

Proyecto de empresa



Integrantes del grupo : Uxuri Prado

- Familda Morínigo
- Andoni Pasarín
- Daniela Puri

Fecha de inicio: 21/10/2020

EMPRESA E INICIATIVA

Año:2020\2021

GreeLight

Índice

Presentación del proyecto	2
Datos básicos del proyecto	3
Productos o servicios	4
Los objetivos	4
Promotores	4
Análisis DAFO	5
Estudio de mercado	6
Plan de marketing	7
Descripción de los productos / servicios.....	9
Plan de producción	10

Presentación del proyecto

Nuestra empresa **GREENLIGHT** ha creado una industria de Farmacia denominada **Farmacenter** lo cual se considera una de las empresas más cualificadas en la atención de clientes, sin importar su edad , género o condición social.

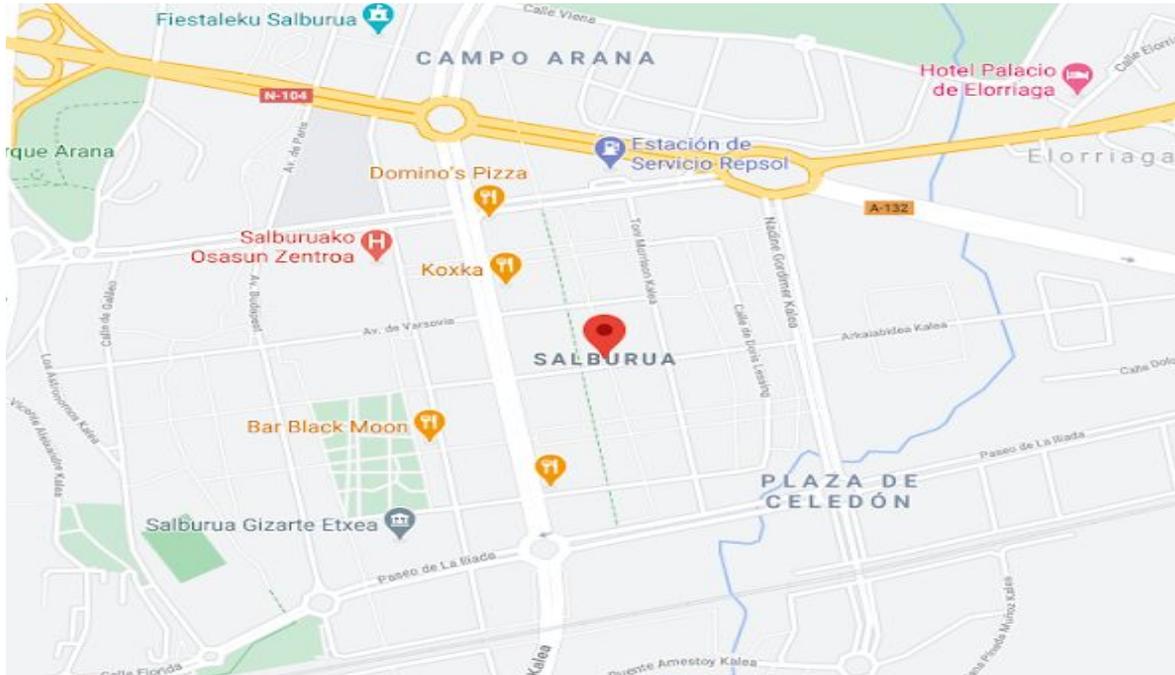
Desde esta perspectiva nosotros llevamos adelante **Farmacenter** con el fin de que los residentes de Salburua cuenten con los servicios adecuados a su necesidades, información, productos etc.

Los miembros de este proyecto somos Andoni, Familda, Daniela y Uxuri cuyo nombre es **Farmacenter**. Este proyecto se realizó el 21/10/2020.

Datos básicos del proyecto

Localización de la empresa

Nuestra Farmacia "FarmaCenter" está localizada en Salburua 4, de Vitoria - Gasteiz.



