



**UNIVERSIDAD DEL ACONCAGUA**

**Facultad de Ciencias Económicas y Jurídicas**

**Licenciatura en Administración**



# PLAN DE NEGOCIOS: FARMACIA

---

## TESINA DE GRADO

Plan de negocios para la apertura de una Farmacia en  
la localidad de Tres de Mayo – Lavalle – Mendoza.

Alumna: Vildoza, María Celeste

Tutor de tesis: Cdr. Anselmo José Tomellini

Tutor metodológico: Dr. Gustavo Maserá

MENDOZA

2018



# PLAN DE NEGOCIOS: FARMACIA

---

## CALIFICACIÓN



# PLAN DE NEGOCIOS: FARMACIA

---

## AGRADECIMIENTOS

Agradecer en primer lugar a mi mamá que me banco todos estos años, me apoyo en todo y es el pilar de mi vida.

A mi hermana que siempre estuvo para apoyarme e incentivar me que terminará mi carrera.

A mi cuñado y mis sobrinos por estar en mi vida y darme fuerzas para seguir adelante.

A mi novio por apoyarme y estar a mi lado.

A los profesores de la Universidad del Aconcagua de los cuales aprendí muchísimo, especialmente al Contador Anselmo José Tomellini por su eterna paciencia.

Al Colegio Farmacéutico de Mendoza y Cooperativa Farmacéutica de Mendoza por brindarme información y ayudarme.

A todas mis compañeras de trabajo por ayudarme cuando las necesite.

Por último a mi ángel que me cuida desde el cielo y me dio fuerzas para poder terminar mi carrera...Mi papá.

Gracias a todos.



# PLAN DE NEGOCIOS: FARMACIA

## ÍNDICE

### CAPÍTULO I

1. Resumen Ejecutivo.....	pág. 8
1.1. Proposición.....	pág. 8
1.2. Justificación.....	pág. 8
1.3. Objetivo general.....	pág. 9
1.4. Objetivos específicos.....	pág. 9
1.5. Marco teórico-conceptual.....	pág. 9
1.5.1. Ubicación geográfica.....	pág. 9
1.5.1.1. Departamento de Lavalle.....	pág. 9
1.5.1.1.1. Creación del departamento.....	pág. 9
1.5.1.1.2. Orígenes del departamento.....	pág. 10
1.5.1.1.3. Población del departamento.....	pág. 11
1.5.1.2. Distrito Tres de Mayo.....	pág. 12
1.5.1.2.1. Población distrito Tres de Mayo.....	pág. 13
1.6. Fuentes de información.....	pág. 14
1.7. Metodología.....	pág. 15
1.8. Hipótesis.....	pág. 15

### CAPÍTULO II

2. Proceso Estratégico.....	pág. 16
2.1. Definición de la Visión Empresaria.....	pág. 16
2.2. Definición de la Misión Empresaria.....	pág. 16
2.3. Determinación de los Valores de la Empresa.....	pág. 16
2.4. Análisis del Macro Entorno correspondiente a la industria farmacéutica.....	pág. 16
2.4.1. Macroambiente.....	pág. 16
2.4.1.1. Variables Políticas.....	pág. 17
2.4.1.2. Variables Sociales.....	pág. 17
2.4.1.3. Variables Culturales.....	pág. 18
2.4.1.4. Variables Legales.....	pág. 18
2.4.2. Microambiente. Atractividad del Mercado.....	pág. 19
2.4.2.1. Barreras de Entrada.....	pág. 19
2.4.2.2. Poder Negociador de Proveedores.....	pág. 19



# PLAN DE NEGOCIOS: FARMACIA

2.4.2.3.	Poder Negociador de Clientes.....	pág. 21
2.4.2.4.	Amenaza de Sustitutos.....	pág. 21
2.4.2.5.	Rivalidad Existente.....	pág. 21
2.4.2.6.	Amenaza de Nuevos Entrantes.....	pág. 22
2.4.2.7.	Barreras de Salida.....	pág. 22
2.5.	Ciclo de vida.....	pág. 23
2.6.	Grupos Estratégicos en el Mercado Farmacéutico.....	pág. 23
2.6.1.	Mapeo estratégico.....	pág. 24
2.6.1.1.	Tamaño-ubicación.....	pág. 25
2.6.1.2.	Experiencia-participación.....	pág. 25
2.7.	Definición de las Oportunidades y Amenazas.....	pág. 26
2.8.	Cadena de Valor.....	pág. 27
2.8.1.	Actividades primarias.....	pág. 27
2.8.2.	Actividades de Soporte.....	pág. 28
2.9.	Capacidades y puntos débiles de los fundadores.....	pág. 29
2.9.1.	Definición de las Fortalezas y Debilidades.....	pág. 29
2.9.2.	Definición de Estrategia y Ventaja Competitiva.....	pág. 30
2.9.2.1.	Estrategias Competitivas.....	pág. 30
2.9.2.2.	Estrategia a Nivel de Negocios.....	pág. 30
2.9.2.2.1.	Liderazgo en costos y diferenciación.....	pág. 30
2.10.	Matriz BCG.....	pág. 31
2.11.	Generación de Estrategias Funcionales.....	pág. 32
2.11.1.	Estrategia de Recursos Humanos.....	pág. 32
2.11.1.1.	Estructura organizacional.....	pág. 32
2.11.1.2.	Procedimientos administrativos.....	pág. 33
2.11.1.3.	Contratación del Personal.....	pág. 33
2.11.1.4.	Capacitación.....	pág. 34
2.11.1.5.	Conducción de Equipos.....	pág. 35
2.11.1.6.	Liderazgo.....	pág. 35
2.11.1.7.	Política salarial.....	pág. 35
2.11.2.	Estrategia de Producción.....	pág. 36
2.11.2.1.	Localización de planta.....	pág. 36



# PLAN DE NEGOCIOS: FARMACIA

2.11.2.2.	Diseño del servicio.....	pág. 37	
2.11.2.3.	Logística de aprovisionamiento.....	pág. 40	
2.11.2.4.	Logística del proceso productivo.....	pág. 40	
2.11.2.5.	Logística de distribución y transporte.....	pág. 41	
2.11.2.6.	Distribución de planta.....	pág. 41	
2.11.3.	Estrategia Comercial.....	pág. 42	
2.11.3.1.	Análisis del Mercado.....	pág. 42	
2.11.3.2.	Análisis de la Competencia existente en dicho Mercado.....	pág. 43	
2.11.3.3.	Segmentación, Target y Posicionamiento.....	pág. 43	
2.11.3.4.	Mix de Marketing.....	pág. 44	
2.11.3.4.1.	Productos y Servicios.....	pág. 44	
2.11.3.4.2.	Precios.....	pág. 44	
2.11.3.4.3.	Promoción.....	pág. 44	
2.11.3.4.4.	Distribución.....	pág. 45	
<b>CAPÍTULO III</b>			
3.	Evaluación Económica y Financiera del Proyecto.....	pág. 46	
3.1.	Inversiones.....	pág. 46	
3.2.	Gastos.....	pág. 47	
3.2.1.	Costos Fijos.....	pág. 47	
3.2.2.	Costos Variables.....	pág. 48	
3.3.	Ingresos.....	pág. 48	
3.4.	Capital de Trabajo.....	pág. 49	
3.5.	Proyecciones.....	pág. 49	
3.5.1.	Estado de Resultados.....	pág. 49	
3.6.	Tipos de Financiamiento.....	pág. 49	
3.6.1.	Capital Propio.....	pág. 49	
3.7.	Herramientas financieras para evaluar el proyecto.....	pág. 49	
3.7.1.	VAN.....	pág. 49	
3.7.2.	TIR.....	pág. 50	
<b>CONCLUSIÓN.....</b>			<b>pág. 51</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>			<b>pág. 53</b>
<b>ANEXOS.....</b>			<b>pág. 54</b>



# PLAN DE NEGOCIOS: FARMACIA

## CAPÍTULO I

### 1. Resumen Ejecutivo.

**Especificidad:** Apertura de una farmacia en el distrito de Tres de Mayo departamento de Lavalle en la provincia de Mendoza. En el local se venderán medicamentos farmacológicos y artículos de perfumería. **Concepto del negocio:** Es un farmacia de gestión privada que atenderá obras sociales y particulares, como así también se recibirá recetario solidario. **Mercado:** En el departamento de Lavalle provincia de Mendoza la cantidad de farmacias es de seis para una población de casi 37.000 habitantes contando con una dispersión geográfica importante. La farmacia en el distrito Tres de Mayo será única en el distrito y sus alrededores. **Rentabilidad del negocio:** El negocio contará con una buena rentabilidad debido a que la inversión inicial se realizó con capital propio, el VAN fue positivo quedando en \$ 13.768.246,84 y la TIR es de 7,01. **Ventaja Competitiva del proyecto:** La farmacia cuenta con contactos tanto en el Colegio Farmacéutico de Mendoza como en la Cooperativa Farmacéutica de Mendoza lo que facilitará la gestión del negocio.

