el contrario, el concepto moderno y actual de una droguería, es el de la transferencia continua, rápida y eficiente de estos productos, para hacerlos llegar a través de un mecanismo de distribución a los expendios detallistas, a fin de que estos puedan dispensarlos a los pacientes que así lo requieran, convirtiéndose por ello en un elemento indispensable y necesario, que no solo hace posible la disponibilidad de los medicamentos, sino que ejerce un efecto de ahorro en el costo de estos procedimientos y en la economía de recursos humanos y financieros.

—

Venezuela en particular, ha alcanzado gracias a una política conjunta entre el Estado y el sector privado, el tercer lugar dentro de los índices latinoamericanos en disponibilidad, distribución y

dispensación de medicamentos (para un consumo global de 550.000.000 de unidades año). Existen en el país toda la gama terapéutica con más de 6.000 items entre marca y genéricos, reportándose estadísticamente un consumo per cápita de 19 unidades año (el más alto de Latinoamérica superando a Brasil, México y Argentina). La transferencia entre más de 200 laboratorios y más de 5.000 farmacias, han hecho que el sector distribuidor se constituya en un factor indispensable en el suministro y la disponibilidad adecuada de los medicamentos y al igual que en los países desarrollados, Venezuela ha alcanzado en este sentido, toda la infraestructura física y tecnológica para poder realizarla.

—

Si NO existieran las droguerías, y tomando en cuenta los pedidos diarios de las farmacias a nivel nacional, se tendrían que realizar más de 200.000.000 de transacciones anuales (lo cual es físicamente imposible), mientras que con la participación de los centros de transferencia, distribución y entrega de medicamentos sólo se producen 35.000.000 de transacciones anuales, haciendo esta labor posible gracias a la tecnología y las herramientas necesarias, traducándose esto en un factor importantísimo para la economía, que se refleja en los precios al consumidor final.

—

Las droguerías son regentadas por farmacéuticos profesionales, acompañados en su gestión operativa y de gerencia, por un personal especializado en la compra, recepción, clasificación, almacenamiento, acondicionamiento, control y distribución de medicamentos, cumpliendo de manera estricta con las normas de buenas prácticas de distribución y contando para ello con la más alta tecnología en los procesos que involucran y abarcan toda la cadena de suministro de medicamentos desde los laboratorios de la industria, hasta la farmacia que dispensa al paciente, con el más novedoso catálogo de herramientas tecnológicas en materia de trazabilidad, codificación de lotes, códigos de barra, sistemas de control y manuales estándares de

procedimientos, garantizando la calidad y la procedencia de los medicamentos, evitando así los ilícitos en la cadena.

—

CAVEDRO, Cámara Venezolana de Droguerías, agrupa en su seno a las droguerías que atienden la red nacional de farmacias, especializándose en el segmento de la cadena de comercialización privada, siendo que a la par de su labor comercializadora y distribuidora, sus afiliadas participan en los programas de responsabilidad social empresarial, tanto de manera individual a través de las fundaciones particulares de cada empresa, o de manera conjunta a través de la cámara. Igualmente la cámara participa en todos los programas gubernamentales para combatir al tráfico de drogas y los ilícitos en la comercialización de medicamentos, siendo que todas sus afiliadas cumplen con los requisitos exigidos por las normativas y leyes de la república para su instalación y funcionamiento, así como los estándares más exigentes en materia de operaciones, lo que les garantiza a los proveedores, a los consumidores y a la población en general la disponibilidad diaria y permanente de todo el arsenal terapéutico y farmacológico de calidad.(MD CONSULTORA, 2020)

**9. Vademecum Mobile 2.0** Continuamos con esta cómoda aplicación que puede resultarnos de gran utilidad a la hora de consultar información sobre miles de referencias a través de distintos dispositivos móviles, sin tener la necesidad de acceder a un equipo informático. Vademecum Mobile 2.0 es la herramienta de Vademecum.es, uno de los sitios web farmacológicos en español más visitados.

En su versión gratuita –que dura 15 días–, esta *app* para las farmacias ofrece distintos servicios útiles, como alertas de la AEMPS, contenidos de actualidad publicados en Vademecum.es, calendarios de vacunación, anexos del Vademecum Internacional, tablas de peso por talla, conjunto de medicamentos genéricos...

No obstante, a pesar de ser una aplicación muy estimada por muchos profesionales de salud, los usuarios de la versión de pago reclaman más servicios a una herramienta que parece quedarse corta en varios aspectos, como por ejemplo el catálogo de referencias disponible.(Tecnyfarma, n.d.)

**10. Babymecum: calcula la dosis adecuada para cada niño** Como farmacéuticos, conocemos nuestra profesión y cada detalle de nuestros medicamentos. Sin embargo, esta sencilla aplicación también puede sernos útil: Babymecum es una herramienta supervisada por pediatras y farmacéuticos que permite conocer las dosis de los medicamentos infantiles más comunes, y que puede sacarnos de un aprieto momentáneo. Basta con introducir el peso del niño o niña para conocer al momento la cantidad exacta que necesita.

A pesar de no ser una *app* para la farmacia de uso exclusivamente profesional, nos puede ayudar a la hora de ofrecer consejo en nuestra oficina. Además, también podemos recomendar esta aplicación a nuestros pacientes: les facilitará el cálculo de las dosis y reducirá posibles errores que puedan surgir, además de fortalecer nuestra relación profesional.(Tecnyfarma, n.d.)

**11. Wikifarmacia** Toda una joya para nuestro trabajo diario. Se trata de la primera aplicación móvil gratuita hecha por y para profesionales farmacéuticos, monitorizada por diversas instituciones académicas: una herramienta de información para uso individual de las personas que trabajan en la farmacia, ya sean auxiliares, técnicos, adjuntos o titulares. Gracias a Wikifarmacia, todo el personal puede recibir prácticos consejos a través de sencillas píldoras de vídeo.

Diseñada para transmitir contenido interesante que ayude a tu farmacia de una manera ágil y amena, esta *app* para las farmacias cuenta con un aspecto novedoso: si ves la información y contestas unas breves preguntas, podrás acceder a recompensas que mejorarán tu experiencia de usuario.(Tecnyfarma, n.d.)

El marco teórico surge de la lectura y análisis del tema central de la investigación, es la revisión de los conocimientos respecto al fenómeno y/o procesos que se estudiaron o trabajaron.

Este capítulo permite la constatación del estado actual del tema y sus perspectivas teóricas. Lo anterior se ve reflejado en la revisión seria y pertinente de fuentes como: libros, revistas, periódicos, tesis y otras fuentes documentales.

## CAPITULO III

### DISEÑO METODOLÓGICO

Se desarrolló una metodología basada en el documento de “Metodología para generar un plan de negocios” del Observatorio Estratégico (TECNOLOGICO DE MONTERREY, n.d.)

Combinando esta estrategia intercambiando la fase 2. PROCESO DE PRODUCCIÓN por el PROCEDIMIENTO PARA DISEÑAR EL SERVICIO AL CLIENTE con el objetivo de identificar los diferentes aspectos a considerar en la creación del servicio Drogui, se revisarán variables y cálculos numéricos, para la determinación de los costos, gastos y utilidades, la sectorización del mercado, mercadotecnia, y otros aspectos cualitativos, como los aspectos legales y la estructura de la empresa (Rodríguez, Rodríguez y Bernal, 2019).

Se agrego a esta metodología, el punto 8. CANVAS como complemento a la investigación y poderle dar un alcance con una mirada global para que se puedan analizar teniendo en cuenta el FODA a realizar del proyecto, los aspectos externos e internos que se podrían presentar para mejoras y acciones preventivas, teniendo en cuenta que el alcance del aplicativo es la comunicación del cliente final, droguista y pauta del laboratorio, para el sostenimiento del aplicativo y con el fin de apoyar a las droguerías independientes.

#### DIAGRAMA GENERAL DE METODOLOGÍA A DESARROLLAR PARA EL SERVICIO DE DROGUI

1	ESTUDIO DE MERCADO	1.1 Definición	1.2 Sondeo de mercado	1.3 Análisi s de la		
---	--------------------------	-------------------	-----------------------------	---------------------------	--	--

		del producto o servicio		industri a				
2	PROCESO DE SERVICIO AL CLIENTE	2.1 Seleccionar los segmentos de mercado objetivos	2.2 Estudio de la demanda de servicio al cliente	2.3 Proyec ción de la meta y nivel de servici o garanti zado	2.4 Diseño de la organizac ión para brindar el servicio	2.5 Definición de los parámetros críticos del sistema logístico	2.6 Proyección del contenido y magnitud de los parámetro s críticos	2.7 Diseño de la oferta y promo ción del servici o
3	DESCRIPCIÓN Y JUSTIFICACIÓN DE LA EMPRESA	3.1 Descripción de la necesidad detectada	3.2 Breve descripción del negocio	3.3 Misión y visión	3.4 FODA	3.5 Planteamiento de estrategias y ventaja competitiva	3.6 Modelo de negocio/cadena de valor	
4	PLAN DE MERCADO TECNIA	4.1 Plan estratégico de precio	4.2 Promoción	4.3 Distribución	4.4 Plaza			

5	ADMINISTRACIÓN DE LOS RECURSOS HUMANOS	5.1 Responsables del proyecto	5.2 Organigrama de la empresa	5.3 Descripción de los puestos	5.4 Cantidad de personal y costo de nomina	
6	PLANEACIÓN FINANCIERA	6.1 Inversión inicial	6.2 Estados financieros proyectados	6.3 Indicadores financieros	6.4 Plan de contingencia	6.5 Fuentes de financiamiento
7	ASPECTOS LEGALES	7.1 Constitución legal	7.2 Participación del capital de los socios	7.3 Régimen en fiscal	7.4 Patentes, registros, usos de marcas registradas	7.5 Asociaciones con entidades
8	CANVAS	8.1 análisis				

**DESCRIPCIÓN DE LA METODOLOGÍA A DESARROLLAR PARA EL SERVICIO DE DROGUI**



## **1. ESTUDIO DE MERCADO**

### **1.1 Definición del producto o servicio:**

Describir el servicio a ofrecer

### **1.2 sondeo de mercado**

#### **1.2.1- Información soporte:**

información de fuentes confiables y oficiales de consulta con cifras

#### **1.2.2- Información directa:**

Definir método de investigación para obtener información del mercado al que se dirige el producto

#### **1.2.3- Análisis de la información directa:**

Graficar los datos recopilados y concluir del método de observación

#### **1.2.4- Conclusión general del sondeo:**

Definir la viabilidad del mercado para el servicio.

### **1.3 Análisis de la industria (oferta y demanda):**

#### **Tendencias y cambios:**

analizar los aspectos económicos políticos y culturales que puedan afectar el servicio.

#### **1.3.1- Oferta de la industria (competencia)**

##### **1.3.1.1- Descripción:**

Analizar que hace la competencia, o cuales están orientadas al mismo mercado

##### **1.3.1.2 Datos generales:**

Información específica de la competencia identificada

##### **1.3.1.3 Tabla comparativa:**

Identificar las principales características de la competencia

## **2. PROCESO DE SERVICIO AL CLIENTE**

### **2.1 Seleccionar los segmentos de mercado objetivos:**

Identificación y caracterización de los intereses de los clientes, edad, sexo, estrato etc.

### **2.2 Estudio de la demanda de servicio al cliente:**

Investigar que tanto están solicitando este servicio y la calidad que le brinda la competencia.

### **2.3 Proyección de la meta y nivel de servicio garantizado:**

Fijar el nivel de servicio de la competencia y buscar el costo más bajo y valor agregado diferencial.

### **2.4 Diseño de la organización para brindar el servicio:**

<b>INTERROGANTE</b>	<b>DEFINICIONES A LOGRAR</b>
1. ¿ESTAMOS PREPARADOS?	<ul style="list-style-type: none"><li>• Características de la cultura de la organización para enfrentar un servicio al cliente superior</li><li>• Necesidades de capacitación</li></ul>
2. ¿PARA QUIÉN?	<ul style="list-style-type: none"><li>• Caracterización de los grupos de clientes</li><li>• Características de la atención a dar a cada grupo</li><li>• Sistema de información y orientación al cliente</li></ul>
3. ¿QUÉ?	<ul style="list-style-type: none"><li>• Contenido del servicio que se brinda</li><li>• Características</li></ul>
4. ¿CÓMO?	<ul style="list-style-type: none"><li>• Procedimientos para el cliente solicitar el servicio</li><li>• Procedimientos (tecnología) para brindar el servicio</li></ul>
5. ¿QUIÉN?	<ul style="list-style-type: none"><li>• Personal que se encarga de brindar el servicio: cantidad, funciones, características, estética, ética y calificación.</li></ul>
6. ¿CUÁNTO?	<ul style="list-style-type: none"><li>• Estructura organizativa</li><li>• Magnitud de los parámetros relevantes del servicio</li></ul>
7. ¿CUANDO?	<ul style="list-style-type: none"><li>• Duración de los ciclos de respuesta y de ejecución del servicio</li></ul>
8. ¿CON QUÉ?	<ul style="list-style-type: none"><li>• Relación de medios a utilizar (equipos,</li></ul>

	utensilios, mobiliario, dispositivos, instalaciones, medios técnicos y otros).
9. ¿DÓNDE?	· Lugar para brindar el servicio. Su localización y disposición en planta.
10. ¿POR QUÉ?	· Definir sólo tareas y acciones que agreguen valor al servicio al cliente. · Objetivos y metas del servicio al cliente.

### **2.5 Definición de los parámetros críticos:**

los puntos críticos o inconvenientes

### **2.6 Proyección del contenido y magnitud de los parámetros críticos:**

Identificar las posibles contingencias para los puntos críticos y posibles errores durante el servicio.

### **2.7 Diseño de la oferta y promoción del servicio:**

Establecer y dar claridad del servicio y las promesas a esperar por parte de los clientes.

## **3. DESCRIPCIÓN Y JUSTIFICACIÓN DE LA EMPRESA**

### **3.1 Descripción de la necesidad detectada**

Describir la necesidad y como el servicio suple dicha necesidad identificada.