Fecha de inicio del proyecto: 20/10/2020

Tipo de sociedad: Anónimo

Explicación breve del proyecto: El proyecto es una Parafarmacia que ofrece productos cosméticos.

Nº de trabajadores: 5 trabajadores, 1 Farmacéutico, 2 Técnicos, 1 auxiliar, 1 de limpieza

Inversiones y financiación:

Inversión	4000 euros
Financiación propia	2500 euros
Financiación ajena	1500 euros

Productos o servicios

¿Qué servicios ofrece la Farmacenter ?

En Farmacenter tenemos una amplia variedad de servicios para ti, incluso algunos servicios gratuitos, con los que podrás controlar y mejorar tu salud.

Los **objetivos** que queremos alcanzar es la mejora de la salud de todas las personas, acudiendo a nuestra farmacia y ayudando a cada individuo que acuda a nosotros.

Promotores

Promotor 1: Familia Eliana Morinigo Sanabria **Fecha de nacimiento:** 11\04\2002

Edad: 18 años

N.I.F: 54680502 H

Domicilio: Calle Inzunza 13, 5 iz.

Experiencia: Técnica en Farmacia y Parafarmacia, no tengo experiencia laboral.

Promotor 2: Andoni Pasarín de Jesús **Fecha de nacimiento:** 10/04/2002

Edad: 18 años

DNI: 45846924 Z

Domicilio: C/ Logroño, 9, 2º cen.

Experiencia: ESO, técnico en Farmacia y Parafarmacia, pero no dispongo de experiencia laboral.

Promotor 3: Daniela Puri Ramirez **Fecha de nacimiento:** 07/07/2001

Edad: 19 Años

DNI: 79457945 K

Domicilio: Puerto de barazar 10/5C

Experiencia: Técnico profesional en Farmacia y Parafarmacia, la ESO, sin experiencia laboral

Promotor 4: Uxuri Prado Unanue **Fecha de nacimiento:** 13/08/2002

Edad: 18 años

DNI: 79227816 S

Domicilio: Ibaizabal 3A 2b, Durango

Experiencia: Técnica en Farmacia y Parafarmacia, pero no tengo experiencia laboral.

Análisis DAFO

Análisis interno	Debilidades: <ul style="list-style-type: none">- Bajada de precios.- Poca experiencia.- Recursos inadecuados.	Fortalezas: <ul style="list-style-type: none">- Hay cartera de clientes.- Buenas instalaciones.- Si existe red de distribución.
Análisis externo	Amenazas: <ul style="list-style-type: none">- Globalización.- Cambio en las necesidades y gustos de los consumidores.	Oportunidades: <ul style="list-style-type: none">- Crecimiento rápido del mercado.- Diversificación de productos relacionados.

Estudio de mercado

Según el análisis del entorno que hemos realizado, Gasteiz es una ciudad medianamente de clase media, es decir, no es rica ni pobre, aunque sí que es cierto que en algunas zonas, hay personas que carecen de una situación económica estable.

La población es mayoritariamente envejecida, aunque podemos ver que en un futuro, el grupo colectivo infantil y juvenil se verá destacada en esta gran ciudad.

Al analizar los aspectos generales del sector reconocimos los productos y servicios que se ofertan en Vitoria.

En nuestro estudio del mercado hemos determinado que nuestros clientes potenciales serán las personas mayores y el colectivo infantil.

En los estudios de la competencia comprobamos que los promotores de los competidores a los que nos enfrentaremos. Al hacer este estudio hemos tenido en cuenta la economía, sus políticas, su calidad, etc...

Al evaluar las barreras de entrada presentes y futuras en el mercado hemos determinado la viabilidad del mercado y la fortaleza de nuestros productos y servicios

Plan de marketing

Nuestra Farmacia **Farmacenter** ofrece productos de parafarmacia como cosméticos

- **Productos de parafarmacia:** Ofrece una alta gama de productos. Las características de estos productos son muy diversas. Algunos productos, son los cosméticos, productos dietéticos, productos sanitarios, **productos**
Otros productos, como lo son los ortopedia, aportan alivio y otras complicaciones.
- **Medicamentos:** contienen principios activos que son diseñados para provocar efectos farmacológicos y así beneficiar al paciente de diferentes patologías.