#### 1.1. Proposición

El presenta trabajo tiene por objetivo general realizar un plan de negocios para la apertura de una farmacia en el distrito Tres de Mayo del departamento de Lavalle, Mendoza. Para ello se analizará el mercado farmacéutico tanto su micro como macro entorno, se desarrollará un estudio estratégico, administrativo y técnico del negocio a emprender como así también una investigación comercial y financiera que en conjunto nos brindarán información sobre la rentabilidad del negocio.

#### 1.2. Justificación

La localidad de Tres de Mayo del departamento de Lavalle es una zona rural, caracterizada por las largas distancias de la residencia de sus habitantes a los centros urbanos y la precarización de los camino. Actualmente el distrito no cuenta con una farmacia que provea de fármacos por lo que se presenta una alta demanda de este establecimiento, fundamental para la salud de sus habitantes.





# PLAN DE NEGOCIOS: FARMACIA

---

Es por ello que sus oriundos del distrito, y los de zonas aledañas, se ven obligados a trasladarse a los distritos cabecera del departamento como Villa Tulumaya (cuenta con una farmacia) o Costa de Araujo (cuenta con dos farmacias) para concurrir a farmacias que se ven colapsadas por su alta demanda.

Tal movilidad muchas veces se ve dificultada por la escases y frecuencia de los medios de transporte, y por la carencia de movilidad propia de los habitantes que tienen que recorrer quince kilómetros o más hacia la farmacia más cercana.

De acuerdo a este análisis inicial es que se investigará la posibilidad de establecer una farmacia en dicho distrito.

## 1.3. Objetivo general

Realizar un plan de negocios para la apertura de una farmacia en el distrito Tres de Mayo, departamento de Lavalle, Mendoza.

## 1.4. Objetivos específicos

- ✓ Investigar la cartera de clientes con la que contaría la farmacia.
- ✓ Examinar las necesidades de una nueva farmacia en el distrito y alrededores.
- ✓ Analizar la rentabilidad de la farmacia.

## 1.5. Marco teórico-conceptual

### 1.5.1. Ubicación geográfica

#### 1.5.1.1. Departamento de Lavalle

##### 1.5.1.1.1. Creación del departamento

El 18 de enero de 1859, el gobernador de la provincia don Cornelio Moyano firmó el decreto- ley por el que creaba el departamento de Tulumaya, en honor a la denominación que los indígenas del lugar daban a la región.



## PLAN DE NEGOCIOS: FARMACIA

En 1889 se cambió su nombre por el de Lavalle, en homenaje al guerrero de la independencia.

El departamento celebra su aniversario haciéndolo coincidir con el natalicio de su patrono civil, el General Juan Galo Lavalle, ocurrido el 20 de octubre de 1797.

### 1.5.1.1.2. Orígenes del departamento

El departamento de Lavalle integró originariamente la amplia zona de Huanacache, en cuya parte Norte estaban ubicadas las extensas lagunas del mismo nombre, formadas por los desagües del río San Juan. En las proximidades de estas lagunas se encontraban radicados importantes y numerosos núcleos de indígenas Huarpes, quienes se dedicaban a la pesca, confección de canoas y canastos con totora y junquillo, así como a otras pequeñas actividades de artesanía. De esta zona, se traía el pescado, especialmente truchas, para el consumo de la población de Mendoza.

Los indígenas llamaban “tulumaya” o “*tule - mayu*”, a los territorios que hoy abarcan el departamento de Lavalle. Antes de la llegada de los españoles, existían numerosas tolderías, destacándose la de Jocoli, residencia del cacique Tabalqué.

Los conquistadores españoles tomaron posesión de las tierras del arroyo Tulumaya. El capitán don Martín Pizarro de Córdoba, recibió en encomienda las comarcas que pertenecían al cacique Guaquinchay. El capitán general de Chile, don Domingo Ortiz de Rosas, tomó con entusiasmo la creación de nuevos pueblos en la región de Cuyo, especialmente en las lagunas de Huanacache. Nombró como representante suyo a don Gregorio Blanco Laysequilla, quien en 1754 redactó un código donde se establecían las normas para crear nuevas poblaciones, como así también el repartimiento de solares y tierras con destino al cultivo y crianza de hacienda.

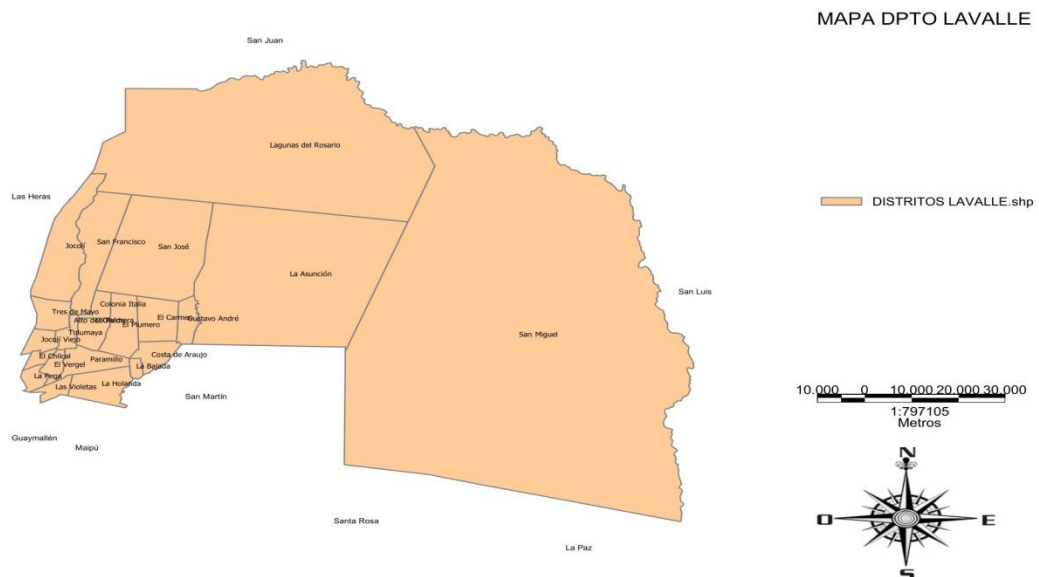
Se supone que la primera “doctrina” de Huanacache data de 1601. En 1749 el misionero franciscano Marcos Videla había logrado formar en las lagunas un pueblo de indios. Esta comunidad, constituye el nacimiento de las primeras poblaciones como Asunción, San Miguel y Rosario. En 1788 todas ellas fueron atacadas por los indígenas, pero fueron rechazados y sometidos.

A fines del siglo XVIII, se establecieron en esta región, algunos de los prisioneros portugueses, tomados por Pedro de Ceballos en su campaña de Santa Catalina. Los lusitanos se dedicaron a la pesca en las lagunas del Rosario y Huanacache. Según el historiador Isidro J. Maza,

“esta actividad dio lugar al trazado de una senda o caminos que unían las lagunas con la ciudad de Mendoza, por esta razón, dicha calle pasó a denominarse “Los Pescadores”.

En 1850 durante el gobierno de Alejo Mallea, la región fue anexada al departamento de La paz. Pero cinco años más tarde, el gobernador Pedro Pascual Segura la separó, construyendo la Subdelagacía del Rosario.

## DEPARTAMENTO DE LAVALLE



Fuente: <http://lavallemendoza.gob.ar/public/departamento/ubicacion>

### 1.5.1.1.3. Población del departamento

Según los datos del último Censo poblacional realizado en la Argentina en 2010, la cantidad de habitantes del departamento de fue de 36.738.