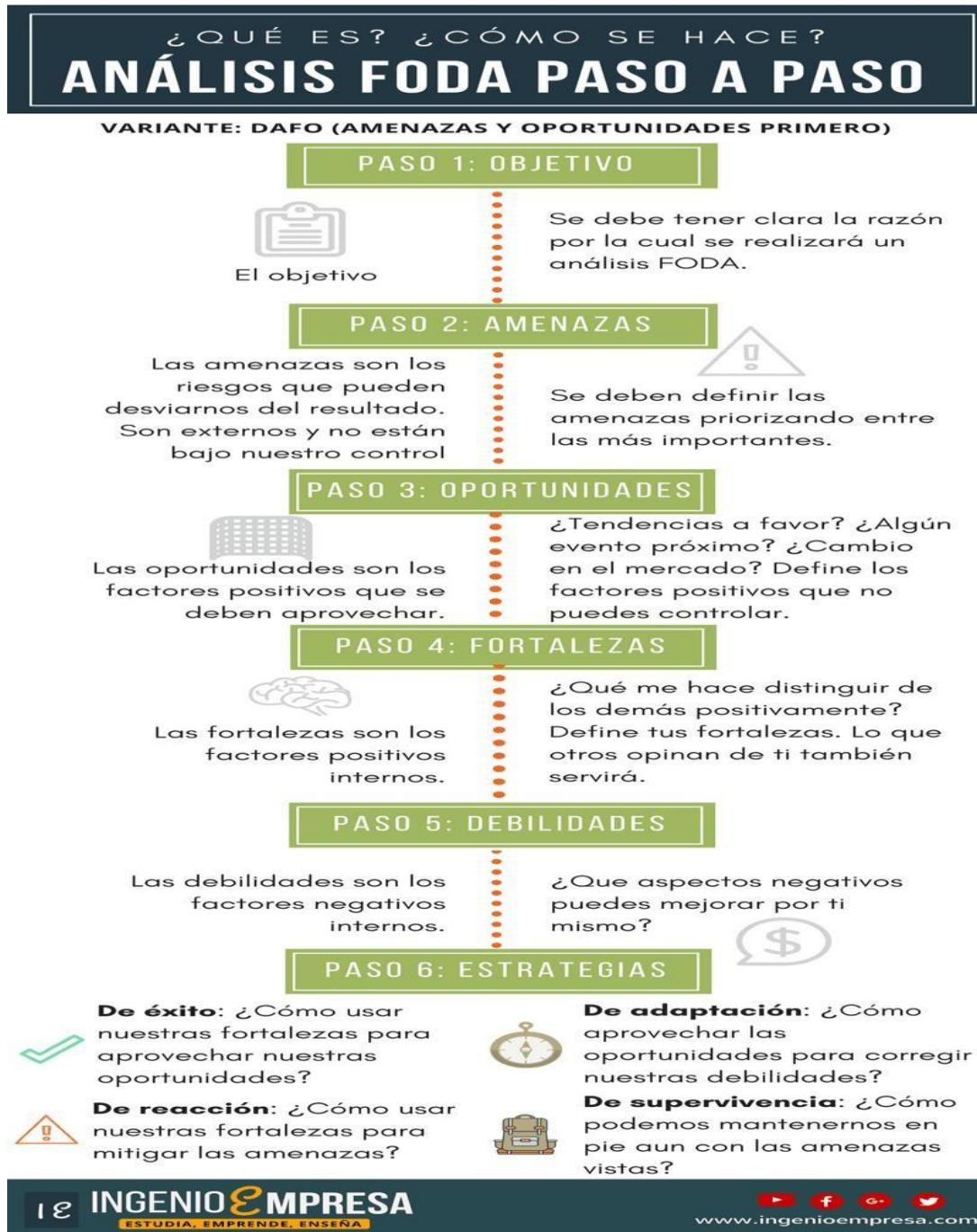
### **3.2 Breve descripción del negocio:**

¿Cómo operará el servicio?, ¿cómo se ofrecerá para satisfacer la necesidad detectada?

### **3.3 Misión y visión:**

Razón de ser y lo que se espera a futuro.

### 3.4 FODA



Identificar debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas, el entorno de la compañía.

(IE, 2020)

### 3.5 Planteamiento de estrategias y ventajas competitivas

Diferencial como estrategia competitiva

### **3.6 Modelo de negocio/cadena de valor:**

Modelo conceptual de la empresa.

## **4. PLAN DE MERCADOTECNIA**

### **4.1 Plan estratégico de precio**

Determinar el precio del servicio a prestar de manera estratégica para agradar al mercado.

### **4.2 Promoción**

Medios utilizados para entrar al mercado y costos, diseño de publicidad y logotipo.

### **4.3 Distribución**

Canal de distribución a utilizar para hacer efectivo el servicio mediante un diagrama.

### **4.4 Plaza**

Determinar la localización geográfica y cobertura de la empresa.

## **5. ADMINISTRACIÓN DE LOS RECURSOS HUMANOS**

### **5.1 Responsables del proyecto:**

Descripción de los aportes intelectuales y capitales que aporta cada emprendedor.

### **5.2 Organigrama de la empresa**

Esquematizar los puestos, nombre del puesto y persona que lo ocupará

### **5.3 Descripción de los puestos**

Documento que establece tareas, deberes, responsabilidades, habilidades y conocimiento.

### **5.4 Cantidad de personal y costo de nomina**

Proyectar todos los costos de personal

## **6. PLANEACIÓN FINANCIERA**

### **6.1 Inversión inicial:**

Establecer gastos pre operativos, infraestructura, mobiliario, maquinas.

### **6.2 Estados financieros proyectados:**

Elaborar flujos de efectivo, estado de resultados y balance general a 3 años.

### **6.3 Indicadores financieros:**

Recuperación de la inversión, punto de equilibrio, liquidez inmediata.

### **6.4 Plan de contingencia:**

Que hacer en el caso del no éxito de la empresa.

### **6.5 Fuentes de financiamiento:**

De donde se obtendrán los recursos económicos requeridos.

## **7. ASPECTOS LEGALES**

### **7.1 Constitución legal**

Definir la figura jurídica que adoptara la empresa

### **7.2 Participación de capital de los socios**

### **7.3 Régimen fiscal:**

Definir régimen fiscal bajo el que operará la empresa

### **7.4 Patentes, registros usos de marcas registradas:**

Patentar procedimiento, o servicio mejorado.

### **7.5 Asociaciones con entidades**

Investigar requisitos y tramites legales que competan a la empresa prestadora del

servicio

## **8, CANYAS**

### **8.1 Análisis**



## **CAPITULO III**

### **RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **RESULTADOS DEL OBJETIVO ESPECÍFICO NO. 1**

##### **1. ESTUDIO DE MERCADO**

###### **1.1 definición del servicio**

Prestar el servicio que permitiría interconectar las droguerías independientes con el usuario final, apoyándose en las TICs, para dar un servicio optimo y de fácil acceso, con múltiples herramientas que complementaran un servicio cómodo e innovador.

###### **1.1 SONDEO DE MERCADO**

###### **1.1.1 Información soporte**

“Por cada 2.245 habitantes de Bogotá hay una droguería, según estudio de Infocomercio, que muestra que de los 441.619 establecimientos comerciales que hay en Colombia, el 2.5% corresponde a las droguerías y el 1% de éstas se ubica en la capital.” En Colombia fácilmente pueden existir unas 20mil droguerías en general.(UNIPYMES, 2014). La estrategia y/o buen negocio al tener una droguería da pie al desarrollo.

Según el anterior estudio nos da un breve vistazo de la cantidad de droguerías a nivel nacional legalmente constituidas.



“Al cierre de 2017 el negocio de las droguerías movió \$5,8 billones en ingresos, lo que significó un aumento de 7,4% respecto a lo logrado en 2016 cuando fueron ventas de \$5,4 billones.”

Llama la atención que el ranking por facturación no depende del número de puntos físicos que tiene cada compañía. Por ejemplo, el año pasado Copidrogas quedó en la casilla número uno, empresa que distribuye y comercializa medicamentos mediante la red Farmacenter. A diciembre lograron crecer casi 5% por ventas de \$1,8 billones y una utilidad de \$12.482 millones. Venían de un año en el que habían registrado pérdidas por las inversiones que hicieron para llegar a un total de 630 puntos en el país.”

En el segundo lugar está Cruz Verde, que reportó ingresos por \$1,4 billones, y fue la compañía que más creció en ganancias (casi al doble), pues subieron 48,6% quedando en \$27.284 millones. Hoy en día, la firma chilena cuenta con 273 puntos entre farmacias intrahospitalarias y droguerías.(LA REPUBLICA UNIPYMES, 2014). Este reposte da a conocer el porcentaje de ingresos, que a la vez significativamente explica la importancia de tener plataformas digitales que incrementen las ventas.

Se evidencia que las droguerías mueven una cantidad importante de dinero en el país, a nivel general pero la cooperativa Copidrogas y cruz verde son las que se ha tomado el liderato y abarcando un pedazo más grande de la torta con cada año que pasa. Estas droguerías hacen algo diferente que causa que su crecimiento sea tan exponencial y es el aprovechamiento de las Tecnologías de la Información para prestar u mejor servicio e incrementar ventas.

“Si bien los celulares continúan repuntando entre los dispositivos más usados, otras plataformas móviles (incluidas las tablets) y tecnologías relacionadas con Internet de las Cosas (IoT por su sigla en inglés), muestran signos de que el mercado local aún está tratando de averiguar cómo encajan. El reporte indica que los consumidores lucen despreocupados acerca de la privacidad y la seguridad de los datos.

- El 59 por ciento de los colombianos encuestados usa su teléfono móvil, principalmente, para mirar videos cortos como historias o publicaciones en vivo.

- La segunda actividad más popular son los juegos con el 48 por ciento, y le sigue el grupo de consumidores que miran videos compartidos por servicios de mensajería instantánea como WhatsApp con el 39 por ciento.

- La encuesta revela que la actividad más recurrente es la consulta de las redes sociales (57 por ciento), seguida por la toma de fotografías con el 56 por ciento y los juegos con un 48 por ciento.” (EL TIEMPO, 2019), fácil deducir que el elemento celular es una influencia importante para la vida cotidiana.

Se evidencia que el consumo de tecnología incrementa con cada año que pasa, y esto se puede usar en ventaja para agilizar y prestar un mejor servicio, por la rapidez y optimización con la que se pueden realizar algunos procesos, como en el caso de Cruz Verde y su tienda virtual, ellos prestan el servicio a domicilio también y pagos de manera virtual y además pautando en redes sociales con ofertas y valores agregados lo que hace que el cliente visualice mejor su oportunidad de obtener un beneficio y lo lleve a querer solicitar algún servicio.

## **1.2 análisis de la industria**

### **Económico**

“El sector farmacéutico es un renglón estratégico en Colombia; se caracteriza por una estructura oligopólica intensiva en conocimiento y tecnología, por lo que es uno de los sectores más influenciados por la regulación”(Vásquez Velásquez et al., 2010).

Según portafolio esta noticia publicada en octubre del 2019 “la industria farmacéutica colombiana que el año pasado movió \$14,6 billones en ventas sería uno de los sectores con mayores oportunidades de

crecimiento en el largo plazo, pasando a facturar \$63,4 billones a 2032 en el país.” da un aire de grandes expectativas al saber, que el sector farmacéutico tiene una proyección muy probable a ser exitosa y seguir creciendo al menos hasta la década de los 30, por lo que resulta rentable invertir en cualquier cosa que se relacione con el medio y en el sector externo Colombia también está creciendo, “En términos de exportaciones, Colombia Productiva prevé que estas podrían multiplicarse hasta por cinco veces y llegar a US\$1.766 millones, partiendo de una base que superó US\$300 millones el año pasado.” Estas cifras nos recalcan que el sector farmacéutico esta moviendo demasiado dinero y da mas seguridad al invertir en este medio ( Camilo Fernández de Soto, 2019). nivelar las condiciones competitivas entre los medicamentos de producción nacional y los importados.

Vemos que realmente hay pocas empresas distribuidoras para las droguerías que existen, “En el país hay 1.207 compañías que conforman el sector según el Registro Único Empresarial (Rues), y la mayoría de estas se concentra en actividades de comercialización. Si el dato de las empresas que hacen parte de la industria farmacéutica se revisa por tamaño, el 93% de estas se encuentran registradas como micro, pequeñas y medianas. Las grandes abarcan el 4% y el otro 3% están sin identificar.” Esto nos demuestra que existe una gran oportunidad de entrar a este mercado, ya que esta creciendo demasiado rápido y lo mas probable es que las empresas distribuidoras en algún momento de tanta demanda, no den abasto en el mercado sería o más positivo que se podría deducir, pero no tan lejos de la realidad(Portafolio, 2019). El ingreso al mercado no es indiferente ya que se puede abarcar de diversas formas en la parte digital.

La disponibilidad de recurso humano tampoco falta, por la lastimosa tasa tan alta de desempleo en el país, según el estudio realizado por el DANE, en esta época de pandemia el “Desempleo en Colombia subió a 20,2% y 4,15 millones de personas perdieron su trabajo”, por lo que hay miles de profesionales también sin empleo, por lo que conseguir personal capacitado para cualquier labor, debería ser más fácil (Juan Sebastián

Amaya, 2020). De los 4,15 millones de colombianos más desocupados, 2,49 millones corresponden a trabajadores de empresas.

## **Cultura**

### **PENSAMIENTO MILENIALS COMO TRAMPOLIN AL EXITO**

Los millennials” (generación entre 1980 - 2000) nacieron aferrados al mundo tecnológico, y la mayor parte de ellos saben utilizar un dispositivo móvil, o un computador, ya que muchas de sus labores o tareas diarias, pasatiempos juegos, y formas de comunicación lo ameritan, muchos de ellos grandes emprendedores a crear nuevas tendencias con la creación de infinidad de aplicaciones en los medios digitales para hacer la vida más fácil las personas, plataformas y redes sociales, como Facebook, Instagram, Twitter y grandes plataformas de compras y domicilios, como Amazon, mercado libre, rappi, globo, Uber y entre otras muchas prestadoras de servicios.

Esta oportunidad se presta a que genere una globalización y se puedan hacer virales aplicaciones, a que suban su popularidad, y muchas personas la vean e interactúen en más poco tiempo impactando en puntos clave de los gustos, la forma en que se comportan lo usuarios y lo que buscan con una aplicación, investigando que se la pasa haciendo.

“Respecto a las actividades en las que los 'millennials' invierten el tiempo mientras están en su dispositivo móvil, se encuentran el uso de las redes sociales (84 por ciento), chatear con sus amigos (79 por ciento), revisar el correo del trabajo (58 por ciento), revisar portales de noticias (48 por ciento) y realizar compras por internet (23 por ciento). (DIEGO ANDRÉS VARGAS RIAÑO, 2018). seis de cada diez están en internet mientras trabajan.

“Las farmacias de autoservicio privilegian además productos especializados que atraen al 57% de consumidores que dice estar dispuesto a pagar más cuando se trata de productos con estándares de alta calidad.

“las cadenas de droguerías de autoservicio están sumando además a su estrategia, otras herramientas de conveniencia como plataformas de servicio a domicilio que ofrecen tiempos de entrega mejores, compras online, promoción en medicamentos con prescripción, horarios extendidos, e incluso, incorporando dinámicas propias de otros canales como las cadenas, que desarrollan campañas especiales de temporada.”(Adriana Diago, 2020) es necesario para otros canales tomar ejemplo y aprovechar las ventajas de cada formato.

Según estos datos que nos expone el NIELSEN en sus estudios, las droguerías están avanzando en su forma de prestar un mejor servicio y venta de sus medicamentos, utilizando herramientas como WhatsApp, redes sociales, pero en especial las grandes cadenas que desarrollan sus páginas y evolucionan para hacer compras virtuales, entregas a domicilio y mejorar el servicio al cliente, pero ¿qué hay de las droguerías independientes?, hay que recordar que representan un 75% de las droguerías en total en Colombia, pero la mayoría sigue con un pensamiento tradicional, mientras el mundo avanza y evoluciona, la tecnología la forma de comprar y hacer domicilios y todo en pro de un cliente mejor satisfecho y cómodo, la accesibilidad de las droguerías a este tipo de servicios es muy limitada, ya que los que desarrollan esto son las cadenas, y ¿el resto donde queda?, solo piensan en como apoderarse mas y mas del mercado, y lo empiezan a lograr rápidamente por el musculo financiero que han adquirido en algunos años, como en el caso de cruz verde, la rebaja, la economía entre otros.

La cultura del consumir a menos esfuerzo y comodidad, productos de calidad y un cliente cada día mas exigente hace que las industrias y las empresas evolucionen y quien no lo hace, tiende a desaparecer y es el punto crítico en el que se podría decir que puede afectar en algún momento los droguistas independientes, de hecho se evidencia que ganan terreno muy rápido, y como tienen un músculo financiero y detrás un programa de distribución increíble, hace que los costos de venta sean bajos y puedan desestabilizar a las droguerías independientes en su economía y es tanto la metodología y optimización que utilizan, que incluso tienen un miércoles con un % de descuento impresionante, toda una mercadotecnia que pone a pensar, como compete un droguista independiente con eso, si no tiene el capital ni los medios, ni el suficiente conocimiento, pero como

en el mercado “todo se vale” por más injusto o desproporcional que parezca tienen que seguir con sus medios y como puedan.