Estrategia de precios

Farmacenter		Otras farmacias	
Tipo de prod.	PVP	Tipo de prod.	PVP
Cosméticos	3,25 - 45€	Cosméticos	6,50 - 56€
Prod. sanitarios	4,40 - 63,40€	Prod. sanitarios	5,70 - 72,80€
Prod. para lactancia	1,25 - 55€	Prod. para lactancia	3,50 - 62,80€
Prod. dietéticos	0,35 - 45€	Prod. dietéticos	0,50 - 53,40€

Cálculo del punto muerto/umbral de rentabilidad

El volumen mínimo de ventas para obtener beneficios depende de la estación del año, ya que en invierno se obtienen más ganancias que en verano, debido a las infecciones víricas (gripe, resfriado, gastroenteritis...etc).

Si la farmacia tiene un coeficiente de rotación bajo, es decir, un stock de alta rotación, significa que la farmacia es rentable porque está vendiendo más de lo que compra a laboratorios y logística.

La cantidad mínima de venta serían alrededor de 70.000 unidades o productos al año.

Política de ventas

1. Identificación del establecimiento:

-> FarmaCenter, Salburua 4, Vitoria-Gasteiz. CIF: 44278062A.

Contacto: info@farmacenter.com

2. Precios y stock:

-> PRECIO: El precio de los productos se muestra en euros, impuestos incluidos. El descuento máximo que puede realizarse es el establecido legalmente. No existe libertad de precios ni son posibles las ofertas en medicamentos.

El precio del medicamento comprado es el vigente al momento de la compra, una vez que se procede al pago.

-> STOCK: Los productos son del stock y por lo tanto están disponibles en los almacenes de la farmacia y listos para la venta.

3. Sistema de compra:

-> Se aceptan transferencias, dinero en efectivo e incluso tarjetas de crédito/débito.

4. Mantenimiento de los datos de venta:

-> Durante un plazo de al menos dos años tras la dispensación, se mantendrá en la farmacia un registro de las ventas suministradas, con referencia a la identificación del medicamento, la cantidad dispensada, la fecha de venta, los datos del comprador, incluyendo la dirección de la farmacia. Dicho registro se mantendrá a los efectos de inspección y control por las autoridades competentes.

5. Plazo de entrega:

-> Los plazos de entrega de nuestros productos son de máximo 48 horas.

Los pedidos recibidos el sábados, domingos y festivos serán tramitados el siguiente día laboral.

6. Devoluciones:

-> La farmacia no podrá aceptar devoluciones de los medicamentos una vez hayan sido dispensados y utilizados por el cliente, salvo de aquellos medicamentos que hayan sido suministrados por error o haya surgido algún tipo de alergia o efecto adverso no conocido. En todos los casos los medicamentos devueltos irán destinados a su destrucción, a través de los sistemas integrados de gestión de residuos existentes.

Políticas de promoción y publicidad

Estos son los medios de promoción y publicidad que utilizaremos para atraer a clientes potenciales y así aumentar la venta en nuestra oficina de farmacia:

Promoción: realizaremos varios diseños de campañas promocionales con la intención de dar a conocer productos nuevos. Los más destacados y los que más aumento de clientes van a superar son las siguientes:

- Productos solares.
- Productos antiedad.
- Productos antimosquitos.
- Productos anticaída.
- Productos dietéticos.
- Suplementos alimenticios.
- Antigripales.
- Campaña promocional antitabáquica

Publicidad: realizaremos diseños de publicidad con la finalidad de atraer clientes, ventas de productos pocos vendidos, mantenimiento del stock y finalmente, ampliar la gama de productos nuevos. Algunos ejemplos son estas:

- Ofertas de productos parafarmacéuticos (dietética y cosmética)
- Ofertas de medicamentos sin receta médica
- Regalos (packs de productos)

Canales de distribución

Nuestro canal de distribución: la **FEDIFAR** (Federación de Distribuidores Farmacéuticos).