# PLAN DE NEGOCIOS: FARMACIA

## DATOS CENSALES - DEPARTAMENTO DE LAVALLE

<b>Departamento Lavalle</b>	
CANTIDAD DE PERSONAS	36738
CANTIDAD DE VIVIENDAS	10187
CANTIDAD DE HOGARES	9269
SUPERFICIE (km <sup>2</sup> )	10212
DENSIDAD DE POBLACION (hab/km <sup>2</sup> )	3.6
DENSIDAD DE VIVIENDAS (hab/km <sup>2</sup> )	1

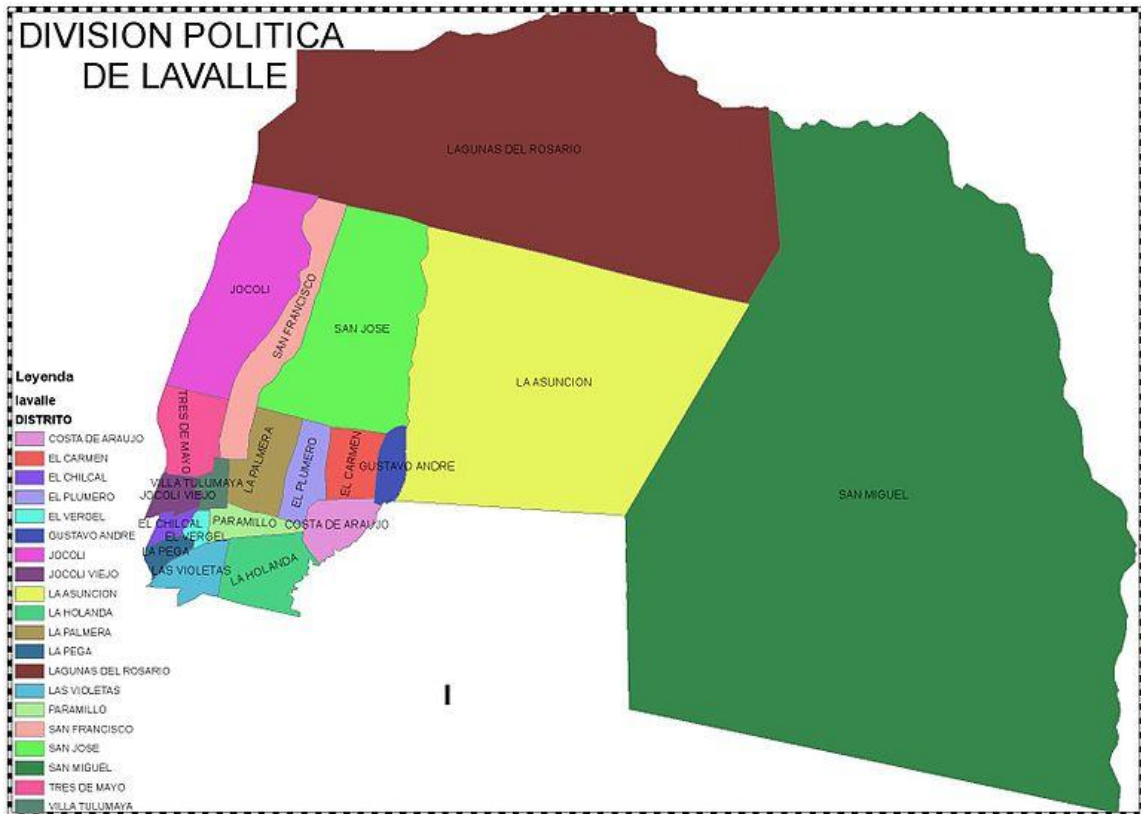
Fuente: D.E.I.E. Provincia de Mendoza

### 1.5.1.2. Distrito Tres de Mayo

El departamento se divide en los distritos: Villa Tulumaya, Jocolí, Tres de Mayo, Jocolí Viejo, El Chilcal, La Pega, El Vergel, Las Violetas, Paramillo, La Holanda, El Carmen, Ingeniero Gustavo André, Costa de Araujo, San Francisco, La Asunción, Lagunas del Rosario, San Miguel, La Palmera, El Plumero y San José. Villa Tulumaya es la principal zona urbana del departamento y sede del gobierno municipal.

El distrito Tres de Mayo está ubicado en la ruta 36 del departamento de Lavalle. Los orígenes de este paraje cuenta que Don Elías Villanueva, afincado de este lugar organizaba la fiesta de su cumpleaños, quien convocaban a cientos de invitados de toda la provincia es por eso que este lugar era conocido por el “vamos para el Tres de Mayo”.

## DISTRITOS DEL DEPARTAMENTO DE LAVALLE



Fuente: <http://lavallemendoza.gov.ar/public/departamento/historia>

### 1.5.1.2.1. Población distrito Tres de Mayo

Los datos procesados del último Censo poblacional realizado en la Argentina en 2010 arrojaron para el distrito una población de 2088 habitantes.

## DATOS CENSALES - DISTRITOS DEL DEPARTAMENTO DE LAVALLE

COD DEPTO	056
COD FRAC	06
COD RADIO	15
CODIGO UNIFICADO	0560615
DEPARTAMENTO	LAVALLE

Superficie (km <sup>2</sup> )	30.127
<b>CANTIDAD DE PERSONAS</b>	<b>1143</b>
CANTIDAD DE HOGARES	293
CANTIDAD DE VIVIENDAS	359
DENSIDAD DE POBLACION (hab/km <sup>2</sup> )	37.94
DENSIDAD DE VIVIENDAS (viv/km <sup>2</sup> )	11.92
COD DEPTO	056
COD FRAC	06
COD RADIO	08
CODIGO UNIFICADO	0560608
DEPARTAMENTO	LAVALLE
Superficie (km <sup>2</sup> )	11.416
<b>CANTIDAD DE PERSONAS</b>	<b>945</b>
CANTIDAD DE HOGARES	247
CANTIDAD DE VIVIENDAS	250
DENSIDAD DE POBLACION (hab/km <sup>2</sup> )	82.78
DENSIDAD DE VIVIENDAS (viv/km <sup>2</sup> )	21.9

Fuente: D.E.I.E. Provincia de Mendoza

## 1.6. Fuentes de información

Se realizará un análisis del mercado farmacéutico a través de entrevistas en profundidad a personas relacionadas al mismo y con trayectoria en el rubro:

- ✓ Entrevista personal con la Farmacéutica María Elena Menghini, dueña de la Farmacia Del Rosario con una antigüedad de treinta y dos años en Villa Tulumaya, departamento de Lavalle, Mendoza.



# PLAN DE NEGOCIOS: FARMACIA

---

- ✓ Entrevista personal con la Farmacéutica Cyntia Verónica Colucci, egresada de la Carrera de Grado en Farmacia de la Universidad Masa, Mendoza.
- ✓ Entrevista personal con el Farmacéutico Alberto Salvi, Presidente del Colegio Farmacéutico de Mendoza.

También para la recolección de datos se utilizarán fuentes secundarias, a saber:

- ✓ Páginas Web del Ministerio de Salud de la República Argentina.
- ✓ Páginas Web del Ministerio de la Provincia de Mendoza.
- ✓ Documentos publicados en la Revista mensual de la Farmacéutica Mendoza.
- ✓ Publicaciones de la COFA y COFAM.
- ✓ Datos y estadísticas publicados por INDEC.
- ✓ Datos y estadísticas publicados por la Dirección de Estadísticas e Investigaciones Económicas dependiente del Ministerio de Economía de la Provincia de Mendoza.
- ✓ Bibliografía de la Universidad del Aconcagua.

## 1.7. Metodología

El presente trabajo tiene por finalidad el análisis y apertura de un nuevo negocio por lo cual es de primacía organizacional con finalidad creativa.

## 1.8. Hipótesis

La apertura de una farmacia en el distrito Tres de Mayo, departamento de Lavalle, será rentable en la medida en que se implemente un plan de negocios como el propuesto.



# PLAN DE NEGOCIOS: FARMACIA

## CAPÍTULO II

### Proceso Estratégico

#### 2. Proceso Estratégico

##### 2.1. Definición de la Visión Empresaria.

Consolidarse en el mercado local del distrito Tres de Mayo y alrededores, como una empresa familiar confiable y comprometida, cumpliendo con las normativas del sector farmacológico.

##### 2.2. Definición de la Misión Empresaria.

Brindar productos farmacológicos de calidad y una atención personalizada a los clientes, adaptándonos a sus necesidades y posibilidades.