### **Político**

“En el marco de la cuarentena obligatoria y la Emergencia Económica y Social ordenadas por el presidente Iván Duque para hacer frente a la pandemia del coronavirus en todo Colombia, el Ministerio de Comercio expidió el decreto legislativo 507 que contiene medidas para favorecer el acceso de los hogares más vulnerables a los productos de la canasta básica, medicamentos y dispositivos médicos.”

El decreto 507 insta a los Ministerios de Salud, Comercio y Agricultura a determinar los listados de productos de primera necesidad para que el Departamento Administrativo Nacional de Estadística haga seguimiento cada 5 días a los precios e identifique variaciones significativas en función de su comportamiento histórico. El DANE entregará un reporte semanal a la Superintendencia de Industria y Comercio para que realice inspección, vigilancia y control al respecto.” Esta normatividad impuesta, reguló los precios de algunos productos de la canasta familiar y otros de consumo de droguerías, con esta normatividad y otras que regularon cientos de moléculas de las que están compuesto los medicamentos, afectaron de manera positiva a los consumidores de estos productos, y afectó las ganancias de las grandes compañías farmacéuticas, y también dejando de percibir para las farmacias, ganancia en varios de sus artículos, ya que estos productos regulados, no podrían venderlos con el rango de ganancia que siempre manejaban, esto aplica para los depósitos distribuidores de medicamentos como para las droguerías, aunque fue impuesto más estrictamente para las distribuidoras de medicamentos ya que la DIAN tiene un control sobre su facturación y podría auditar los precios de estos regulados, mientras que para tantas droguerías que hay en el país es casi que imposible hacer este control, pero sin embargo las mismas droguerías entre sus “competidores de barrio” y las grandes cadenas de droguería, se veían afectados si estos regulados los vendían más costosos ya que la competencia, los vende al precio que si debería, y por hacer más hacen menos, y el hacer menos es perder un cliente que se va a su

competidor porque consigue ese producto más económico, teniendo en cuenta que son productos que tampoco tienen un consumo masivo por lo que no afectaría tanto la venta a simple parecer, productos como Tamsulosina, Clopidogrel, Carvedilol, Etilinestradiol y otros compuestos que se usan como métodos anticonceptivos femeninos. (Actualizado, 2020)

Según un artículo del año 2019 la revista actualícese “29 cambios podría tener el proyecto de la Ley de crecimiento que pronto se comenzará a debatir. El más importante es el cambio realizado con el IVA a algunos medicamentos, que pasan de ser excluidos a ser exentos.

En el paquete están las provitaminas y vitaminas, antibióticos, productos inmunológicos modificados, entre otros.

La medida llevaría a que el Estado deje de percibir unos 300.000 millones de pesos. Sin embargo, este ingreso que dejará de recaudarse tiene un fuerte impacto social para el bolsillo de los colombianos en uno de los temas más relevantes como es la salud.

La medida busca subsanar una competencia desleal que hay entre laboratorios, teniendo en cuenta que los bienes exentos de IVA son aquellos que están gravados, pero dan derecho a devolución del impuesto; mientras que los excluidos no causan IVA, por lo que no pueden descontar los valores pagados ni tienen derecho a devolución.”

Algunas de estas medidas están contempladas y se realizaron otras por el tema de la pandemia, variedad de artículos como guantes, tapabocas termómetros, equipos médicos, jabones y entre otros productos de droguería quedaron exentos de IVA con el fin de ayudar al bolsillo de los colombianos en tiempos de crisis, pero la medida si se tomó desde el 2019, con muchos multivitamínicos en el mercado que incluso ahora tienen impuestos, estos aspectos y decisiones, afectan constantemente el mercado y pueden ayudar a generar inconformidades o malentendidos con los clientes, y en sí es complejo en la manipulación de datos y generar ese tipo de control, ya que una droguería dispone de muchos ítems en su inventario y muchos aun funcionan a la antigua y aun no poseen algún sistema para controlar su inventario.( Juan Pablo Bello, 2020)

## **2. PROCESO DE SERVICIO AL CLIENTE**

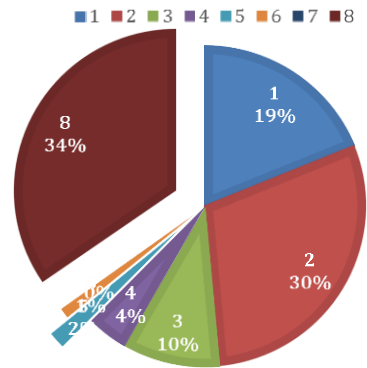
### **2.1 Seleccionar los segmentos de mercado objetivos**

Según este estudio realizado “Por cada 2.245 habitantes de Bogotá hay una droguería, según estudio de Infocomercio, que muestra que de los 441.619 establecimientos comerciales que hay en Colombia, el 2.5% corresponde a las droguerías y el 1% de éstas se ubica en la capital.”(UNIPYMES, 2014), es complejo conseguir información mas actual sobre el número de droguerías o farmacias, pero un aproximado puede ser que en Bogotá D:C. existan unas 3.500 droguerías aproximadamente

## **INGRESOS DE LAS DROGUERIAS EN EL AÑO 2014 SEGÚN ESTUDIO DE INFOCOMERCIO**



## DROGUERIAS



RANGO	VENTAS DIARIAS EN (COP)	DROGUERIAS
1	ENTRE 100.000 Y 200.000	568
2	ENTRE 200.000 Y 300.000	894
3	ENTRE 300.000 Y 500.000	295
4	ENTRE 500.000 Y 700.000	125
5	ENTRE 700.000 Y 1.000.000	50
6	ENTRE 1.000.000 Y 3.000.000	31
7	ENTRE 3.000.000 Y 5.000.000	7
8	NO ESPECIFICAN	1042
	TOTAL DROGUERIAS	3012

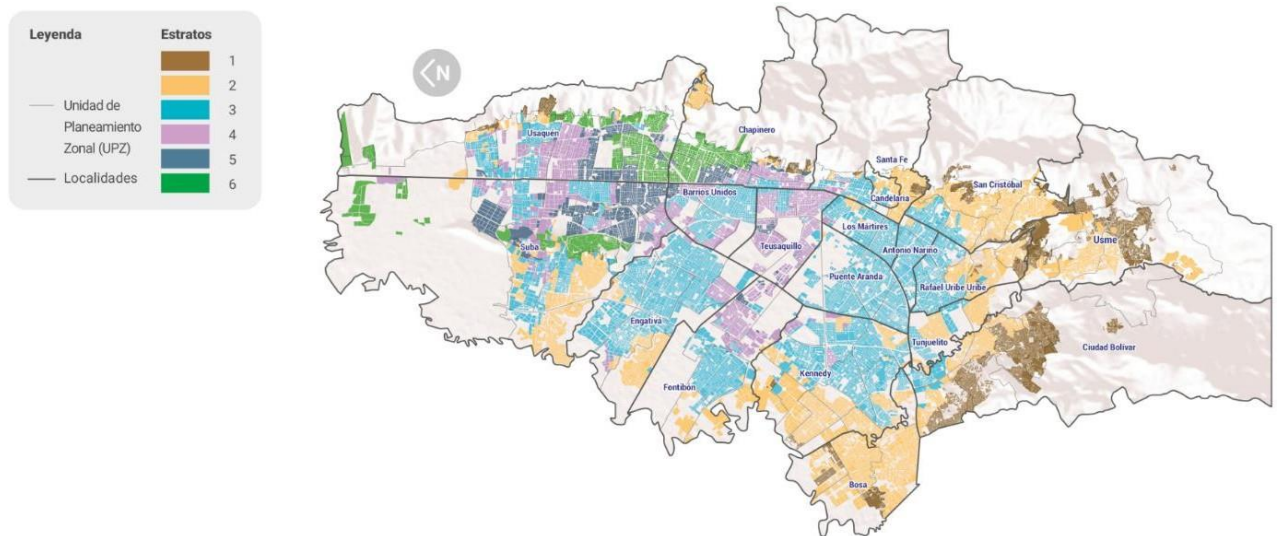
(ELABORACIÓN PROPIA)

DATOS DE (UNYPIMES, 2014)

Como se evidencia aún quedan muchas droguerías en Bogotá que podrían tener un gran potencial de subir sus ventas diarias con un servicio adicional al cliente y además este sector representa una cantidad importante de movimiento económico para el país.

## SECTOR

La estratificación también ayuda a identificar en que zonas de Bogotá sería pertinente apuntar estratégicamente; en los estratos altos y medios, por el nivel de vida de esta parte de la población, seguridad del sector y la afabilidad de desembolsar es más alto en promedio, y costumbre de a pagar más caro para cualquier ocasión, y como segunda instancia el estrato bajo alto 2, según el comportamiento que se obtenga al implementar en los estratos 3,4,5 y 6



(LY, n.d.)

La estratificación también ayuda a identificar en que zonas de Bogotá sería pertinente apuntar estratégicamente; vasados en este estudio publicado en EL ESPECTADOR. En los estratos altos y medios, por el nivel de vida de esta parte de la población, seguridad del sector y la ahabilidad de desembolsar, es más alto en promedio, y costumbre de pagar más caro por algunos productos o servicios, y como segunda instancia el estrato bajo alto 2, según el comportamiento que se obtenga al implementar en los estratos 3,4,5 y 6 perteneciendo parte a las localidades:

Usaquén

Suba

Engativá

Chapinero

Barrios unidos

Teusaquillo

Fontibón

Puente Aranda

Los mártires

Antonio Nariño

Rafael Uribe Uribe

Kennedy

## **EDAD**

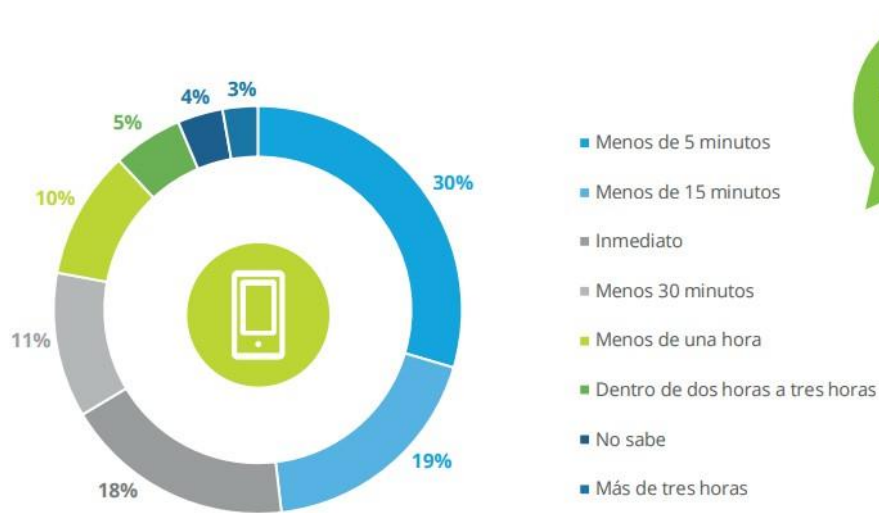
Esta situación que pone en alerta a las autoridades y farmacias, nos corrobora el segmento de mercado al que se va a dirigir, si se presta un servicio de distribución o red a domicilio de medicamentos, “Estamos encontrando en todo el Departamento que los jóvenes están comprando medicamentos que, sin prescripción médica, son muy delicados para el consumo y los mezclan con otros fármacos que los convierten en perjudiciales para la salud. Nosotros establecimos una constante vigilancia en las farmacias para verificar el cumplimiento de estas normas y en caso de encontrar infracciones iniciaremos los procesos sancionatorios”, indicó Francys Alzate Herrera, Técnica Área Salud del Departamento.” Secretaría de Gobierno, la Secretaría de Salud, las Comisarías de Familia y la Policía, vigilan y hacen cumplir la normatividad, para que ningún menor de edad acceda a medicamentos sin fórmula médica o compañía de un adulto responsable, ya sea por el peligro a una automedicación que incluso la hacen los adultos, o por “experimentar” y hacer mezclas con fármacos utilizados para tratar pacientes especialmente con problemas psicológicos, por lo que solo se le expenderán medicamentos a mayores de edad, y fórmula médica.(Alcaldía La Seja, 2018)

## **MEDIO**

Según una encuesta de consumo tecnológico realizada a 1000 personas refleja que en “nuestro país, el 96% de las personas que respondieron han declarado ser propietarias de teléfonos inteligentes, el 25% dueña de tabletas y un 9% de dispositivos de vestir. (DELOITTE, n.d.)

Es un impresionante el saber que tan conectados permanecemos, e incluso un resultado del mismo estudio, nos arroja que la mayoría de las personas antes de 45 minutos después de despertar sin contar con la alarma del teléfono móvil, revisan y utilizan su dispositivo móvil.

¿Cuánto tiempo transcurre desde que se despierta, hasta que revisa su celular? (sin incluir cuando apaga la alarma del despertador)



Es pertinente enfatizar en que, entre más se acerque o relacione algún producto o servicio y genere una interconexión directa con la tecnología, incrementa su probabilidad de que sea visto e incluso utilizado por el usuario, por consiguiente, aumenta su probabilidad de éxito gracias a la conectividad actual.(DELOITTE, n.d.)

### Caracterización de los clientes

Los potenciales clientes usuario final, en los estratos 3,4,5 y 6 anteriormente expuestos, están dispuestos a pagar algo más por el servicio o la comodidad, ya que tienen la solvencia económica para hacerlo sin ningún inconveniente, al igual un cliente droguería independiente, esta dispuesto a implementar o ampliar sus servicios para generar mas rentabilidad a su negocio, ya que busca

como tener más ingresos siempre, esto no presentaría problema alguno, ya que si se implementa una atención o servicio diferente, le dará un valor agregado y un plus, al cual lo más probable es que los clientes respondan beneficiosamente ante esto.

Los clientes a involucrar, deben ser mayores de edad, tener un teléfono inteligente y estar ubicado en las localidades expuestas anteriormente para gozar del 100% del servicio.

## **2.2 Estudio de la demanda de servicio al cliente**

En tiempos actuales 2020 de covid19 “Uno de los riesgos más inminentes en esta época es el contagio. Por esta razón, los servicios de domicilios y los ligados al comercio electrónico en el país han llegado a cifras ascendentes de hasta casi un 30% comparado con los números de las semanas anteriores al estado de emergencia, según María Fernanda Quiñones, presidenta ejecutiva de la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico (Ccce).”(PORTAFOLIO, 2020). De esta forma podemos equilibrar un proceso para poder contener la propagación, dando el soporte a los usuarios.

Se evidencia que la acogida del servicio a domicilio, tubo una aceptación demasiado buena y un crecimiento impresionante gracias a la pandemia y hay empresas testigos de este crecimiento en este sector según el reporte de portafolio en los meses de marzo del presente año.

“La directiva confirma la tendencia del aumento en búsquedas relacionadas con domicilios en línea que, según estadísticas de la empresa Google, alcanzó un incremento de hasta el 220% a principios del mes de marzo.” (PORTAFOLIO, 2020). Por esta razón estamos dando el veneficio de poder implementar este desarrollo para las droguerías.

“Como muestra de esto, Camilo Sarasti, gerente para Colombia de iFood, mencionó a Portafolio que esperan cerrar el mes con un volumen de 32 millones de pedidos debido a la incursión de nuevos clientes durante la coyuntura.”(PORTAFOLIO, 2020). Con esto podemos ver que el desarrollo en tiempos pandémicos activo un desarrollo en la cadena de domicilios y elevó este mercado laboral.