La razón por la cual hemos elegido esta compañía, es que dispone de varias empresas de distribución, entre ellas las más famosas: *COFARES*, *BIDAFARMA*, *UNNEFAR*.

También dispone de sistemas de calidad, garantizando al **100%** la calidad de los medicamentos y productos parafarmacéuticos.

FEDIFAR es el propietario que agrupa a todas las empresas de distribución farmacéutica de gama completa que operan en España.

Descripción de los productos / servicios

En Farmacia Farmacenter tenemos una amplia variedad de servicios para ti, incluso algunos de ellos de carácter gratuito, con los que podrás conseguir mejorar y controlar tu salud.

En cualquier farmacia podemos encontrar productos de todo tipo, ya sea medicinas como productos relacionados con el bienestar y el cuidado del cabello, la piel, etc.

Los servicios que podrás encontrar en Farmacenter son los siguientes:

Análisis del grupo sanguíneo.

Conocer cuál es nuestro grupo sanguíneo es un hecho que todos deberíamos saber. En determinadas ocasiones, es imprescindible conocerlo para realizar regímenes de adelgazamiento, ya que los dietistas se basan en el grupo sanguíneo para elegir el tipo de alimentación más adecuada al paciente.

Consejo Nutricional y dietético.

Los desórdenes alimentarios están a la orden del día. El efecto rebote en personas que se ponen a dieta por su cuenta sin ninguna supervisión, además de ineficaz, es perjudicial para la salud. Por ello, muchas farmacias cuentan con un profesional adecuado para el asesoramiento, control de peso y nutrición de los pacientes.

Análisis de Colesterol y del perfil lipídico.

Gracias a los análisis sanguíneos podemos comprobar el estado de salud de cada paciente para poder tomar medidas en el caso de que algún parámetro no se encuentre en los límites recomendados.

Test de intolerancias y genéticos.

Mediante la realización de diversos test ayudamos a reeducar la alimentación de los pacientes en caso de intolerancia a algún tipo de alimento.

Productos Farmaceuticos.

Cosméticos

Lo primero que pensamos en este caso es en maquillaje y similares. Sin embargo, esta categoría engloba un gran número de productos. Veamos algunos de ellos:

- Productos para la piel. Estos pueden presentarse en crema, emulsión, loción, gel y aceite. Se diferencian en su uso para el cuerpo y para el rostro.
- Productos de maquillaje en general (productos de todo tipo para maquillar y desmaquillar).
- Productos para el baño y la ducha. Se incluyen en este apartado los geles, champús, suavizantes o cremas hidratantes diseñadas para ser usadas en la ducha.

Otros productos de belleza, como cremas decolorantes o depilatorias.

- Desodorantes y antitranspirantes.
- Capilares para tratar el cabello.
- Para el afeitado.
- Para el cuidado de los labios.
- Para cuidado dental y bucal.
- Para cuidado íntimo.
- Protectores para el sol.

Plan de producción y calidad

Descripción técnica: Sirve para detallar cómo se van a fabricar los productos que se han previsto vender. Se trata de conocer los recursos humanos y materiales que habrá que movilizar para llevar adelante a la empresa.

Descripción del proceso productivo:

- **Legislación de Vitoria-Gasteiz:**

En relación a la normativa o legislación vigente sobre farmacias, nos encontramos con lo siguiente:

- “El 1 de octubre de 2020 la Consejera de Salud con la autorización de crear una nueva oficina de farmacia en la zona de Vitoria Gasteiz, puesto que en el 22 de mayo de 2018, no era posible especificar las zonas de salud en la que se instalaría la nueva farmacia, ya que dichas zonas estaban en un desarrollo de un procedimiento anterior convocado por el Orden.”

BIBLIOGRAFÍA:

- [Normativa sobre farmacias en Vitoria-Gasteiz.](#)