##### 2.3. Determinación de los Valores de la Empresa.

- ✓ Respeto.
- ✓ Familia.
- ✓ Atención personalizada.
- ✓ Calidad.
- ✓ Responsabilidad.
- ✓ Apoyo a la comunidad.
- ✓ Ética profesional.
- ✓ Vocación de servicio.

##### 2.4. Análisis del Macro Entorno correspondiente a la Industria Farmacéutica.

###### 2.4.1. Macro ambiente.





# PLAN DE NEGOCIOS: FARMACIA

---

## 2.4.1.1. Variables Políticas.

En la provincia de Mendoza la regulación farmacéutica se encuentra abocada tanto a la habilitación de nuevas farmacias como al funcionamiento de la ya existentes.

En 2004 se planteó en el sector la problemática del excesivo negocio farmacéutico, con la apertura indiscriminada de nuevos locales y la concentración de los ya existentes. Lo que producía una competencia desleal.

Esta crisis del sector derivó en una normalización del mismo a través de la Ley N°7303<sup>1</sup> denominada “Ley de ejercicio de las actividades farmacéuticas” que reglamentó la habilitación de nuevas farmacias teniendo en cuenta esencialmente las necesidades sanitarias de la población, como así también la densidad demográfica de las distintas zonas de la Provincia.

## 2.4.1.2. Variables Sociales.

El departamento de Lavalle se encuentra alejado del centro urbano de la provincia, es decir, el gran Mendoza. Cuenta con una gran extensión de territorio y una poca densidad poblacional, con la característica de estar muy dispersa en el territorio.

En el mismo departamento, el distrito cabecera de Villa Tulumaya cuenta con la oferta de bienes y servicios para los pobladores, pero alejado de ese centro urbano. La accesibilidad a los mismos se ve cada vez más dificultada por la distancia y la inaccesibilidad muchas veces de los caminos y medios de transporte existentes.

La fuerte característica rural del departamento hace que los poblados y sus habitantes se encuentren en una dispersión demográfica importante, lo que conlleva a la carencia del acceso a los servicios públicos de salud y educación. Junto con ello la accesibilidad a bienes y servicios de otra índole es remota.

---

<sup>1</sup>Anexo N°1



## PLAN DE NEGOCIOS: FARMACIA

### 2.4.1.3. Variables Culturales.

La farmacia es para la mayoría de la sociedad un servicio indispensable junto con el servicio sanitario. En ella las personas encuentran muchas veces los medicamentos necesarios para paliativos de salud de personas de su entorno y que poseen una prioridad en sus vidas (hijos, esposos, padres, etc.). Es por ello que la farmacia pasa a ser más que un mero negocio para ser un servicio de primera necesidad, sobre todo en los poblados tan distante de los centros urbanos como es el distrito de Tres de Mayo.

Para las personas las cuestiones de salud se tornan prioritarias cuando se ven comprometidos seres queridos o su propia persona, y acudirán a lo que sea necesario para mitigar la situación. Es por ello que la farmacia pasa a ser un anexo al sistema de salud, complementándolo asegurando a los habitantes el acceso a los medicamentos esenciales, en forma equitativa, oportuna y confiable.

### 2.4.1.4. Variables Legales.

La apertura de nuevas farmacias y su funcionamiento se encuentra regulado en la siguiente legislación:

- ✓ Ley N° 5.897<sup>2</sup> Ley de medicamentos.
- ✓ Ley N° 7.303<sup>3</sup> Ley de ejercicio de las actividades farmacéuticas.
- ✓ Decreto N° 355/09<sup>4</sup> (reglamentario de la Ley N° 7303).
- ✓ Ley N° 26.567<sup>5</sup> (Modificatoria de la Ley N° 17.565 que regula el ejercicio de la actividad farmacéutica).

En la provincia de Mendoza se encuentra la Dirección de Farmacología, dependiente del Ministerio de Salud, Desarrollo Social y Deporte, quien tiene por función el control y habilitación de los establecimientos farmacéuticos.

A nivel asociativo en el plano nacional se encuentra la COFA (Confederación Farmacéutica Argentina) y a nivel provincial la COFAM (Colegio Farmacéutico de Mendoza) y la COFARMEN (Cooperativa Farmacéutica de Mendoza).

---

<sup>2</sup> Anexo N°2

<sup>3</sup> Anexo N°1

<sup>4</sup> Anexo N°3

<sup>5</sup> Anexo N°4



# PLAN DE NEGOCIOS: FARMACIA

## 2.4.2. Microambiente. Atractividad del Mercado.<sup>6</sup>

### 2.4.2.1. Barreras de Entrada.

Entre las barreras de entradas más poderosas que se plantea al nuevo negocio podemos encontrar la política reguladora gubernamental para el mercado farmacéutico.

Esta política consiste en cumplimentar con requisitos legales según la normativa vigente, que conllevan aspectos tales como el personal especializado para la dirección técnica de la farmacia, aspectos relacionados con la venta de medicamentos (petitorio obligatorio) y aspectos edilicios (dimensiones del salón de ventas, mobiliario obligatorio, acceso con características específicas, etc.) entre otros.

Una vez que estas barreras de entrada son sorteadas el negocio se desenvolverá exitosamente al ser único en el mercado y en la localidad que será establecido.

### 2.4.2.2. Poder Negociador de Proveedores.

Las droguerías y distribuidoras de productos médicos habilitadas en la Provincia de Mendoza son las siguientes:

- ✓ AMBITO MEDICO
- ✓ BELLANDI Y BARRERAS S.R.L.
- ✓ BIOFAR DISTRIBUCIONES
- ✓ BIOLATINA S.R.L.
- ✓ CARLOS ALBERTO BASTIAS
- ✓ CASA OTTO HESS S.A.
- ✓ COA MEDICAL PRODUCTS
- ✓ COOPERATIVA FARMACÉUTICA MENDOZA
- ✓ LTDA.
- ✓ CUYO
- ✓ CUYOMED
- ✓ DEL CENTRO S.A.

---

<sup>6</sup> Anexo N°5



## PLAN DE NEGOCIOS: FARMACIA

---

- ✓ DEL PUENTE
- ✓ DEL SUD
- ✓ DIESPEC CUYO S.A.
- ✓ DISMED S.A.
- ✓ DISTRIBUIDORA AR – SE
- ✓ DISTRIFAR S.A.
- ✓ DISTRIMEN S.A
- ✓ DROFA S.A.
- ✓ DROGUERIA BD SRL
- ✓ DROGUERIA INSUMOS MEDICOS MAIPU
- ✓ DROGUERIA NATAL
- ✓ DROGUERIA UNO
- ✓ DROGUERÍA Y DISTRIBUIDORA ANAHI
- ✓ FARMACOM
- ✓ FERRER SALUD SA
- ✓ HERRERA DISTRIBUCIONES
- ✓ HIDALGO HNOS.
- ✓ IMPOR MED S.R.L.
- ✓ INSUMOS BIOMEDICOS S.A.
- ✓ INSUMOS MEDICINALES KIMED S.A
- ✓ JASDE REPRESENTACIONES
- ✓ LABORATORIO FARMACÉUTICO Y CIA S.R.L.
- ✓ LAHUEN
- ✓ MACROPHARMA S.A.
- ✓ MAURI ODONTOLOGIA
- ✓ MEDIC AR ABASTECIMIENTO HOSPITALARIOS
- ✓ DE MENDOZA BIOMEDICOS S.A
- ✓ MEDICATION DELIVERY S.A
- ✓ MEDIMARTIN
- ✓ MEGAMEDICA S.R.L
- ✓ MENDOFARMA
- ✓ MONROE AMERICANA S.A.



# PLAN DE NEGOCIOS: FARMACIA

- ✓ ORGANIZACIÓN SAVINI
- ✓ POLYQUÍMICA S.R.L.
- ✓ RED MEDICAL S.A.
- ✓ ROYMED SA
- ✓ SERDISAR SA
- ✓ SISSA S.A.

Las farmacias en Mendoza se proveen mayoritariamente de medicamentos a través de dos formas, mediante droguerías o mediante la cooperativa farmacéutica.

#### 2.4.2.3. Poder Negociador de Clientes.

Al ser la única farmacia en la localidad el poder de negociación de los clientes es bajo.

#### 2.4.2.4. Amenaza de Sustitutos

En el ámbito de los productos farmacológicos es muy difícil su sustitución, dado que la distribución y comercialización de los mismos se encuentra fuertemente regulada por diferentes órganos del estado.