Esta empresa en la pandemia prestando el servicio de domicilio, llegó a crecer tanto que asegura el gerente que en ese momento llegó a ser tres veces más grande de lo que era antes.

“Otra de las aplicaciones que ha visto apalancado su flujo de caja es Merqueo, cuya operación, según la Ccce, ha sido tres veces mayor, registrando un avance de hasta un 84% en las órdenes de envío y penetración en el mercado multiplicada por dos.” (PORTAFOLIO, 2020). Paso a paso las empresas dan el desarrollo o paso de cambio al desarrollo de domicilios en Colombia y otras partes del país.

“Por su parte, la aplicación Rappi, por medio de su vocero, Matías Laks, evidenció un alza de casi el doble en los pedidos realizados durante los días de confinamiento (9% en marzo). A esto se le suman las transacciones de los canales propios de las diferentes marcas, principalmente las que proveen productos del sector farmacéutico, que según Santiago Pineda, CEO de Mensajeros Urbanos, presentan incrementos del 28% en todo el movimiento de pedidos.” (PORTAFOLIO, 2020) evidentemente, estas cifras son alentadoras para un nuevo emprendimiento y poner en marcha el proyecto DROGUI, porque la probabilidad de éxito en el mercado aumenta debido a la demanda tan grande que se generó de un momento a otro con la llegada del virus, por lo que es la oportunidad perfecta para incursionar en este mercado, de prestar estos tipos de servicios.

### **2.3 Proyección de la meta y nivel de servicio garantizado**

“De comida pasó a los víveres, luego a medicamentos y dinero en efectivo hasta entregar "lo que sea". Sí, literalmente lo que sea. Los emprendedores tienen como anécdota de cabecera la vez en que un grupo de amigos pidió a un repartidor para que jugara un videojuego con ellos porque les faltaba un player.” (Soluciones integrales rrh, 2020) Es el resumen de en lo que se convirtió Rappi, la gran empresa que tiene un rotundo éxito en este momento por prestar su servicio a domicilio, llegándose a convertir en la mano derecha de las personas que tienen poco tiempo, o necesitan realizar diferentes tipos de compras desde la comodidad de su Smart phone, esta plataforma presta un servicio excelente de domicilios, pero según experiencias y forma del aplicativo en su estructura, los medicamentos no son su fuerte, como tal los venden a domicilios, pero con muchos impedimentos y sin gestionar la parte promoción y cuidado de la salud, a diferencia de lo que pretende DROGUI, de volverse un servicio, que no solamente entregue domicilios y ayude a las droguerías independientes, si no que también, se vuelva del diario vivir de las personas para gestionar y aconsejar lo mejor para su salud, con base sustentable en la distribución de medicamentos y/o productos de farmacia como fuerte principal.

Merqueo es otra empresa prestadora de servicio, que le facilita realizar mercados con un monto mínimo para su despacho, desde la comodidad de su casa, y como lo dice el nombre su fuerte son solo los mercados, y otras empresas como ifood otra empresa dedicada a los domicilios de comida o domicilios.com uber eats, hacen parte del segmento de domicilios, pero en el momento no competirían directamente con el servicio de DROGUI.

La verdadera amenaza de DROGUI son los competidores que prestan el servicio de domicilio de medicamentos, pero no tanto como Rappi, sino una empresa, más especializada en ello ya que puede y cuenta con gran variedad y volumen de inventario, es cruz verde, es una cadena de



droguerías que ha crecido enormemente en los últimos años, su ventaja más grande es que tiene su propia distribución, ellos mismos controlan sus inventarios y tienen droguerías regadas por muchos lugares de Colombia, en Agosto de 2019, según el Diario de la república, Cruz verde contaba en ese momento con 350 puntos droguerías en el país, y ya tenían proyectado empezar 2020 con 60 puntos nuevos,(Cruz verde, n.d.) lo que es un gran volumen de droguerías y una inversión gigantesca, por su gran pulmón financiero, y al implementarlo unificándolo con tecnología, lo que está logrando poco a poco, es desplazar a las droguerías independientes del mercado, ya que como dicen por ahí, la unión hace la fuerza, y en este caso, muchas droguerías enlazadas entre si, y con la creación de más y más, pueden llegar a monopolizar gran parte del mercado en algún momento, ya hasta prestan el servicio de expender medicamentos a las EPS como en el caso de COLSANITAS que según la revista dinero tiene “más de 20.000 usuarios, 581 profesionales adscritos, 73 hospitales, 55 centros de urgencia y 120 centros de diagnóstico,”(COLSANITAS, n.d.). a disposición de los afiliados lo que le hace gran publicidad a cruz verde y ayuda a incrementar sus ventas, mientras las droguerías independientes luchan por sobrevivir, y preguntarse como van a hacer, cuando este tipo de empresas empiecen a manipular el mercado, así como lo están haciendo Justo & Bueno y D1, poco a poco quieren abarcar y monopolizar haciendo caer poco a poco a las tiendas de barrio, aunque sucederá en mucho tiempo, pero cuantas empresas no están haciendo lo mismo, ara y los grandes almacenes de cadena, y ahora con aplicaciones prestadoras de servicio a domicilio de mercados como Merqueo; exactamente lo mismo está sucediendo en el segmento del canal tradicional que son las droguerías, este es uno de los grandes motivantes para DROGUI, prestar el servicio a domicilio de droguerías independientes y fomentar su uso.

El nivel de servicio en el domicilio lo determinará cada independiente, y como el servicio lo prestan ellos mismos y saben que tienen competencia que también podría arrebatarles un ingreso

adicional, lo mas probable es que presten el mejor servicio posible, ya que Drogui les dará consciencia de la situación del mercado y se motiven a competir de esta manera y no dejarse sacar del canal tradicional.

## **2.4 Diseño de la organización para brindar el servicio**

**Domicilios de droguería:** tiene dos perspectivas:

A. Desde el Droguista o dueño propietario de la farmacia o droguería: Después de integrada la droguería independiente en DROGUIapp, va a tener la ventaja de:

A.1- El usuario o cliente final puede ver su localización e interactuar con la persona a cargo de la droguería o de la cuenta.

A.2 - Algún cliente le consulte por algún medicamento en específico, o realizar una breve cotización, mediante un chat o llamando directamente a la droguería o farmacia, el cual su número de teléfono estará disponible al público.

A.3 - Publicar máximo 5 ofertas, logrando que cualquier persona pueda observarlas y acceder a solicitar, ya sea a domicilio o directamente acercándose a la droguería, (esto le permitirá que el droguista mantenga o regule su stock de mercancía, rote lo que necesita rotar con mayor urgencia, ya sea por inventario demasiado alto y próximos a vencer con el consentimiento y conocimiento por parte del cliente, que conoce y acepta comprar este producto bajo estas condiciones, y que es bajo su responsabilidad su utilización antes de la fecha de caducidad, conociéndola previamente junto a la descripción del producto y la entrega o domicilio de los productos es como acuerde el cliente con la droguería).

Nota: Con previo aviso y permiso del droguista, se incluirán algunos pocos datos de la droguería que serán mostrados a la persona que tenga acceso a la aplicación, como el aval de que la droguería existe y está legalmente constituida, el número telefónico, nombre de la droguería y localización.

B. Desde el cliente o usuario final que utiliza la aplicación móvil: Después de creada la cuenta el usuario tiene la ventaja de:

B.1 - Observar la droguería más cercana, para cotizar o realizar su solicitud y minimizar al máximo los tiempos de gestión, realizando una mejor conectividad entre todas las droguerías independientes, como una cadena universal de droguerías y de libre albedrío.

B.2 - Observar las ofertas que constantemente publican las droguerías, para poder acceder a los mejores precios en algunos productos y adquirirlos lo más pronto posible.

B.3 - Confiabilidad de que está adquiriendo el producto en un establecimiento legalmente constituido y con aval de la secretaria de salud.

Nota: los clientes o usuario final, podrán ver la ubicación de las droguerías a su alrededor, gracias a una identificación interna o mapa GPS, encontrando a la mano gran variedad de opciones para su compra.

**Alarma multifuncional** Consta de una herramienta en el aplicativo, que podemos enlazar y programar fácilmente, guardándonos un mini inventario de nuestros productos adquiridos y enlazados al vademécum o a las recomendaciones del especialista o doctor, que servirá en la cotidianidad, para recordar de manera interactiva y agradable, alguna gestión que hay que realizar relacionada a la salud y bienestar ya sea:

- C. Consumo de un medicamento en tabletas, capsula o tableta recubierta, con su número de dosis y mili gramaje según su programación y respectiva recomendación.
- D. Consumo de un medicamento en jarabe, con su dosificación programada y su respectiva recomendación.
- E. Aplicación de alguna crema, ungüento, pomada, solución o algún otro medicamento de aplicación tópica y su respectiva recomendación.
- F. Aplicación de gotas, ungüentos oftálmicos u otro medicamento en zonas sensibles y expuestas del cuerpo con su respectiva recomendación
- G. Cambio de vendas, cambio de dispositivos médicos (catéter, sondas, enemas o curaciones)
- H. Aplicación de medicamentos vía intramuscular o intravenoso, con su respectiva recomendación.
- I. Alistamiento para el próximo control médico, o cita médica especializada
- J. Recordatorio para, reclamar o comprar algún medicamento que ya se esté agotando según la cantidad de pastas ingresadas en el mini inventario de la alarma multifuncional.

**Vademécum** (diccionario de medicamentos para profesionales) consiste en una herramienta muy funcional en la que se acopla al vocabulario coloquial, para que cualquier persona del común pueda entenderlo y no solo los profesionales, ya que nos proporciona información pertinente y muy valiosa para cualquier persona que consuma un medicamento y tendría que conocer claramente:

- A. Indicaciones (modo de consumo, quienes pueden consumirlo y contraindicaciones (posibles efectos secundarios)).
- B. Composiciones (que sustancia contiene y que excipientes genera)

C. Presentaciones (si el producto lo fabrican en capsula, tabletas jarabe, vía intravenosa muscular o tópica)

## **2.5 Definición de los parámetros críticos**

- a. Errores en las entregas, por desconocimiento del domiciliario de la droguería.
- b. Expendio de medicamentos sin formula y/o a menores de edad en los servicios de domicilio.
- c. Incumplimiento de medidas sanitarias impuestas por secretaría de salud
- d. Desaprovechamiento continuo del servicio
- e. Equivocación en el despacho

## **2.6 Proyección del contenido y magnitud de los parámetros críticos**

- a. Los errores en entrega, pueden ser un arma de doble filo, ya que en cierta medida una droguería independiente, se espera que se esmere en la entrega de su producto, e incluso más que un domiciliario de una cadena de droguerías, por lo que el error puede disminuir y complementarse con un acompañamiento de una herramienta de GPS implementada por Drogui para su fácil ubicación y entrega de pedidos
- b. El expendio de medicamentos sin formula se resuelve con una foto dirigida al droguista, con la que va a verificar si es una orden médica y archivarla como evidencia si es posible en medio digital y para los menores de edad, únicamente se puede acceder a la APP para solicitar domicilios solo si se es mayor de edad.

- c. El incumplimiento traerá sanciones legales principalmente para el droguista, por lo que se asume que este cumplirá con todos los requisitos, y será una condición para que use el servicio de Drogui
- d. Como el servicio más primordial no se va a solicitar a diario, por todos los usuarios, sino que va a ser esporádico o según el funcionamiento que le encuentren, o valores adicionales, estratégicamente para estar más cerca al consumidor, se prestará un servicio interactivo de alarma multifuncional, vademécum para que sienta que no solo tiene este beneficio con la compañía, sino que también tiene a la mano varias funcionalidades y ayudas para su diario vivir
- e. Los errores en las entregas o despachos como tal de la referencia del producto, es un tema delicado, pero ya es responsabilidad de la droguería independiente, pero sin embargo la contingencia es, culturizar al cliente de revisar la totalidad de su pedido en presencia del domiciliario, que corresponda las cantidades, el tipo de producto, lote y mili gramaje.

## 2.7 Diseño de la oferta y promoción del servicio



(Elaboración propia)

El servicio Drogui estará disponible de manera gratuita a los usuarios interesados, también con soporte técnico via WHATSAPP, pero los que tendrán el 100% de todos los servicios inicialmente son los que están ubicados en el segmento anteriormente realizado de las localidades de la ciudad de Bogotá D.C. a impactar y las cuales tendrán indicadores para medir la gestión del servicio:

## INDICADORES

Los indicadores implementados, es para evidenciar si se cumple con el servicio prometido y si los clientes están satisfechos; si se consigue, estos mismos clientes ayudan a generar buenas críticas y recomendaciones atrayendo así, nuevos y potenciales clientes, tanto droguistas como usuarios finales.

**CUMPLIMIENTO DE ORDENES:** Se definirá, como el resultado porcentual del número de pedidos que se ordenan contra el número de pedidos que se entregan efectivamente.

$$\frac{\text{Solicitudes realizadas}}{\text{Pedidos entregados}} \times 100 = \text{porcentaje \% de entregas efectivas, que no debería ser menor al 98\%}$$

**SATISFACCIÓN DEL SERVICIO PRESTADO:** Se medirá, como se sintió el cliente final con el servicio prestado y también el nivel de satisfacción del droguista independiente donde se le

asignará el siguiente valor a los criterios y determinar por un promedio, como se encuentra el servicio, ya sea en general, por droguería o por sectores y también los factores que le incomodaron.

Criterio del servicio prestado:

Pésimo = 1

Malo = 2

Normal = 3

Bueno = 4

Excelente = 5

Suma del puntaje de los criterios                      promedio del tipo de servicio prestado según el rango.

# de encuestas realizadas                      —

Factores de inconformismo:

- a. Servicio a domicilio
- b. Alarma multi funcional
- c. Vademécum

Se medirán en que factores, podrían tener inconformidad los clientes, para poder implementar un plan de acción.



## **RESULTADOS DEL OBJETIVO ESPECIFICO NO. 2**

### **3. DESCRIPCIÓN Y JUSTIFICACIÓN DE LA EMPRESA**

#### **3.1 Descripción de la necesidad detectada**

En el gremio, no tan popularizado del canal tradicional o canal de droguerías y farmacias, al igual que muchos otros sectores de mercado, como el de comida rápida y mercado, está siendo afectado por las grandes compañías y cadenas de distribución, que tienden a monopolizar, por sus ventajas en el mercado con las cuales se es muy difícil a una droguería independiente competir, contra grandes distribuidoras y expendedoras de medicamentos como Cruz verde, Drogas la rebaja, La economía, Droguería Alemana y entre otras muchas cadenas de droguerías, las cuales tienen, primero preferencia en precios, por ser compradores directos en la mayoría de laboratorios que manejan sus productos, por lo que pueden manejar mejor el mercado ya sea disminuyendo el precio de venta de los productos para obtener más clientela o manejar el mismo margen de precios del mercado e invertir en valores agregados de su servicio de expendedores o venta de medicamentos para el apoyo de la gestión de salud en Colombia; si la empresa no invierte en esos valores agregados, significa que su rentabilidad actual está siendo considerablemente alta comparado con una droguería independiente, lo que le permite recoger capital más rápido y poder invertir en otro punto de droguería en su cadena, o invertir como lo han hecho últimamente y con mayor acogida gracias a la pandemia, prestar el servicio de domicilio gestionado a través de una TIC, para prestar seguridad a las personas sobre los protocolos de bioseguridad, implementados en el 2020, y fomentando las compras virtuales y transacciones, lo cual le dio un “gran empujón” a segmento del servicio de domicilios y venta de medicamentos en línea.

Debido a que las droguerías independientes o PYMES, no tienen primero el capital suficiente o el conocimiento para implementar una TIC, algo más que WHATSAPP BUSINESS, para prestar un mejor servicio, e impedir que las grandes cadenas sigan abordando mas parte del mercado, van a tender a desaparecer, porque el ambiente del mercado en la actualidad es esa, quien no desarrolle o quien no sea innovador, ya sea en sus procesos, procesos legislativos, administración en general y sin menospreciar lo tan importante que es el marketing, pueden dar soporte al estancamiento del negocio o cierre de éste.

El gran conflicto es éste, es que llegara el momento en que las cadenas de droguerías absorberán a las droguerías independientes o serán tan grandes y competitivas, que el canal tradicional, se verá más afectado, y otra necesidad detectada, es que en el momento la cadena de droguerías más grande del mercado no alcanza cubrir todas zonas y tampoco las necesidades de todos los usuarios al prestar su servicio, porque aún las droguerías independientes siguen siendo más la cantidad que están registradas tanto en Bogotá como en el país, que las que se registran en las cadenas, lo que da gran oportunidad al colocarse del lado del droguista independiente, y ayudarlo al mejorar sus servicios, y actualización de cómo está funcionando el mercado, para que se adapte a él y la competencia sea justa y equitativa.

### **3.2 Breve descripción del negocio**

Droguí, es el servicio a la mano de la comunidad o usuarios, que con acceso a un smart phone o computador, para adquirir medicamentos y otros productos de droguería, de forma óptima, a la cual se afiliaran las droguerías independientes, para que presten el servicio de domicilio, los mismos droguistas o hagan un acuerdo de entrega, como facilitador y prestar el servicio del medio de comunicación directo entre el droguista y el usuario final, implementando estrategias de

publicidad, y adicionales interactivos, para complementar el servicio y contribuir también de manera social al mercado tradicional de las droguerías independientes a crecer, implementando un vademécum y alarma interactiva de medicamentos que complementaran el servicio de domicilio, desde su adquisición hasta el consumo, el horario programado, el indicado y un inventario para controlar y programar el consumo o compra de los productos necesarios para una vida plena, ya que este es el objetivo esencial de este tipo de mercado, en especial el de los medicamentos.

### **3.3 Misión y visión**

#### **Misión**

Drogui presta el servicio de comunicación directa entre el droguista independiente y el usuario final, para mejorar la gestión de la actividad comercial de las farmacias o mal llamadas droguerías de barrio, pretendiendo apoyar el canal tradicional independiente, para que no “muera” frente a las grandes cadenas de droguerías, con el apoyo de la implementación de TICS y ayudas complementarias al servicio, como el diccionario de medicamentos (vademecun) y la alarma multifuncional, contribuyendo al el desempeño óptimo de la compañía e innovando constantemente y ofreciendo el mejor el servicio de domicilio y sus complementos.

#### **Visión**

En 5 años Drogui será reconocida a nivel nacional, por ser el aliado número 1 de todas las droguerías independientes, en la ayuda para la gestión de la venta no presencial, del canal

tradicional, ayudando a que éste, tenga un crecimiento en el mercado y compita más equitativamente contra las grandes cadenas, con nuevas innovaciones en su servicio para prestarle el mejor servicio al cliente, y acompañarlo en su compra y tratamiento, como valor agregado un servicio postventa e innovando constantemente.

### 3.4 DOFA

Se analizaron y contemplaron gran parte de los aspectos más pertinentes para el desarrollo de la aplicación.

<b>ASEPLA</b>	<b>Lista de Fortalezas</b>	<b>Lista de Debilidades</b>
<b>Análisis Interno</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Personal capacitado profesionalmente en la industria farmacéutica y de distribución.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Confiabilidad del cliente al ejecutar esta plataforma.</li> </ul>
<b>Análisis Externo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mejor aceptación del mercado por ser un producto por ser una plataforma innovadora.</li> <li>• Recursos financieros adecuados</li> <li>• Buena imagen de los compradores</li> <li>• Propiedad de tecnología</li> <li>• Productos de alta rotación</li> <li>• Alta comunicación con los clientes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• servicio nuevo carece de posicionamiento en el mercado.</li> <li>• No hay dirección estratégica clara</li> <li>• Instalaciones obsoletas</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de oportunidad y talento gerencial</li> <li>• Seguimiento deficiente al implantar la estrategia</li> <li>• Carencia de pulmón financiero</li> </ul>
<p><b>Lista de Oportunidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Atender a grupos adicionales</li> <li>• En Colombia hay más de 25.000 droguerías registradas y en promedio el 67% son droguerías de independientes.</li> <li>• Mayor capacidad de respuesta ante una solicitud</li> </ul>	<p><b>FO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aceptación en el mercado actual por ser innovador y pensando en la satisfacción del cliente,</li> <li>• Posibilidad de ser distribuidores de medicamentos a droguerías independientes.</li> <li>• Hacer gestión publicitaria por medio de redes sociales</li> <li>• Posibilidad de hacer acercamientos comerciales con los laboratorios para impulsar la aplicación.</li> <li>• Aceptación del mercado actual</li> </ul>	<p><b>DO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Se puede generar un pulmón financiero rápido.</li> <li>• generar confiabilidad haciendo que los clientes reconozcan la marca en diferentes partes de la ciudad</li> <li>• Haciendo benchmarking.</li> <li>• Hacer notar tanto a los droguistas como</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ingresar a nuevos mercados o segmentos</li> <li>• Diversificación de productos similares</li> <li>• Confianza al desempeñar la labor de domicilio como personal propio de la farmacia</li> </ul>		<p>laboratorios la viabilidad de la herramienta informática</p>
<p><b>Lista de amenazas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Precios competitivos en el mercado</li> <li>• Protocolos de bioseguridad por el covid-19</li> <li>• Protocolo de seguridad en cuanto al manejo y expendio de medicamentos y alimentos</li> <li>• Posibles plagios a la pagina</li> </ul>	<p><b>FA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Se harán estudios de investigación para mejorar los servicios de la aplicación continuamente para ser más competitivos.</li> <li>• Asesoría de compra a los droguistas para su mejora en precios y ser competitivos en el mercado</li> <li>• Investigación pertinente del mercado, encuestas de satisfacción para conocer los motivos por los que el cliente requeriría nuestra aplicación.</li> </ul>	<p><b>DA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Apoyo en proyectos de droguerías institucionales o pequeñas, hospitales, clínicas (centros de salud).</li> <li>• Falta de posicionamiento en el mercado comparado con las otras grandes compañías del sector</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Posible falta de interacción con el aplicativo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La gran competencia del sector, pero podemos innovar la app.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dependencia directa de flujo de clientes</li> </ul>
--	--	--

El proyecto cada vez toma mejor forma sobre su factibilidad, por lo que se convierte en un plan para aumentar los ingresos de las droguerías independientes y darles un gran apoyo, contribuyendo tanto a la economía local como gran parte de ayuda a los centros de atención médica, ya que se tiene una mejor reacción ante los requerimientos del cliente. Es más probable que un paciente con un dolor mínimo no requiera ir a la EPS si no comprar un medicamento que pueda ayudarlo a seguir con su diario vivir, evitándose la congestión tan grande en el sistema de salud, y aun con mayor razón en estos tiempos de CORONA VIRUS, es más viable porque estamos en el auge de los domicilios, muchas personas están con miedo por ser un virus peligroso y respetable, lo que conlleva a que tenga más probabilidad de aceptación en el mercado, por la seguridad y accesibilidad.

### **FODA**

El análisis FODA se realizó para identificar de manera más clara, los aspectos que intervienen en la implementación del servicio de DROGUI tanto internos como externos, analizando así las amenazas, oportunidades, fortalezas y debilidades, con esto se realizan estrategias:

De éxito: ¿cómo usar nuestras fortalezas para aprovechar nuestras oportunidades?

De reacción: ¿cómo usar nuestras fortalezas para mitigar las amenazas?

De adaptación: ¿cómo aprovechar las oportunidades para corregir nuestras debilidades?

De supervivencia: ¿cómo podemos mantenernos en pie aun con las amenazas vistas?

(IE, 2020)

### **3.5 Planteamiento de estrategias y ventajas competitivas**

#### Diferencial como estrategia competitiva

Droguí como compañía tendrá una ventaja competitiva, nunca antes vista, y que ningún competidor está utilizando, esta metodología para llegar de mejor manera a los usuarios finales, gracias a esta distribución está apoyada en la herramienta informática y con las siguientes características:

Mejor servicio : porque las droguerías independientes con personal propio, prestan el servicio a domicilio, lo que logra que esto afecte positiva o negativamente la popularidad, de la droguería independiente, la capacidad de respuesta, puede ser más rápida y lo mejor de todo, es que se contaría con el inventario más grande y disponible en productos de farmacia, del país, lo que con lleva a que se dé una respuesta más optima sobre, si un producto está disponible en el mercado en general.

Se condensarán en una sola plataforma, además del servicio de domicilios, otros servicios complementarios, el vademécum de medicamentos, alarma multifuncional con un inventario personal, acompañado de consejos y datos curiosos para mejorar la salud, publicados tanto en redes sociales, como en la aplicación, para ampliar la popularidad de ésta.





### 3.6 Modelo de negocio/cadena de valor:

Drogui como empresa legalmente constituida, en su proceso de distribución principal de medicamentos y otros productos farmacéuticos, constara de unos procesos de afiliación, por ambas partes, captura de ordenes de pedido, consultas de medicamentos, consejos de salud, recordatorios y dosificación, para prestarle el mejor servicio posible complementario de salud, e ir mejorando constantemente.

Como principal motivación está, el ayudar a las personas que consumen medicamentos, y profesionales de la salud, para ayudar al sistema de salud del país, evitando que se colapsen, clínicas y hospitales, utilizándolas quien las necesiten de verdad, con suma urgencia, y ayudar a que cada persona gestione y pueda tener un control, sobre su salud, consejos para estar en forma y no solo dedicado a curar, si no también a mejorar y potenciar la salud de las personas, además de esta causa

tan conmovedora, la otra razón de ser, es del sector económico, y es en el no dejar que los grandes inversionistas y poderes políticos que quieren monopolizar nuestro país, acaben con nuestros comerciantes, y directores de farmacias, ayudando a que, así como las grandes cadenas como cruz verde, Cafam, drogas la rebaja, y entre otras, tengan el capital y el conocimiento para crear su propia cadena de distribución por medios digitales, apoyándose en las TICS, realizando domicilios y ganando más popularidad; así mismo se pretende que Drogui impacte en el mercado, ayudando a miles de droguerías, a generar una competencia más justa frente a las grandes cadenas, impidiendo que las droguerías independientes sean acabadas, o absorbidas por estas grandes cadenas, algo preocupante, que se esta murmurando y es que la propia cámara y comercio, reunió a un grandísimo grupo de droguistas y les recomendó, o afiliarse a la cooperativa, que es coopidrogas, o venderle su negocio a cruz verde; realmente es impactante, ver que hasta la parte legal de nuestro país, le dé este rumbo, a los pequeños inversionistas, apoyen a los más grandes y hagan desaparecer la comercialización justa y leal.

#### **4. PLAN DE MERCADOTECNIA**

##### **4.1 Plan estratégico de precio**

Una de las mejores formas de agradar al mercado, es prestar o dar cosas gratis, para el público, lo que genera una popularidad alta y rápida, siempre y cuando, el servicio prometido sea el prestado, lo cual ayudaría a que se viralice la marca rápidamente con un buen impulso publicitario.

## 4.2 Promoción

Con un diseñador gráfico se creó el logo de Drogui, después de varios intentos, se llega al diseño actual, se realizó un pequeño sondeo, donde la mayoría de la población relaciona cuando le hablan de medicamentos con los colores blanco y azul, así mismo cuando les mencionan las palabras, salud y droguería, lo relacionan con los colores blanco y rojo.



El isologo lleva un diseño del símbolo original de la medicina, combinado con una D y un corazón, asimilando la letra O, lo que le da una originalidad, vida y lo hace impecable, para una imagen de una aplicación de salud.



Cabe destacar, que el diseño del logo, el que irá, en aplicaciones web o en las tiendas de aplicaciones móviles, es bastante llamativo, y fresco, por su diseño derivado del isologo, donde muestra sus componentes esenciales, el símbolo de la serpiente en el bastón, que asimila al símbolo original de la medicina, la D que es la inicial de nuestra razón social y el corazón de la O, que asemeja a vida, salud y bienestar, lo que le da un diseño bastante original y profesional a nuestro logotipo, el cual tiene altas probabilidades de ser bien aceptado en el mercado.

### **4.3 Distribución**

La distribución la va a realizar como tal, el dueño de la droguería o auxiliar, generando así una mejor garantía y confiabilidad de quien puede entregar un medicamento a domicilio, Drogui solamente será, quien presta el servicio de interconectar a los clientes o usuarios finales con las droguerías y les da un servicio o plus adicional, para que frecuenten más este servicio.

### **4.4 Plaza**

La cobertura de la empresa, será a nivel capital, inicialmente en las localidades primeramente planteadas, pero después se puede hacer masivo, según el alcance y disponibilidad de las droguerías en determinadas zonas del país.

## **RESULTADOS DEL OBJETIVO ESPECIFICO NO. 3**

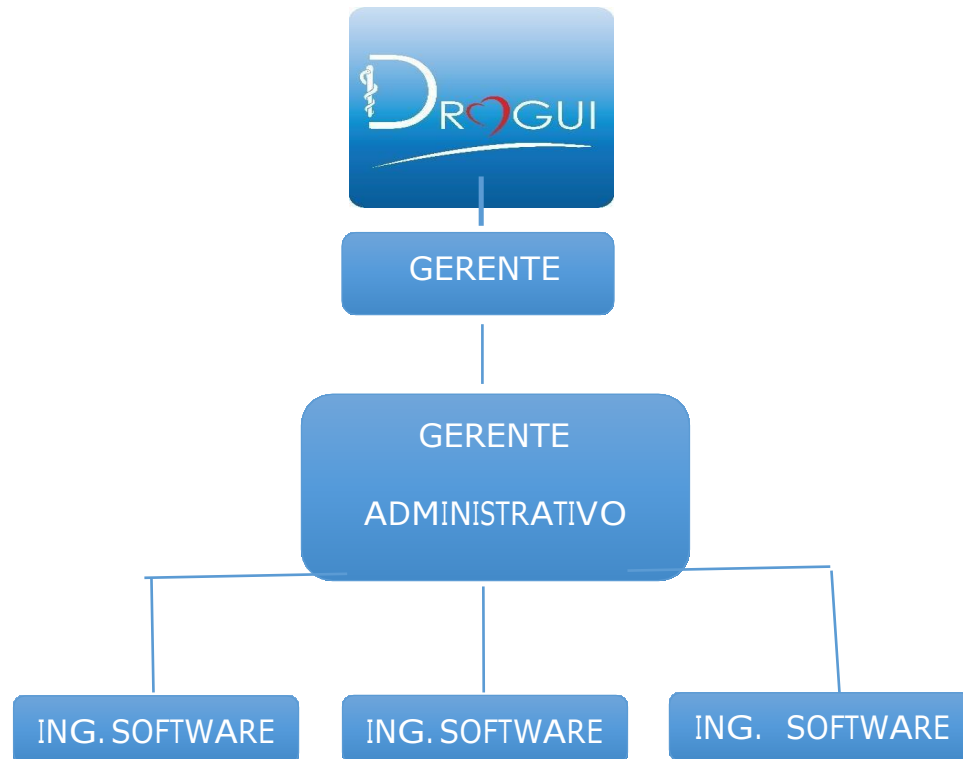
### **5. ADMINISTRACIÓN DE LOS RECURSOS HUMANOS**

#### **5.1 Responsables del proyecto:**

**EDWIN GARCIA DELGADO Y JHONATAN NARANJO MALDONADO**, son los responsables de Drogui, su ejecución total y supervisar su operatividad, cómo gerentes y socios inversionistas.