#### 2.4.2.5. Rivalidad Existente

No existe actualmente en la localidad de Tres de Mayo farmacias disponibles.

En sus alrededores se encuentran farmacias en:

- ✓ Villa Tulumaya, a 11km, en donde se hay tres farmacias: Farmacia Lavalle, Farmacia Santa Rita y Farmacia Del Rosario.
- ✓ Jocolí, a 17 km, que cuenta con una farmacia: Farmacia Jocolí Viejo.
- ✓ Costa de Araujo, a 30 km, que cuenta con dos farmacias: Farmacia Sagrado Corazón y Farmacia Devoto.

Los kioscos fueron en un momento lugares donde se vendieron fármacos, principalmente de venta libre. Pero esta práctica se terminó al reglamentarse la prohibición de ventas de medicamentos



## PLAN DE NEGOCIOS: FARMACIA

en cualquier lugar que no sea el habilitado, en este caso las farmacias. Dicha reglamentación esta expresada en la Ley N° 26.567, sancionada en noviembre de 2009<sup>7</sup>.

### 2.4.2.6. Amenaza de Nuevos Entrantes.

Si bien la legislación vigente permite la apertura de nuevas farmacias en el distrito<sup>8</sup> las mismas carecerían de rentabilidad al ser un distrito con poca densidad poblacional.

### 2.4.2.7. Barreras de Salida.

En el negocio farmacéutico, con una alta necesidad como el planteado, las barreras de salida tienen que ver con la lealtad al cliente y la gran necesidad del producto en la localidad. Además los productos, en este caso medicamentos, son de difícil ubicación en otro establecimiento al no poder comercializarse de manera directa.

El grado de atractividad<sup>9</sup>:

<b>PUNTAJES FINALES</b>	
AMENAZA DE NUEVOS ENTRANTES	3,8
RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES	1,9
PODER DE LOS COMPRADORES	2,9
PODER DE LOS PROVEEDORES	3,0
DISPONIBILIDAD DE SUSTITUTOS	4,0
BARRERAS DE SALIDA	1,0
<b>EVALUACION GENERAL</b>	<b>16,6</b>

Fuente: Elaboración propia.

<sup>7</sup> Art.1, Ley N° 26.567, Anexo N°4

<sup>8</sup> Art. 4, Decreto 355/2009, Anexo N°3

<sup>9</sup> Anexo N°5

El negocio es atractivo porque la amenaza de nuevos competidores es muy poco probable por la alta dificultad que se plantea en el ingreso al mercado y la presencia de sustitutos es también muy poco probable por la alta especificidad del producto, por otro lado las barreras de salida son altas, por la alta regulación del mercado, al igual que las barreras emocionales. En relación a los demás aspectos se encuentran en franja de neutralidad.

## 2.5. Ciclo de vida del sector farmacéutico.

Kotler y Armstrong el ciclo de vida como el curso de venta y utilidad de una industria durante su existencia (KOTLER Y ARMSTRONG; 2001).

Según estos autores el ciclo de vida consta de cinco etapas a saber:

- ✓ El desarrollo
- ✓ La introducción
- ✓ El crecimiento
- ✓ La madurez
- ✓ La decadencia

El sector farmacéutico en nuestra provincia se encuentra en etapa de madurez, si bien el sector enfrenta una crisis por el fuerte endeudamiento de entes gubernamentales como PAMI, esto no ha sido significativo para que el sector entre en decadencia.

Según datos del INDEC la facturación de las farmacias en el primer trimestre del corriente año ha aumentado un 21% aproximadamente en comparación de igual trimestre del año anterior. Esto aumento en la recaudación se encuentra relacionada con el suba de precios, encontramos en los medicamentos un 16% de aumento en relación al año pasado.

## 2.6. Grupos estratégicos en el mercado farmacéutico.

Actualmente en Mendoza el mercado farmacéutico está constituido por cadena de farmacias, nacionales y provinciales; y por farmacias de tipo local y familiar.



# PLAN DE NEGOCIOS: FARMACIA

---

Entre las cadenas de farmacias nacionales se encuentran:

- ✓ Farmacias Farmacity.
- ✓ Farmacias Dr. Ahorro.

Entre las cadenas de farmacias provinciales se encuentran:

- ✓ Farmacias Del Águila.
- ✓ Farmacias Del Puente.
- ✓ Farmacias Del Plata.
- ✓ Farmacias Del Centro.
- ✓ Farmacias Mori.
- ✓ Farmacias Mesura.
- ✓ Farmacias Chester.
- ✓ Farmacias Natal.
- ✓ Farmacias EconoFarma.

Estas cadenas de farmacias se encuentran concentradas en lo que es denominado el Gran Mendoza (comprendida por los departamentos de Capital, Guaymallén, Godoy Cruz, Las Heras y Maipú). Luego por los distintos departamentos se encuentran farmacias familiares que cuentan con un único punto de venta y por lo general cuentan con una trayectoria en la localidad o barrio.

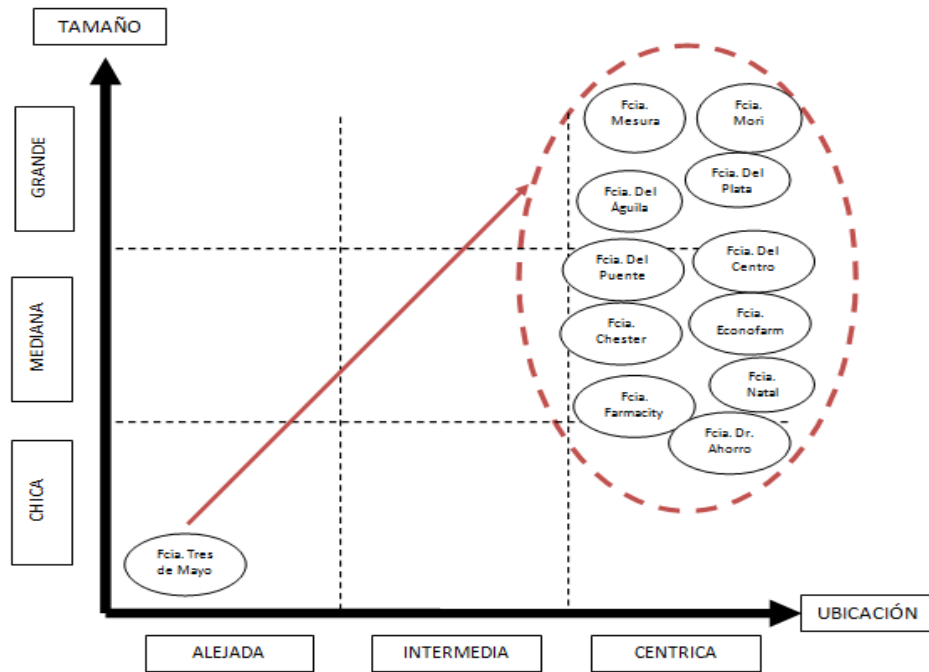
## 2.6.1. Mapeo estratégico

Las variables más significativas para analizar los grupos estratégicos serían:

- ✓ El tamaño
- ✓ La ubicación
- ✓ La experiencia
- ✓ La participación

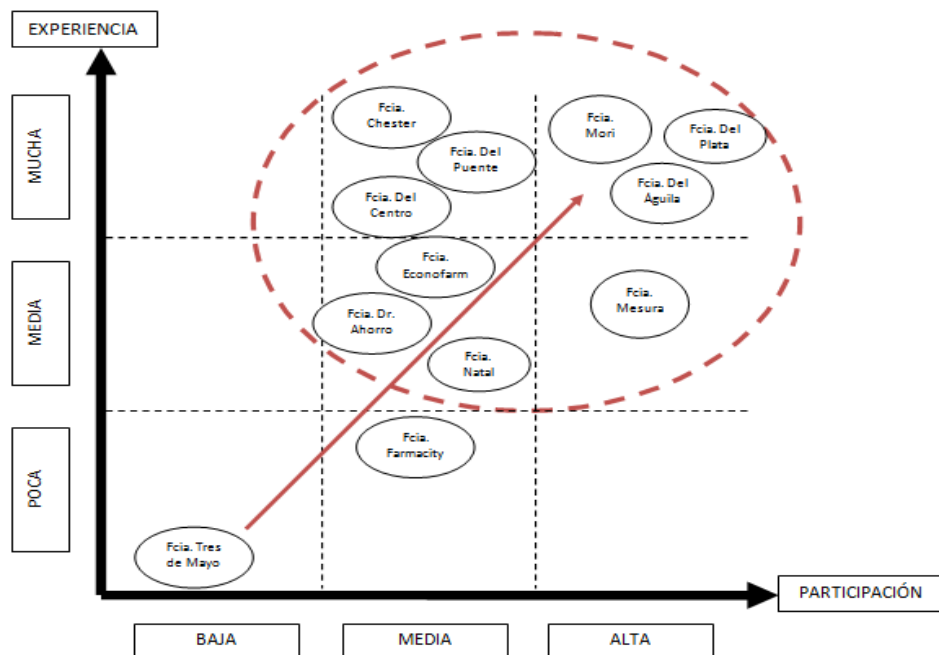


## 2.6.1.1. Tamaño-ubicación



Fuente: Elaboración propia.