Ambos ingenieros Industriales, tienen un amplio recorrido en el sector de ventas y compras en el mercado nacional, con amplio conocimiento en herramientas ofimáticas, desarrollando una investigación adecuada del mercado, para la toma de decisiones mas convenientes para el servicio Drogui

## 5.2 Organigrama de la empresa



## 5.3

### Descripción de los puestos

El equipo de desarrollo de software de Drogui, estará compuesto por 3 profesionales, los cuales trabajan en conjunto para ejecutar cada sub-proyecto de todo lo que hace a Drogui.

El profesional programador de software, con más experiencia realiza la herramienta de domicilio y contacto, tanto con el cliente final, cómo con la droguería y los otros dos programadores se encargan, también de desarrollar y mantener la alarma multifuncional, con su inventario, la publicación de los Drogui datos y el vademécum.

Los gerentes e inversionistas principales, se dedican a hacer negociaciones con los laboratorios y encontrar la forma de monetizar el servicio, sin generar impactos negativos en el

crecimiento del aplicativo, ya que como se sabe, tiende a ser más exitoso o rápidamente reconocido lo que es gratis, y se le implementa publicidad; además se encargarán de impactar a las droguerías haciendo ver los beneficios y que se afilien de manera gratuita temporalmente.

#### 5.4 Cantidad de personal y costo de nomina

Se necesitan, además de los gerentes industriales; 3 ingenieros en software de programación, los cuales forman el equipo inicial para la ejecución del desarrollo del servicio a domicilio Drogui

TOTAL PAGO DE NOMINA A PERSONAL							
CEDULA	TRABAJADOR	DIAS TRABAJADOS	SUELDO	AUXILIO DE TRANSPORTE	SALUD	PENSIÓN	TOTAL A PAGAR
1026597492	ing. Jhonatan Naranjo	30	\$ 1.600.000	\$ 102.854	-\$ 64.000	-\$ 64.000	\$ 1.574.854
923898	ing. Edwin Garcia	30	\$ 1.600.000	\$ 102.854	-\$ 64.000	-\$ 64.000	\$ 1.574.854
98882290	Ing. De software 1	30	\$ 1.800.000		-\$ 72.000	-\$ 72.000	\$ 1.656.000
8989890	Ing. De software 2	30	\$ 1.800.000		-\$ 72.000	-\$ 72.000	\$ 1.656.000
10230098	Ing. De software 3	30	\$ 1.800.000		-\$ 72.000	-\$ 72.000	\$ 1.656.000

(elaboración propia)

TOTAL GASTOS DE PERSONAL													
CEDULA	TRABAJADOR	DIAS TRABAJADOS	SUELDO	AUXILIO DE TRANSPORTE	SALUD	PENSIÓN	ARL	CCF	VACACIONES	PRIMA	CESANTIAS	INTERESES DE CESANTIAS	TOTAL GASTOS DE PERSONAL
1026597492	ing. Jhonatan Naranjo	30	\$ 1.600.000	\$ 102.854	\$ 128.000	\$ 192.000	\$ 8.352	\$ 64.000	\$ 66.720	\$ 141.848	\$ 141.848	\$ 17.022	\$ 2.462.643
923898	ing. Edwin Garcia	30	\$ 1.600.000	\$ 102.854	\$ 128.000	\$ 192.000	\$ 8.352	\$ 64.000	\$ 66.720	\$ 141.848	\$ 141.848	\$ 17.022	\$ 2.462.643
98882290	Ing. De software 1	30	\$ 1.800.000		\$ 144.000	\$ 216.000	\$ 9.396	\$ 72.000	\$ 75.060	\$ 149.940	\$ 149.940	\$ 17.993	\$ 2.634.329
8989890	Ing. De software 2	30	\$ 1.800.000		\$ 144.000	\$ 216.000	\$ 9.396	\$ 72.000	\$ 75.060	\$ 149.940	\$ 149.940	\$ 17.993	\$ 2.634.329
10230098	Ing. De software 3	30	\$ 1.800.000		\$ 144.000	\$ 216.000	\$ 9.396	\$ 72.000	\$ 75.060	\$ 149.940	\$ 149.940	\$ 17.993	\$ 2.634.329
TOTAL			\$ 8.600.000	\$ 205.708	\$ 688.000	\$ 1.032.000	\$ 44.892	\$ 344.000	\$ 358.620	\$ 733.515	\$ 733.515	\$ 88.022	\$ 12.828.273

(elaboración propia)

## 6. PLANEACIÓN FINANCIERA

### 6.1 Inversión inicial:

Establecer gastos pre operativos, infraestructura, mobiliario, maquinas.

Recurso	Cantidad	costo unitario	total
Nomina	5		\$ 12.828.273

computador core i7	5	\$ 2.699.000	\$ 13.495.000
Internet	Y licencias de programas		\$ 300.000
servidores 1er año	para un flujo bajo inicial		\$ 320.000
Total			\$ 26.763.273

Gasto fijo mensual
\$ 13.128.273
Gasto anual variable
\$ 320.000
Costo maquinaria
\$ 13.495.000
costo de desarrollo

3 meses de  
desarrollo con los  
ingenieros, sin  
puesta en marcha

	ni recibir ningún tipo de ingreso		
\$ 26.939.373			
Cobro inicial a laboratorio mensual promedio	Total, laboratorios esperados a impactar inicialmente (6- meses)	impacto promedio primeros 6 meses	ingreso x laboratorio después del 6to mes esperado con crecimiento del 22% mensual
		\$ 1.000.000	
\$ 100.000	60	\$ 6.000.000	12,2
Cobro inicial a droguería mensual promedio	Total, droguerías a impactar, con medios digitales y presencial x mes	Impactos los primeros 6 meses	Total de ingresos en los primeros 6 meses por droguerías
\$ 15.000	432	2592	\$ 25.920.000
Total ingresos mensuales esperados			\$ 4.320.000



Promedio de visitas de un vendedor externo a droguerías x día	visitas esperadas x mes
18	432

### 6.3 Indicadores financieros:

La primera inversión y gasto se realiza el mes de enero, que es la inicial

#	MES	INGRESO X LABORATORIOS	INGRESO POR DROGUERIAS	GASTOS	UTILIDAD	UTILIDAD ACUMULADA
1	ENERO	\$ 500.000	\$ 900.000	\$ 40.754.373	\$ (39.354.373)	\$ (39.354.373)
2	FEBRERO	\$ 1.300.000	\$ 1.800.000	\$ 13.128.273	\$ (10.028.273)	\$ (49.382.646)
3	MARZO	\$ 2.300.000	\$ 2.715.000	\$ 13.128.273	\$ (8.113.273)	\$ (57.495.919)
4	ABRIL	\$ 3.500.000	\$ 3.645.000	\$ 13.128.273	\$ (5.983.273)	\$ (63.479.192)
5	MAYO	\$ 4.700.000	\$ 4.590.000	\$ 13.128.273	\$ (3.838.273)	\$ (67.317.465)

6	JUNIO	\$ 6.000.000	\$ 5.550.000	\$ 13.128.273	\$ (1.578.273)	\$ (68.895.738)
7	JULIO	\$ 7.200.000	\$ 6.525.000	\$ 13.128.273	\$ 596.727	\$ (68.299.011)
8	AGOSTO	\$ 8.400.000	\$ 7.515.000	\$ 13.128.273	\$ 2.786.727	\$ (65.512.284)
9	SEPTIEMBRE	\$ 9.600.000	\$ 8.520.000	\$ 13.128.273	\$ 4.991.727	\$ (60.520.557)
10	OCTUBRE	\$ 10.800.000	\$ 9.540.000	\$ 13.128.273	\$ 7.211.727	\$ (53.308.830)
11	NOVIEMBRE	\$ 12.000.000	\$ 10.575.000	\$ 13.128.273	\$ 9.446.727	\$ (43.862.103)
12	DICIEMBRE	\$ 13.200.000	\$ 11.625.000	\$ 13.128.273	\$ 11.696.727	\$ (32.165.376)
13	ENERO	\$ 14.400.000	\$ 12.690.000	\$ 13.128.273	\$ 13.961.727	\$ (18.203.649)
14	FEBRERO	\$ 15.600.000	\$ 13.770.000	\$ 13.128.273	\$ 16.241.727	\$ (1.961.922)
15	MARZO	\$ 16.800.000	\$ 14.865.000	\$ 13.128.273	\$ 18.536.727	\$ 16.574.805
16	ABRIL	\$ 18.000.000	\$ 15.975.000	\$ 13.128.273	\$ 20.846.727	\$ 37.421.532

17	MAYO	\$ 19.200.000	\$ 17.100.000	\$ 13.128.273	\$ 23.171.727	\$ 60.593.259
18	JUNIO	\$ 20.400.000	\$ 18.240.000	\$ 13.128.273	\$ 25.511.727	\$ 86.104.986
19	JULIO	\$ 21.600.000	\$ 19.395.000	\$ 13.128.273	\$ 27.866.727	\$ 113.971.713
20	AGOSTO	\$ 22.800.000	\$ 20.565.000	\$ 13.128.273	\$ 30.236.727	\$ 144.208.440
21	SEPTIEMBRE	\$ 24.000.000	\$ 21.750.000	\$ 13.128.273	\$ 32.621.727	\$ 176.830.167
22	OCTUBRE	\$ 25.200.000	\$ 22.950.000	\$ 13.128.273	\$ 35.021.727	\$ 211.851.894
23	NOVIEMBRE	\$ 26.400.000	\$ 24.165.000	\$ 13.128.273	\$ 37.436.727	\$ 249.288.621
24	DICIEMBRE	\$ 27.600.000	\$ 25.395.000	\$ 13.128.273	\$ 39.866.727	\$ 289.155.348
25	ENERO	\$ 28.800.000	\$ 26.640.000	\$ 13.128.273	\$ 42.311.727	\$ 331.467.075
26	FEBRERO	\$ 30.000.000	\$ 27.900.000	\$ 13.128.273	\$ 44.771.727	\$ 376.238.802
27	MARZO	\$ 31.200.000	\$ 29.175.000	\$ 13.128.273	\$ 47.246.727	\$ 423.485.529

28	ABRIL	\$ 32.400.000	\$ 30.465.000	\$ 13.128.273	\$ 49.736.727	\$ 473.222.256
29	MAYO	\$ 33.600.000	\$ 31.770.000	\$ 13.128.273	\$ 52.241.727	\$ 525.463.983
30	JUNIO	\$ 34.800.000	\$ 33.090.000	\$ 13.128.273	\$ 54.761.727	\$ 580.225.710
31	JULIO	\$ 36.000.000	\$ 34.425.000	\$ 13.128.273	\$ 57.296.727	\$ 637.522.437
32	AGOSTO	\$ 37.200.000	\$ 35.775.000	\$ 13.128.273	\$ 59.846.727	\$ 697.369.164
33	SEPTIEMBRE	\$ 38.400.000	\$ 37.140.000	\$ 13.128.273	\$ 62.411.727	\$ 759.780.891
34	OCTUBRE	\$ 39.600.000	\$ 38.520.000	\$ 13.128.273	\$ 64.991.727	\$ 824.772.618
35	NOVIEMBRE	\$ 40.800.000	\$ 39.915.000	\$ 13.128.273	\$ 67.586.727	\$ 892.359.345
36	DICIEMBRE	\$ 42.000.000	\$ 41.325.000	\$ 13.128.273	\$ 70.196.727	\$ 962.556.072
37	ENERO	\$ 43.200.000	\$ 42.750.000	\$ 13.128.273	\$ 72.821.727	\$ 1.035.377.799
38	FEBRERO	\$ 44.400.000	\$ 44.190.000	\$ 13.128.273	\$ 75.461.727	\$ 1.110.839.526

39	MARZO	\$ 45.600.000	\$ 45.645.000	\$ 13.128.273	\$ 78.116.727	\$ 1.188.956.253
40	ABRIL	\$ 46.800.000	\$ 47.115.000	\$ 13.128.273	\$ 80.786.727	\$ 1.269.742.980

El punto de equilibrio proyectado, se lograría entre el mes 14 y 15, saldando y liquidando todas las deudas de la compañía.

El punto de la inversión más alta, antes de empezar a generar utilidad, sobre la operación de un mes normal es en el mes 6, por lo que refleja que la inversión sería de \$68.895.738

#### **6.4 Plan de contingencia:**

Se buscan todas las alternativas, para financiar el proyecto y sea sostenible, ya sea con laboratorios, con convenios para pautar sus productos en la plataforma de la distribución, al cliente droguista, para que el aparecer activo sea un privilegio y un aumento en sus ventas, capacitaciones virtuales, prestamos con interés bajo a las personas dueñas de droguería para levantarse, generar un tipo de fondo entre droguerías, para que generen sentido de pertenencia a Drogui, evaluar otros sectores de mercado o del sector salud, que se puedan impulsar.

Debido a que la inversión, no es tan grande, si no llegase a ser exitoso, están los equipos disponibles para otro tipo de negocio.

#### **6.5 Fuentes de financiamiento:**

Los laboratorios pequeños y medianos, con buen flujo de inventario, pero no tan reconocidos, para aumentar sus ventas, y hasta generarles concursos a los droguistas por ventas de sus productos, les den algún incentivo a partir de una cuota de unidades mininas, y que financien un monto

mensual, por usar el servicio de interconexión con la droguería y pautar con el cliente final en la misma plataforma.

Persuadir al droguista de los beneficios del servicio y el posible futuro aumento en los requerimientos, o clientes para que invierta un dinero mensual en esta plataforma.

## **7. ASPECTOS LEGALES**

### **7.1 Constitución legal**

La constitución legal al ser una asociación es SAS, DROGUIAPP.S.A.S constituida el 26 de septiembre del 2020, conformada por JHONATAN NARANJO MALDONADO y EDWIN GARCIA DELGADO

### **7.2 Participación de capital de los socios**

JHONATAN NARANJO	:40%
EDWIN GARCÍA	:40%
BANCOS o INVERSIONISTAS	:20%

### **7.3 Régimen fiscal:**

PERSONA JURIDICA, REGIMEN GENERAL

Régimen para las sociedades corporativas, Las empresas en general, sin importar su tamaño, también pueden

utilizar el régimen de las sociedades cooperativas de producción de bienes o servicios. Es un régimen que funciona

con base en el flujo de efectivo, pero que por ley (dos años) y por decreto (tres años) permite pagar el impuesto

sobre la renta (ISR) a los cinco años, posteriores a la causación. Ese beneficio funciona como una especie de

financiamiento y lo debes aprovechar, si es que lo puedes aplicar.

Para la constitución de una sociedad limitada tienes, básicamente, 3 vías: hacer la tramitación personalmente,

acudiendo a cada una de las instituciones: Hacienda, Registro Mercantil, notaría y Seguridad Social; acudir a un

Punto de Atención al Emprendedor (PAE); o, realizarlo directamente vía telemática. Por cualquiera de estas 3 opciones, tendrá la posibilidad de crear una SL.

#### **7.4 Patentes, registros usos de marcas registradas:**

Se patentará el servicio mejorado de Drogui, que colecciona varias herramientas interactivas, para que el cliente acceda con mayor facilidad y frecuencia a tomar el servicio, tanto el droguista independiente como el cliente final.

#### **7.5 Asociaciones con entidades**

Si se quieren implementar instalaciones propias para Drogui hay que seguir el siguiente procedimiento, para lo que aplique:

Para inscribir y/o habilitar los servicios, presente los siguientes documentos:

\* Documento que certifique que realizó la autoevaluación y cumple con los criterios establecidos en la Resolución 3100 de 2019.

\* Formulario de Inscripción o de Novedades, debidamente diligenciado (impreso). Este documento debe imprimirse completo en original y copia. No se requiere impresión a color.

\* Certificado de existencia y representación legal de la persona jurídica de acuerdo con su naturaleza jurídica, expedida por la autoridad competente, con vigencia no superior a 30 días a la fecha de solicitud de inscripción.

\* Copia del documento de identificación del representante legal.

\* Certificación de suficiencia patrimonial y financiera. emitida por el revisor fiscal o contador según aplique.

\* Copia impresa de la tarjeta profesional del contador y/o revisor fiscal, según aplique.

\* Copia impresa del RUT.

\* Copia impresa de la licencia de construcción.

Es exigible a edificaciones de Instituciones Prestadoras de Servicios de Salud construidas, ampliadas o remodeladas con posterioridad al 2 de diciembre de 1996.



Para Instituciones Prestadoras de Servicios de Salud, ubicados en edificaciones de uso mixto construidas, ampliadas o remodeladas con posterioridad al 2 de diciembre de 1996, se solicitará el permiso otorgado por la propiedad horizontal para la adecuación en la edificación de servicios de salud y la licencia de construcción de la edificación.

\* Copia impresa del certificado de seguridad de la edificación.

\* Copia impresa del estudio de vulnerabilidad estructural.

Sólo será exigible a prestadores con servicios de urgencias, servicios de cirugía, o de unidad de cuidado intensivo neonatal, pediátrico, adulto, de acuerdo con lo establecido en la NSR 10 que funcionen en edificaciones construidas con anterioridad al 2010.

\* Copia impresa del plan hospitalario para emergencias.

\* Copia impresa del plan de mantenimiento de la planta física:

Todos los planes de mantenimiento deben incluir el equipamiento fijo.

\* Copia impresa del certificado de conformidad de las instalaciones eléctricas.

Para prestadores que funcionen en edificaciones construidas con anterioridad a mayo del 2005, se solicitará una certificación expedida por un profesional competente en la cual certifique que las instalaciones eléctricas de la edificación donde se prestan los servicios de salud, no

representan alto riesgo para la salud y la vida de las personas y animales, o atenten contra el medio ambiente.

Adicionalmente el prestador deberá presentar un plan de ajustes de las instalaciones eléctricas.

Para prestadores que funcionen en edificaciones construidas con posterioridad a mayo del 2005, o

edificaciones adaptadas como instituciones de salud, se solicitará una certificación expedida por un organismo

de inspección acreditado por la ONAC.

Si el prestador de servicios de salud declara el servicio de transporte asistencial de pacientes (Ambulancias) o

el servicio de atención prehospitalaria debe anexar:

\* Copia impresa de la tarjeta de propiedad de los vehículos o documento equivalente, si estos se encuentran a nombre de una persona diferente del representante legal, adicionalmente anexar documento de autorización del propietario donde indique que los vehículos harán parte de la capacidad instalada del servicio a habilitar.

\* Copia impresa del certificado de revisión técnico - mecánica o documento equivalente cuando aplique de conformidad con las normas que regían la materia.

Si el prestador de servicios de salud hace uso de equipos generadores de radiaciones ionizantes en el servicio que pretende habilitar, debe anexar la copia impresa de la licencia de práctica médica vigente de los equipos que se encuentren en el servicio. Dicha licencia debe ser expedida por la secretaria de salud departamental o distrital, o la entidad que tenga a cargo dichas competencias.

No es válido presentar el radicado del trámite de solicitud de la licencia.

Si la IPS declara servicio de Transporte Asistencial Básico o Medicalizado (Ambulancias), debe anexar: copia de la tarjeta de propiedad de los vehículos y de la revisión técnico - mecánica expedida en los lugares autorizados por la Secretaría Distrital de Movilidad; si el modelo del vehículo es del año vigente no requiere presentar la revisión Técnico-Mecánica. El período de vigencia o de validez de la revisión técnico-mecánica para ambulancias es de un año.

- Para IPS de salud ocupacional, DEBE anexar copia de la licencia de seguridad y salud en el trabajo de la institución.

- Para inscribir la consulta de Medicina Alternativa o Terapias Alternativas, DEBE anexar el diploma y el pensum académico, expedido por una institución de educación superior legalmente reconocida por el Estado, de acuerdo al servicio a habilitar. (DELOITTE, n.d.)

## 8, CANVAS

7.Alianzas.	5.Actividades clave	2.Promesa de valor	3.Canales de distribución	1.Segmento de clientes
Droguerías independientes, laboratorios farmacéuticos, populares y naturistas.	Investigación del mercado, convencimiento a los droguistas, desarrollar el servicio con ingenieros de software,	Servicio para la gestión de distribución de medicamentos, de droguerías independientes a cliente final, con	la distribución del producto/servicio, va dirigido a intercomunicar droguerías independientes y el cliente final o persona	El producto va dirigido a toda la población con acceso a internet y que pueda legalmente comprar

colocación en tiendas de aplicaciones, marketing.	herramientas adicionales para mejorar la experiencia del usuario	del común con acceso legal a comprar medicamentos.	medicamentos u algún otro producto que comercialice una droguería o
6.Recursos clave	utilizando TICs.	4.Relación cliente	farmacia
Desarrolladores de software, droguerías independientes segmentación de mercado final, equipos computarizados y material para realizar marketing.		Optima, por ser un servicio que busca aumentar los ingresos de las droguerías "afiliadas" y con el cliente final, por dar acceso a una herramienta para suplir sus necesidades de encontrar cualquier medicamento, desde la comodidad de su casa y a domicilio.	independiente y también a todos lo droguistas, que quieran aumentar las ventas de su negocio, optimizar inventario mientras aumenta utilidades.
8.Estructura de costos		9.Flujo de ingresos	

<p>se tienen en cuenta los costos iniciales cómo la nómina de los integrantes y los equipos e internet, (visualizar punto 6)</p>	<p>Cobro mensual de los laboratorios por su publicidad y la facilidad de comunicación tanto con el cliente final, cómo con la droguería. Posible recaudo de parte de las droguerías a las cuales se les ha aumentado la venta, gracias al aplicativo, con un cobro mensual bajo, y después de que se realice convenio con los laboratorios, se considera volverlo gratis.</p>
--	---

### 8.1 Análisis

El modelo de negocio, para su Éxito debe tener una inversión, que sostenga la compañía, durante al menos los primeros 6 meses adicionales a su lanzamiento, para realizar una labor efectiva, en ese tiempo, comenzar a realizar convenios y a recibir flujo de efectivo para su auto sostenimiento.

## **CAPÍTULO V.**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

La factibilidad de realizar la distribución Drogui, resulta ser muy llamativa, tanto para las droguerías como para los clientes finales, ya que no hay en el mercado un servicio, con estas características compactadas en una aplicación, por lo que es viable la realización del proyecto, los enfoques que pueden salir de éste, como hacer distribución para gimnasios, tiendas naturistas, y cualquier otro negocio que tenga relacionamiento con la salud y bienestar e incluso con los centros médicos de atención y doctores, es un mundo por digitalizar y ayudar a los negocios independientes que ayudan a que el sistema de salud no colapse.

La inversión inicial para el proyecto es de \$40.754.373, para tener los equipos, contratar a los ingenieros, y realizar el desarrollo, durante los primeros 3 meses, hay que disponer después del primer mes, con una inversión de \$68.895.738, para suplir hasta el mes con mayor impacto, mientras la compañía llega a su punto de equilibrio, y comienza a generar utilidades sobre el costo de su operación, esto se da en el mes en que la operatividad, cruza con la utilidad mensual, sin hacer cruce con los gastos de los meses anteriores.

La inversión total se recupera en el mes 17 aproximadamente, de \$109.650.111.

#### **CONCLUSIONES DEL OBJETIVO ESPECIFICO NO. 1**

Se evidencio que tenemos una gran oportunidad en el mercado, gracias a que existen mas de 20.00 droguerías en Colombia para impactar con esta ejecución; la magnitud a la que se mueve este mercado como se evidenció en el cierre del 2017 que los negocios de droguerías movieron al redor de 5.8 billones de pesos, lo que significo un crecimiento del 7.4% con respecto al 2016 cuyas ventas fueron de 5.4 billones, por lo que la viabilidad del proyecto y rentabilidad según el apartado de planeación financiera tiende a hacer que este servicio tenga mas probabilidad de ser exitoso.

Al utilizar una herramienta tic abarcamos un buen mercado de los milenials mayores de edad ya que son una población abierta a la digitalización, además que por cada 2.245 habitantes de Bogotá hay una droguería por lo que hay una gran oportunidad de crecimiento en este mercado y sobre todo en la sectorización de los estratos 3, 4, 5 y 6 que pertenecen a la población con mejor solvencia económica y que posee un dispositivo móvil; ya que según los resultados alrededor del 78% de la población está revisando su teléfono móvil a partir de la primera hora después de que despiertan en la mañana.

## **CONCLUSIONES DEL OBJETIVO ESPECIFICO NO. 2**

Evidenciamos que las grandes cadenas de droguerías y otras plataformas independientes como rapi, domicilios, cruz verde, Colsubsidio, la rebaja entre otras muchas plataformas digitales. Están abarcando cada vez mas una gran parte del mercado, por lo cual esta generando que las droguerías independientes y pymes no puedan crecer de la manera que deberían, evidentemente por que no poseen el capital suficiente, la metodología o el personal para desarrollar una plataforma que permita digitalizarse y ponerse en competencia en igualdad de condiciones de mercadotecnia que las grandes cadenas; por lo que es pertinente una buena acogida por parte de las droguerías independientes del servicio a prestar “DROGUI”.

## **CONCLUSIONES DEL OBJETIVO ESPECIFICO NO. 3**

Después de la planeación financiera, se evidencia que el proyecto es muy rentable, la participación de los socios Edwin Garcia 40%, Jhonatan Naranjo 40% y bancos e inversionistas 20%; de



68'895.738 que correspondería a la inversión inicial y para mantener la operación durante los primeros 6 meses mientras se obtiene reconocimiento; el punto de equilibrio que es donde se salda la deuda de lo invertido, se lograría en la proyección entre el mes 14 y 15 generando así mayores utilidades libres de deudas a partir de esa fecha. Siguiendo los aspectos legales y teniendo en cuenta los riesgos y oportunidades analizados por el DOFA de la organización.

## BIBLIOGRAFÍA

Actualícese. (2014). Composición al Régimen Tributario General. Composición Al Régimen Tributario General. Composición al Régimen Tributario General

Actualícese. (2019). IVA para algunos medicamentos, un cambio que presentaría la reforma tributaria. <https://actualicese.com/iva-para-algunos-medicamentos-un-cambio-que-presentaria-la-reforma-tributaria/>

Alcaldia La Seja. (2018). REALIZAMOS INSPECCIÓN PARA GARANTIZAR LA NO VENTA DE MEDICAMENTOS A MENORES DE EDAD. <https://www.laceja-antioquia.gov.co/NuestraAlcaldia/SaladePrensa/Paginas/Realizamos-inspección-para-garantizar-la-no-venta-de-medicamentos-a-menores-de-edad.aspx>

AS. (2020). Coronavirus Colombia: Gobierno fija precios de productos de primera necesidad. PANDEMIA. [https://colombia.as.com/colombia/2020/04/04/actualidad/1586028249\\_392182.html](https://colombia.as.com/colombia/2020/04/04/actualidad/1586028249_392182.html)

Bit, G. (n.d.). El canal de las droguerías en Colombia tuvo un crecimiento en valor del 4,4% según último estudio de Nielsen. <https://business-intelligence.grupobit.net/blog/el-canal-de-las-droguerias-en-colombia-tuvo-un-crecimiento-segun-ultimo-estudio-de-nielsen>

Cera, R. (Comp.) (2019). *Estrategias y casos emergentes en el campo del desarrollo sostenible, una tarea global*. Editorial Universitaria San Mateo.

COLSANITAS. (n.d.). DINERO. <https://www.dinero.com/edicion-impresa/institucional/articulo/colsanitas-mundo/17725#:~:text=Su importancia puede medirse con,%2C Cali%2C Medellín y Tunja.>

Cruz verde. (n.d.). Cruz verde invertira 10 millones de dólares y abrirá 60 droguerías al finalizar el año. [https://www.youtube.com/watch?v=ditQO8DC3PY&feature=emb\\_title](https://www.youtube.com/watch?v=ditQO8DC3PY&feature=emb_title)

Deficicion de. (2020). Botica. <https://definicion.de/botica/>

Definicion abc. (2020). Definicion de drogueria.

<https://www.definicionabc.com/ciencia/drogueria.php>

DELOITTE. (n.d.). Los móviles prueban ser indispensables en un mundo “siempre” conectado.

[https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/co/Documents/technology-media-telecommunications/Consumo movil\(VF1\).pdf](https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/co/Documents/technology-media-telecommunications/Consumo%20movil(VF1).pdf)

EL TIEMPO. (2019). Colombianos tocan su celular 2 mil veces al día en estas actividades.

TECNOLOGIA. <https://www.eltiempo.com/tecnosfera/dispositivos/encuesta-de-consumo-movil-en-colombia-2019-389702>

Gaona, L. (2012). No Title. MInisterio de Salus y Proteccion Social.

<https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/DIJ/Concepto-134608.pdf>

IE. (2020). ANALISIS FODA.

Larepublica. (2020). Desempleo en Colombia subió a 20,2% y 4,15 millones de personas perdieron

su trabajo. <https://www.larepublica.co/economia/resultados-de-la-tasa-de-desempleo-de-julio-de-2020-en-colombia-segun-el-dane-3053149>

LY. (n.d.). [https://cloudfront-us-east-](https://cloudfront-us-east-1.images.arcpublishing.com/elsespectador/LT7STMVZYNCGFLSKDMEROKQEBY.png)

[1.images.arcpublishing.com/elsespectador/LT7STMVZYNCGFLSKDMEROKQEBY.png](https://cloudfront-us-east-1.images.arcpublishing.com/elsespectador/LT7STMVZYNCGFLSKDMEROKQEBY.png)

MD CONSULTORA. (2020). como se construye una drogueria. [https://mdconsultora.pe/como-se-](https://mdconsultora.pe/como-se-constituye-una-drogueria-en-peru/)

[constituye-una-drogueria-en-peru/](https://mdconsultora.pe/como-se-constituye-una-drogueria-en-peru/)

Morales, A. (2019). El servicio al cliente como estrategia competitiva. *Revista Colombiana de*

*Ciencias Administrativas*, 1(1), 8-20. <https://doi.org/10.52948/rcca.v1i1.39>

periodico portafolio. (n.d.-a). las droguerías estan en su cuarto de hora. 0.

<https://www.portafolio.co/negocios/las-droguerias-estan-en-su-cuarto-de-hora-511986>

periodico portafolio. (n.d.-b). Las droguerías están en su cuarto de hora. 0.

<https://www.portafolio.co/negocios/las-droguerias-estan-en-su-cuarto-de-hora-511986>

Portafolio. (2019). Sector farmacéutico mueve más de \$14 billones.