## 2.6.1.2. Experiencia-Participación



Fuente: Elaboración propia.



# PLAN DE NEGOCIOS: FARMACIA

## 2.7. Definición de las Oportunidades y Amenazas.<sup>10</sup>

### Oportunidades:

- ✓ Ser la única farmacia del distrito, inexistencia de competencia.
- ✓ Necesidad del producto en la localidad.
- ✓ La dueña del negocio realiza la dirección técnica de la farmacia, por lo cual no se contrata a terceros.

### Amenazas:

- ✓ Incremento en los costos a través de los servicios público (electricidad, gas, agua) y de los distribuidores de medicamentos (laboratorios).
- ✓ Incremento en los costos a través de impuestos municipales y provinciales.
- ✓ Incremento del alquiler del local.
- ✓ Posible competencia, si bien es inexistente la competencia por el momento, no se sabe cómo reaccionará el mercado.
- ✓ No será “farmacia de turno” ya que al ser zona rural para legislación vigente no es una obligatoriedad.
- ✓ Al haber una fuerte dispersión demográfica la publicidad de la apertura del nuevo negocio (farmacia) se ve dificultada.
- ✓ Negocio nuevo en la zona.
- ✓ Demora por parte del Ministerio de Salud Nacional en otorgar la habilitación, según la legislación vigente, como negocio farmacéutico.

---

<sup>10</sup> Anexo N°6

## 2.8. Cadena de Valor.

### CADENA DE VALOR



Fuente: <http://revistadelaempresa.com/la-cadena-de-valor-de-porter/>

### 2.8.1. Actividades primarias:

- ✓ Logística interna: actividades recepción, inventario y ordenamiento de medicamentos (petitorio) y artículos de perfumería.
- ✓ Operaciones: venta de medicamentos y perfumería, en esta última se destaca la presentación y empaque.
- ✓ Logística externa: recopilación de datos de mercadería faltante para la realización de pedidos a droguerías y a la Cooperativa Farmacéutica de Mendoza.
- ✓ Ventas y Marketing: publicidad en diarios locales “El Despertador” y en programas radiales del distrito de Lavalle.
- ✓ Servicios: asesoramiento personalizado y consulta de medicamentos. Recepción de obras sociales y recetario solidario.

## 2.8.2. Actividades de Soporte:

- ✓ **Infraestructura:** la propietaria del negocio es la directora técnica de la farmacia que realiza la firma de recetas y el libro recetario. También realizará el pedido de medicamentos y los aspectos administrativos. Los aspectos financieros serán tercerizados.
- ✓ **Recursos Humanos:** se contará con un empleado de la farmacia que estará a cargo de la venta directa al público. El mismo será un personal calificado para la tarea propuesta, se le brindarán las posibilidades de perfeccionamiento en sus conocimientos (curso de Auxiliar en farmacia) y reconocimiento a su desempeño.
- ✓ **Tecnología:** se contará con un sistema operativo facilitado por el Colegio Farmacéutico de Mendoza denominado GESTOR. A través del cual se pueden consultar precios de medicamentos, pedidos a laboratorios, autorización de obras sociales, descuento por bono, tarjeta Más, etc. La farmacia contará con un registradora fiscal y servicio de pos net.
- ✓ **Abastecimiento:** los proveedores principales de medicamentos serán la Cooperativa Farmacéutica de Mendoza y las droguerías (Del Sud y Monroe Americana S.A.), se contará con un abastecimiento semanal de mercadería.

## ANÁLISIS CADENA DE VALOR

ACTIVIDADES PRIMARIAS	Puntaje de Eficiencia	Creación de Valor(%)	Calificación	ACTIVIDADES DE SOPORTE	Puntaje de Eficiencia	Creación de Valor	Calificación
<b>Logística Interna:</b>				<b>Abastecimiento:</b>			
Actividades de Recibo:	5	6	0,3	Sistemas de compras de insumos :	10	8	0,8
Almacenamiento de Mat.Prima:	8	6	0,48	Sistema de Compras de provisiones:	10	8	0,8
Manejo de Materiales:	8	6	0,48				0
Control de Inventarios:	8	6	0,48				0
<b>Operaciones:</b>				<b>Desarrollo de Tecnología:</b>			
Transformación de Insumos:	6	5	0,3	Desarrollo de conocimientos:	6	5	0,3
Empaque:	6	5	0,3	Calificación Tecnología existente:	7	7	0,49
			0				0
<b>Logística Externa:</b>				<b>Administración de RRHH:</b>			
Recopilación:	8	7	0,56	Políticas de Búsqueda.	7	8	0,56
Almacenamiento:	9	8	0,72	Políticas de Selección y Contratatación.	8	8	0,64
Procesamiento de pedidos:	9	9	0,81	Políticas de Entrenamiento:	8	9	0,72
			0	Planes de Carrera:	8	9	0,72
			0	Política de compensaciones:	8	9	0,72
<b>Marketing y Ventas.</b>				<b>Infraestructura:</b>			
Políticas de Marketing:	8	7	0,56	Administración general:	8	8	0,64
Políticas de Ventas:	8	7	0,56	Planeamiento:	7	7	0,49
Mix de Marketing:	8	6	0,48	Finanzas:	8	7	0,56
Canales :	8	6	0,48	Mobiliario:	8	8	0,64
<b>Servicio:</b>							
Políticas de servicio al cliente:	10	8	0,8				
Servicio Post Venta:	10	8	0,8				
			0				
<b>TOTALES :</b>		100	<b>8,11</b>			101	<b>8,08</b>
		100%				100%	

Fuente: Elaboración propia.



# PLAN DE NEGOCIOS: FARMACIA

En las actividades primarias se destacan la logística externa y el marketing y ventas. Es fundamental mantener el aprovisionamiento de los medicamentos más recurrentes en las ventas para tener el stock necesario. De esta manera se brinda un servicio de calidad y confiabilidad, donde los clientes pueden depositar su confianza en que la farmacia contará con los medicamentos en el momento que sea requerido, teniendo en cuenta que se venden productos de alta necesidad. En cuanto al marketing y ventas, al ser un negocio nuevo en la zona, se hace un punto vital la publicidad del mismo en todas las zonas aledañas, teniendo en cuenta la dispersión demográfica de la localidad.

En relación a las actividades de soporte podemos observar que los puntos más relevantes son la administración de recursos humanos y la infraestructura. En cuanto a la administración de recursos humanos es de importancia en la farmacia por ser el contacto directo con el cliente y ofrecer al mismo el asesoramiento y trato adecuado. Es fundamental que la atención al público sea de calidad, al brindar información precisa y certera de los dudas de los clientes por lo cual será reconocido el esmero en esta actividad. En cuanto a la infraestructura será la dueña del negocio la encargada de la administración general y pedidos, es importante esta tarea ya que la misma conlleva el llenado y control de libros reglamentarios para toda farmacia. En este caso coincide que la dueña posea el título habilitante para desarrollar dicha actividad. La contabilidad del negocio será derivada a un estudio contable ya que es fundamental en el negocio por la complejidad de la misma en este tipo de actividad.

## 2.9. Capacidades y puntos débiles de los fundadores.

### 2.9.1. Definición de las Fortalezas y Debilidades.<sup>11</sup>

#### Fortalezas

- ✓ Profesional para administrar y realizar la dirección técnica de la farmacia.
- ✓ Conocimientos administrativos y de gestión en farmacia.
- ✓ Personas del ámbito farmacéutico con conocimientos que servirán de asesores (Colegio Farmacéutico de Mendoza, farmacéuticos con experiencia, personal de droguerías, etc.)