- <https://www.portafolio.co/negocios/sector-farmaceutico-mueve-mas-de-14-billones-534762>
- PORTAFOLIO. (2020). Domicilios en el país alcanzaron cifras históricas. <https://www.portafolio.co/negocios/domicilios-en-el-pais-alcanzaron-cifras-historicas-539576>
- Rodríguez, P., Rodríguez, D. y Bernal, M. (2019). *Re-ingeniería social para la promoción de la equidad y la prosperidad en las comunidades menos favorecidas*. Editorial Universitaria San Mateo.
- Soluciones integrales rrh. (2020). Cuando la suerte llama a tu puerta: la historia de Rappi, o de una empresa que nació de un buzón de sugerencias. <https://www.iproup.com/economia-digital/10801-la-historia-de-rappi-la-empresa-que-revoluciono-el-delivery>
- TECNOLOGICO DE MONTERREY. (n.d.). Metodología para generar un plan de negocios” del Observatorio Estratégico. 0. [https://portaldoc.itesm.mx/pls/portaldoc/docs/PORA3\\_1\\_20012012102010.pdf](https://portaldoc.itesm.mx/pls/portaldoc/docs/PORA3_1_20012012102010.pdf)
- Tecnyfarma. (n.d.). ¿Conoces las apps para farmacia más interesantes? <https://tecnyfarma.com/conoces-las-apps-para-farmacia-mas-interesantes/>
- UNIPYMES. (2014). EN BOGOTÁ HAY UNA DROGUERÍA POR CADA 2.245 HABITANTES: INFOCOMERCIO. 0. <https://www.unipymes.com/en-bogota-hay-una-drogueria-por-cada-2-245-habitantes-infocomercio/>
- UNYPIMES. (2014). EN BOGOTÁ HAY UNA DROGUERÍA POR CADA 2.245 HABITANTES: INFOCOMERCIO. <https://www.unipymes.com/en-bogota-hay-una-drogueria-por-cada-2-245-habitantes-infocomercio/>
- Vásquez Velásquez, J., Gómez Portilla, K., & Rodríguez Acosta, S. (2010). Regulación en el mercado farmacéutico colombiano (1). *Revista de Ciencias Sociales (RCS)*.

## Tributario General. Composición al Régimen Tributario General

Actualícese. (2019). *IVA para algunos medicamentos, un cambio que presentaría la reforma tributaria.* <https://actualicese.com/iva-para-algunos-medicamentos-un-cambio-que-presentaria-la-reforma-tributaria/>

Alcaldía La Seja. (2018). *REALIZAMOS INSPECCIÓN PARA GARANTIZAR LA NO VENTA DE MEDICAMENTOS A MENORES DE EDAD.* <https://www.laceja-antioquia.gov.co/NuestraAlcaldia/SaladePrensa/Paginas/Realizamos-inspección-para-garantizar-la-no-venta-de-medicamentos-a-menores-de-edad.aspx>

AS. (2020). *Coronavirus Colombia: Gobierno fija precios de productos de primera necesidad. PANDEMIA.* [https://colombia.as.com/colombia/2020/04/04/actualidad/1586028249\\_392182.html](https://colombia.as.com/colombia/2020/04/04/actualidad/1586028249_392182.html)

Bit, G. (n.d.). *El canal de las droguerías en Colombia tuvo un crecimiento en valor del 4,4% según último estudio de Nielsen.* <https://business-intelligence.grupobit.net/blog/el-canal-de-las-droguerias-en-colombia-tuvo-un-crecimiento-segun-ultimo-estudio-de-nielsen>

COLSANITAS. (n.d.). *DINERO.* <https://www.dinero.com/edicion-impresa/institucional/articulo/colsanitas-mundo/17725#:~:text=Su importancia puede medirse con,%2C Cali%2C Medellín y Tunja.>

Cruz verde. (n.d.). *Cruz verde invertirá 10 millones de dólares y abrirá 60 droguerías al finalizar el año.* [https://www.youtube.com/watch?v=ditQO8DC3PY&feature=emb\\_title](https://www.youtube.com/watch?v=ditQO8DC3PY&feature=emb_title)

Deficicion de. (2020). *Botica.* <https://definicion.de/botica/>

Definicion abc. (2020). *Definicion de drogueria.* <https://www.definicionabc.com/ciencia/drogueria.php>

DELOITTE. (n.d.). *Los móviles prueban ser indispensables en un mundo “siempre” conectado.* [https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/co/Documents/technology-media-telecommunications/Consumo movil\(VF1\).pdf](https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/co/Documents/technology-media-telecommunications/Consumo%20movil(VF1).pdf)

EL TIEMPO. (2019). *Colombianos tocan su celular 2 mil veces al día en estas actividades*. TECNOLOGIA. <https://www.eltiempo.com/tecnosfera/dispositivos/encuesta-de-consumo-movil-en-colombia-2019-389702>

Gaona, L. (2012). *No Title*. Ministerio de Salud y Protección Social. <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/DIJ/Concepto-134608.pdf>

IE. (2020). *ANALISIS FODA*.

Larepublica. (2020). *Desempleo en Colombia subió a 20,2% y 4,15 millones de personas perdieron su trabajo*. <https://www.larepublica.co/economia/resultados-de-la-tasa-de-desempleo-de-julio-de-2020-en-colombia-segun-el-dane-3053149>

LY. (n.d.). <https://cloudfront-us-east-1.images.arcpublishing.com/elespectador/LT7STMVZYNCGFLSKDMEROKQEBY.png>

MD CONSULTORA. (2020). *como se construye una drogueria*. <https://mdconsultora.pe/como-se-constituye-una-drogueria-en-peru/>

periodico portafolio. (n.d.-a). *las droguerías están en su cuarto de hora*. 0. <https://www.portafolio.co/negocios/las-droguerias-estan-en-su-cuarto-de-hora-511986>

periodico portafolio. (n.d.-b). *Las droguerías están en su cuarto de hora*. 0. <https://www.portafolio.co/negocios/las-droguerias-estan-en-su-cuarto-de-hora-511986>

Portafolio. (2019). *Sector farmacéutico mueve más de \$14 billones*. <https://www.portafolio.co/negocios/sector-farmaceutico-mueve-mas-de-14-billones-534762>

PORTAFOLIO. (2020). *Domicilios en el país alcanzaron cifras históricas*. <https://www.portafolio.co/negocios/domicilios-en-el-pais-alcanzaron-cifras-historicas-539576>

Soluciones integrales rrh. (2020). *Cuando la suerte llama a tu puerta: la historia de Rappi, o de una empresa que nació de un buzón de sugerencias*. <https://www.iproup.com/economia-digital/10801-la-historia-de-rappi-la-empresa-que-revoluciono-el-delivery>

TECNOLOGICO DE MONTERREY. (n.d.). *Metodología para generar un plan de negocios” del Observatorio Estratégico*. 0. [https://portaldoc.itesm.mx/pls/portaldoc/docs/PORA3\\_1\\_20012012102010.pdf](https://portaldoc.itesm.mx/pls/portaldoc/docs/PORA3_1_20012012102010.pdf)

Tecnyfarma. (n.d.). *¿Conoces las apps para farmacia más interesantes?* <https://tecnyfarma.com/conoces-las-apps-para-farmacia-mas-interesantes/>

UNIPYMES. (2014). *EN BOGOTÁ HAY UNA DROGUERÍA POR CADA 2.245 HABITANTES: INFOCOMERCIO*. 0. <https://www.unipymes.com/en-bogota-hay-una-drogueria-por-cada-2-245-habitantes-infocomercio/>

UNYPIMES. (2014). *EN BOGOTÁ HAY UNA DROGUERÍA POR CADA 2.245 HABITANTES: INFOCOMERCIO*. <https://www.unipymes.com/en-bogota-hay-una-drogueria-por-cada-2-245-habitantes-infocomercio/>

Vásquez Velásquez, J., Gómez Portilla, K., & Rodríguez Acosta, S. (2010). *Regulación en el mercado farmacéutico colombiano (1)*. Revista de Ciencias Sociales (RCS).

EL TIEMPO. (2019). Colombianos tocan su celular 2 mil veces al día en estas actividades. TECNOLOGIA. <https://www.eltiempo.com/tecnosfera/dispositivos/encuesta-de-consumo-movil-en-colombia-2019-389702>

LA VANGUARDIA. (2018). El sector ecológico en auge gracias a los ‘millennials.’ EL FUTURO DEL SECTOR ECO. <https://www.lavanguardia.com/natural/20180619/45268395987/millennials-consumidores-sector-ecologico-auge-espana.html>



periodico portafolio. (n.d.-a). las droguerías estan en su cuarto de hora. 0.

<https://www.portafolio.co/negocios/las-droguerias-estan-en-su-cuarto-de-hora-511986>

periodico portafolio. (n.d.-b). Las droguerías están en su cuarto de hora. 0.

<https://www.portafolio.co/negocios/las-droguerias-estan-en-su-cuarto-de-hora-511986>

TECNOLOGICO DE MONTERREY. (n.d.). Metodología para generar un plan de negocios” del Observatorio Estratégico. 0.

[https://portaldoc.itesm.mx/pls/portaldoc/docs/PORA3\\_1\\_20012012102010.pdf](https://portaldoc.itesm.mx/pls/portaldoc/docs/PORA3_1_20012012102010.pdf)

UNIPYMES. (2014). EN BOGOTÁ HAY UNA DROGUERÍA POR CADA 2.245 HABITANTES: INFOCOMERCIO. 0. <https://www.unipymes.com/en-bogota-hay-una-drogueria-por-cada-2-245-habitantes-infocomercio/>

Actualícese. (2014). *Composición al Régimen Tributario General*. Composición Al Régimen Tributario General. Composición al Régimen Tributario General

Actualícese. (2019). *IVA para algunos medicamentos, un cambio que presentaría la reforma tributaria*. <https://actualicese.com/iva-para-algunos-medicamentos-un-cambio-que-presentaria-la-reforma-tributaria/>

Alcaldia La Seja. (2018). *REALIZAMOS INSPECCIÓN PARA GARANTIZAR LA NO VENTA DE MEDICAMENTOS A MENORES DE EDAD*. <https://www.laceja-antioquia.gov.co/NuestraAlcaldia/SaladePrensa/Paginas/Realizamos-inspección-para-garantizar-la-no-venta-de-medicamentos-a-menores-de-edad.aspx>

AS. (2020). *Coronavirus Colombia: Gobierno fija precios de productos de primera necesidad*. PANDEMIA.

[https://colombia.as.com/colombia/2020/04/04/actualidad/1586028249\\_392182.html](https://colombia.as.com/colombia/2020/04/04/actualidad/1586028249_392182.html)

Bit, G. (n.d.). *El canal de las droguerías en Colombia tuvo un crecimiento en valor del 4,4% según*

último estudio de Nielsen. <https://business-intelligence.grupobit.net/blog/el-canal-de-las-droguerias-en-colombia-tuvo-un-crecimiento-segun-ultimo-estudio-de-nielsen>

COLSANITAS. (n.d.). *DINERO*. [https://www.dinero.com/edicion-impresa/institucional/articulo/colsanitas-mundo/17725#:~:text=Su importancia puede medirse con,%2C Cali%2C Medellín y Tunja](https://www.dinero.com/edicion-impresa/institucional/articulo/colsanitas-mundo/17725#:~:text=Su%20importancia%20puede%20medirse%20con,%20Cali%20Medell%C3%ADn%20y%20Tunja).

Cruz verde. (n.d.). *Cruz verde invertira 10 millones de dólares y abrirá 60 droguerías al finalizar el año*. [https://www.youtube.com/watch?v=ditQO8DC3PY&feature=emb\\_title](https://www.youtube.com/watch?v=ditQO8DC3PY&feature=emb_title)

Deficicion de. (2020). *Botica*. <https://definicion.de/botica/>

Definicion abc. (2020). *Definicion de drogueria*. <https://www.definicionabc.com/ciencia/drogueria.php>

DELOITTE. (n.d.). *Los móviles prueban ser indispensables en un mundo “siempre” conectado*. [https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/co/Documents/technology-media-telecommunications/Consumo movil\(VF1\).pdf](https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/co/Documents/technology-media-telecommunications/Consumo%20movil(VF1).pdf)

EL TIEMPO. (2019). *Colombianos tocan su celular 2 mil veces al día en estas actividades*. TECNOLOGIA. <https://www.eltiempo.com/tecnosfera/dispositivos/encuesta-de-consumo-movil-en-colombia-2019-389702>

Gaona, L. (2012). *No Title*. Ministerio de Salus y Proteccion Social. <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/DIJ/Concepto-134608.pdf>

IE. (2020). *ANALISIS FODA*.

Larepublica. (2020). *Desempleo en Colombia subió a 20,2% y 4,15 millones de personas perdieron su trabajo*. <https://www.larepublica.co/economia/resultados-de-la-tasa-de-desempleo-de-julio-de-2020-en-colombia-segun-el-dane-3053149>

LY. (n.d.). <https://cloudfront-us-east->

1.images.arcpublishing.com/elespectador/LT7STMVZYNCGFLSKDMEROKQEBY.png

MD CONSULTORA. (2020). *como se construye una droguería*. <https://mdconsultora.pe/como-se-constituye-una-drogueria-en-peru/>

periodico portafolio. (n.d.-a). *las droguerías están en su cuarto de hora*. 0. <https://www.portafolio.co/negocios/las-droguerias-estan-en-su-cuarto-de-hora-511986>

periodico portafolio. (n.d.-b). *Las droguerías están en su cuarto de hora*. 0. <https://www.portafolio.co/negocios/las-droguerias-estan-en-su-cuarto-de-hora-511986>

Portafolio. (2019). *Sector farmacéutico mueve más de \$14 billones*. <https://www.portafolio.co/negocios/sector-farmaceutico-mueve-mas-de-14-billones-534762>

PORTAFOLIO. (2020). *Domicilios en el país alcanzaron cifras históricas*. <https://www.portafolio.co/negocios/domicilios-en-el-pais-alcanzaron-cifras-historicas-539576>

Soluciones integrales rrh. (2020). *Cuando la suerte llama a tu puerta: la historia de Rappi, o de una empresa que nació de un buzón de sugerencias*. <https://www.iproup.com/economia-digital/10801-la-historia-de-rappi-la-empresa-que-revoluciono-el-delivery>

TECNOLOGICO DE MONTERREY. (n.d.). *Metodología para generar un plan de negocios” del Observatorio Estratégico*. 0. [https://portaldoc.itesm.mx/pls/portaldoc/docs/PORA3\\_1\\_20012012102010.pdf](https://portaldoc.itesm.mx/pls/portaldoc/docs/PORA3_1_20012012102010.pdf)

Tecnyfarma. (n.d.). *¿Conoces las apps para farmacia más interesantes?* <https://tecnyfarma.com/conoces-las-apps-para-farmacia-mas-interesantes/>

UNIPYMES. (2014). *EN BOGOTÁ HAY UNA DROGUERÍA POR CADA 2.245 HABITANTES: INFOCOMERCIO*. 0. <https://www.unipymes.com/en-bogota-hay-una-drogueria-por-cada-2-245-habitantes-infocomercio/>

UNYPIMES. (2014). *EN BOGOTÁ HAY UNA DROGUERÍA POR CADA 2.245 HABITANTES: INFOCOMERCIO*. <https://www.unipymes.com/en-bogota-hay-una-drogueria-por-cada-2-245-habitantes-infocomercio/>

Vásquez Velásquez, J., Gómez Portilla, K., & Rodríguez Acosta, S. (2010). *Regulación en el mercado farmacéutico colombiano (1)*. *Revista de Ciencias Sociales (RCS)*.

## **ANEXOS**

Se deben enumerar con letras; por ejemplo A. B. C., Solamente se deben vincular aquellos productos que se mencionan en el cuerpo del documento.