---

<sup>11</sup> Anexo N°7



# PLAN DE NEGOCIOS: FARMACIA

Debilidades:

- ✓ Limitado capital propio para la inversión en las etapas de desarrollo e introducción del ciclo de vida del negocio.

## 2.9.2. Definición de Estrategia y Ventaja Competitiva.

### 2.9.2.1. Estrategias Competitivas.

La ventaja competitiva según Thompson A, A. y Strickland A.J. es la capacidad para satisfacer las necesidades de los consumidores con más eficacia, con productos o servicios que los consumidores aprecien mucho, o con más eficiencia, a un menor costo.

### 2.9.2.2. Estrategia a Nivel de Negocios.

Las estrategias de las unidades de negocios son aquellas que se formulan para alcanzar las metas de un determinado negocio. Es decir, determina que posición se debe adoptar, en una línea particular de negocios, ante su mercado y cómo debe actuar; dado sus recursos y las condiciones del mercado.

En este nivel las empresas deben decidir entre cinco estrategias de negocios para establecerse de la forma estratégica que desean o para defender su posición de los competidores:

- ✓ Estrategia de proveedor en costos bajos.
- ✓ Estrategia de diferenciación amplia.
- ✓ Estrategia de proveedor con en mejor costo.
- ✓ Estrategia enfocada en ser proveedor con costos mas bajos.
- ✓ Estrategia enfocada en la diferenciación.

### 2.9.2.2.1. Liderazgo en costos y diferenciación:

La farmacia tendrá la característica de brindar productos (medicamentos) altamente diferenciados, ya que los mismos poseen la particularidad de ser expedidos legalmente solo en

farmacias. Esto conlleva a tener una clientela fija a la que además se le ofrecerán productos de calidad y según los precios estipulados por el gobierno.

## 2.10. Matriz BCG.

Nuestro negocio se caracterizará por tener a nuestros productos ubicados en la parte de “Interrogación” de la matriz, esto se debe a que es un proyecto nuevo. Es decir que cuentan con alto crecimiento de la industria y una fuerte participación en el mercado.

### MATRIZ BCG



Fuente: <http://www.matrizbcg.com/>

Ser un producto ubicado en la interrogación significa generar fluidos de dinero cuando hay inversión, requieren de una alta inversión para llegar a ser estrellas y pueden llegar a ser perros o estrellas.



# PLAN DE NEGOCIOS: FARMACIA

Nuestro negocio al ser nuevo requiere de una importante inversión, pero la proyección del mismo lo colocaría en estrella luego de las etapas de desarrollo e introducción.

En una proyección de esta matriz se espera que el rubro de perfumería sea “estrella” porque según el análisis financiero proyectado éste generará flujos estables de dinero cuando se logre una mayor participación en el mercado y una mayor inversión.

## 2.11. Generación de Estrategias Funcionales.

### 2.11.1. Estrategia de Recursos Humanos.

#### 2.11.1.1. Estructura organizacional

La farmacia “Tres de Mayo” contará con dos personas para llevar adelante su funcionamiento.

Por un lado, la gerente del negocio será la encargada de llevar adelante la administración del negocio y estará al frente del mismo como figura legal en carácter de monotributista. Será al mismo tiempo la directora técnica de la farmacia, personal obligatorio para toda farmacia habilitada quién es titular del Libro Recetario de la misma. Además esta persona será la encargada del manejo de la caja del negocio.

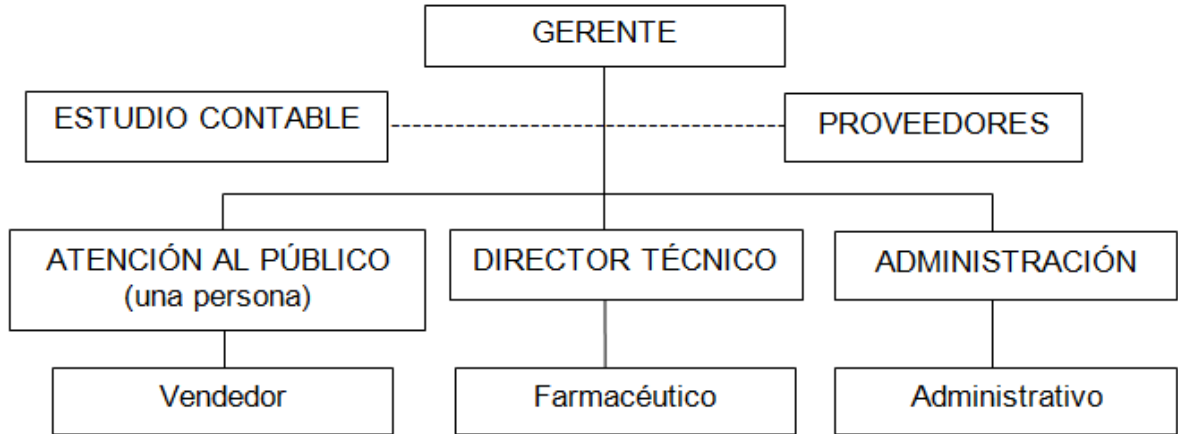
Por otro lado se contratará a una persona para la atención directa al público.

La contabilidad del negocio y la liquidación de sueldo del personal será tercerizada en un estudio contable.

La estructura de la organización se refleja en el siguiente organigrama:



## ORGANIGRAMA



Fuente: Elaboración propia

### 2.11.1.2. Procedimientos administrativos.

La administración del comercio será llevada adelante por el gerente del mismo. En este caso la dueña de la farmacia realizará la parte administrativa del mismo: pedido y atención a proveedores, libros reglamentarios, atención y control de caja del comercio.

### 2.11.1.3. Contratación del Personal.

La contratación del personal estará a cargo de la dueña del negocio. En el caso de la selección de la persona para atención al público ella será la que recepcione los curriculum vitae y realice las entrevistas laborales.

El perfil buscado para el cargo de atención al público de la farmacia es:

- ✓ Poseer secundario completo.
- ✓ Conocimientos de medicamentos y perfumería.
- ✓ Experiencia en atención al público.
- ✓ Manejo del sistema operativo GESTOR.



## PLAN DE NEGOCIOS: FARMACIA

---

- ✓ Amabilidad y buen trato en la atención al público.
- ✓ Responsabilidad y cumplimiento de las normas de expendio de medicamentos.
- ✓ Disponibilidad horaria.

Las funciones que desarrollará esta persona serán:

- ✓ Atención al público.
- ✓ Organización de medicamentos y artículos de perfumería.

Tanto la contratación del personal y sus condiciones laborales seguirán la reglamentación gubernamental vigente.

En cuanto a la administración contable se contratará un estudio: el mismo está encargado de gestionar el libro de contabilidad, la facturación del negocio, el monotributo de la dueña, las presentaciones anuales ante AFIP, recibos de sueldo del personal, obligaciones mensuales ante los entes gubernamentales, pagos a droguerías y cooperativa farmacéutica, etc.

#### 2.11.1.4. Capacitación.

La persona seleccionada para la atención al público de la farmacia “Tres de Mayo” tendrá la característica de poseer conocimientos de atención al público y sobre medicamentos. Pero una vez trabajando en la farmacia será supervisada y orientada, en cuanto a la dispensación de medicamentos, por la directora técnica de la misma.

En caso de ser necesario se le requerirá a la persona contratada que realice el curso de capacitación en “Auxiliar en farmacia”, disponible en varios centros de capacitación en Mendoza de modo presencial o a distancia.



## PLAN DE NEGOCIOS: FARMACIA

### 2.11.1.5. Conducción de Equipos.

La farmacia “Tres de Mayo” contará con solo dos personas en el local de ventas, una es la dueña del negocio y al mismo tiempo la directora técnica y gerente del mismo; y la otra será la persona empleada para la atención al público.

Será función de la directora técnica orientar y asistir en el despacho de medicamentos.

### 2.11.1.6. Liderazgo.

El negocio planteado si bien no cuenta con un número importante de empleados, solo en su etapa inicial será de una persona, si se tiene que realizar una coordinación y conducción con los diferentes sectores tercerizados. Como son el estudio contable, responsable de la contabilidad del negocio y la liquidación de sueldos, y las proveedoras de medicamentos (las droguerías y la Cooperativa Farmacéutica de Mendoza)

### 2.11.1.7. Política salarial.

La directora técnica de la farmacia se encuentra en la escala salarial con la denominación de “farmacéutico”. Para dicha categoría se acordó para setiembre de 2018 a enero 2019 un sueldo básico de \$ 22.274,73 y un monto no remunerativo \$ 3.118,46. Luego de los aportes de jubilación del 11%, obra social del 3%, ley N° 19.032 del 3% y sindicato del 2% queda un sueldo neto de \$ 21.160,99.

La persona seleccionada para la atención al público se enmarca legalmente dentro de la categoría “Inicial A” del personal de farmacia. Para dicha categoría se acordó para setiembre de 2018 a enero 2019 un sueldo básico de \$ 14.945,46 y un monto no remunerativo \$ 2.092,36. Luego de los aportes de jubilación del 11%, obra social del 3%, ley N° 19.032 del 3% y sindicato del 2% queda un sueldo neto de \$ 14.198,18.<sup>12</sup>

---

<sup>12</sup> Escala Salarial acordada por el Gremio A.D.E.F.M.



# PLAN DE NEGOCIOS: FARMACIA

## 2.11.2. Estrategia de Producción.

### 2.11.2.1. Localización de planta

La farmacia “Tres de Mayo” contará con un local alquilado de una superficie de 74 metros cuadrados. Según la legislación vigente al respecto (Decreto N° 355/2009) el establecimiento cuenta con la superficie mínima, por lo cual no contará con laboratorio y su actividad declarada será solo la de farmacia.

El edificio es sismo resistente con paredes y pisos bien unidos y color blanco. Posee además las condiciones de seguridad e higiene, luminaria y ventilación requeridas para su habilitación como local farmacéutico.

Cuenta además con entrada peatonal directa al salón de despacho al público para una mejor accesibilidad y atención.

El local de la farmacia contará con:

- ✓ un salón de despacho al público,
- ✓ un depósito de productos farmacéuticos y/o hierbas medicinales,
- ✓ un área administrativa,
- ✓ un sector de cocina y
- ✓ un servicio sanitario instalado de uso exclusivo de la farmacia.

El mobiliario con el que se contará es el siguiente:

- ✓ una heladera de uso exclusivo para medicamentos que requieran conservar la cadena de frío,
- ✓ cartelera de turnos con iluminación propia para su mejor visibilidad,
- ✓ seis estanterías,
- ✓ dos mostradores grandes,
- ✓ dos mostradores medianos,
- ✓ una vitrina grande,
- ✓ un escritorio,
- ✓ dos sillas,
- ✓ tres banquetas altas,



## PLAN DE NEGOCIOS: FARMACIA

- ✓ una computadora,
- ✓ un teléfono y
- ✓ una registradora fiscal.

La localización del negocio es en ruta provincial N°36, numeración 530, localidad Tres de Mayo, departamento de Lavalle, provincia de Mendoza.

La ubicación es un punto estratégico ya que está sobre la arteria principal de la localidad donde se halla el desarrollo urbano de la misma. A los alrededores de la farmacia se encuentran la Delegación Municipal de la localidad y la Seccional de la Comisaría de Lavalle.

En cuanto a las vías de acceso y medios de transporte, es altamente beneficiosa la ubicación de la farmacia ya que la calle en la que se encuentra es la más utilizada por la población y la principal de la localidad. Por frente al establecimiento circula la única línea de colectivos que circula (línea 300).

### 2.11.2.2. Diseño del servicio

El servicio que brindará la farmacia “Tres de Mayo” será el de venta de medicamentos y artículos de perfumería.

En cuanto a los medicamentos y afines, la farmacia contará con:

- ✓ Adrenalina
- ✓ Analgésicos.
- ✓ Analgésicos narcóticos.
- ✓ Anestésicos.
- ✓ Anovulatorios.
- ✓ Ansiolíticos.
- ✓ Antialérgicos.
- ✓ Antiartrósicos.
- ✓ Antiasmáticos.
- ✓ Anticoagulantes.



## PLAN DE NEGOCIOS: FARMACIA

- ✓ Anticonvulsivos (antiepilépticos).
- ✓ Antidiarreicos.
- ✓ Antieméticos.
- ✓ Antiespasmódicos.
- ✓ Antihipertensivos. (vasodilatadores, antiarrítmicos, otros).
- ✓ Antihistamínicos.
- ✓ Antiinfecciosos.
  - Aminoglucósidos.
  - Cefalosporinas.
  - Penicilinas.
  - Sulfas.
  - Otros.
- ✓ Antiinflamatorios.
- ✓ Antimenopáusicos.
- ✓ Antimicóticos.
- ✓ Antiparasitarios.
- ✓ Antiparkinsonianos.
- ✓ Antitérmicos.
- ✓ Antisépticos
- ✓ Antitusivos.
- ✓ Antiulcerosos.
- ✓ Atropina
- ✓ Broncodilatadores.
- ✓ Coagulantes.
- ✓ Corticoides.
- ✓ Diuréticos.
- ✓ Gammaglobulinas (antitetánica).
- ✓ Hipocolesteromizantes.
- ✓ Hipoglucemiantes.
- ✓ Hormonas.
- ✓ Minerales.
- ✓ Sales de Rehidratación.



## PLAN DE NEGOCIOS: FARMACIA

---

- ✓ Soluciones parenterales.
- ✓ Vasoconstrictores.
- ✓ Vitaminas.
- ✓ Algodón.
- ✓ Bolsas para hielo.
- ✓ Catéter para infusión endovenosa con aletas, tipo mariposa.
- ✓ Colectores de orina pediátricos.
- ✓ Envases colectores estériles.
- ✓ Equipos descartables para transfundir soluciones estériles.
- ✓ Equipos descartables para transfundir sangre o plasma.
- ✓ Gasas.
- ✓ Jeringas y agujas descartables
- ✓ Peras de goma.
- ✓ Pinzas umbilicales descartables.
- ✓ Sondas Nelatón.
- ✓ Sondas tipo Foley.
- ✓ Tela adhesiva.
- ✓ Termómetros clínicos.
- ✓ Vendas de Cambric.
- ✓ Vendas enyesadas.

### Productos de perfumería:

- ✓ Perfumes y colonias de mujer/hombre.
- ✓ Perfumes y colonias bebés.
- ✓ Desodorantes
- ✓ Jabones de mano y cuerpo.
- ✓ Shampoo y acondicionadores.
- ✓ Cremas rostro, manos y cuerpo.
- ✓ Productos de higiene personal.



# PLAN DE NEGOCIOS: FARMACIA

---

Se atenderán prescripciones de medicamento de obras sociales (OSEP, PAMI, OSDE, OSPREVA, OSPAV y OSTES), obras sociales pre-pagas (MEDIFÉ y SANTA ROSA SALUD) y el recetario solidario.

Los medios de pago que se ofrecerán serán contado-efectivo, tarjetas de débito y crédito (se contará con el servicio de pos net).

La farmacia brindará un servicio de turno diurno de ocho horas diarias de lunes a viernes y de cuatro horas los días sábados. No brindará el servicio de ser farmacia de turno ya que según la legislación vigente no posee la obligatoriedad de serlo al encontrarse en una zona rural y no contar, en las inmediaciones, con hospital.

### 2.11.2.3. Logística de aprovisionamiento.

Los principales proveedores de medicamentos para la farmacia “Tres de Mayo” será la Cooperativa Farmacéutica Mendoza y las droguerías, entre ellas droguería Del Sud y Monroe Americana S.A. La selección de estas droguerías se debe a que las mismas ya abastecen dos veces por semana a farmacias del departamento lavallino, por lo cual los costos y tiempo de transporte de los medicamentos se pueden ver reducidos.

Es importante el abastecimiento de medicamentos demandados por la clientela, tanto por conocimiento de la necesidad de los mismos como por prestar un servicio de calidad y responsabilidad. Al comienzo del negocio se dispondrá de los medicamentos que componen el petitorio de la habilitación de farmacias. Pero luego, con el conocimiento de la demanda de la clientela, se irá abasteciendo la farmacia con stock de medicamentos pedidos.

### 2.11.2.4. Logística del proceso productivo

La farmacia no contará con laboratorio ni preparación de recetas magistrales, solo se realizará la venta de medicamentos procedentes de diferentes laboratorios que serán aprovisionados por las droguerías y la Cooperativa farmacéutica de Mendoza.





## PLAN DE NEGOCIOS: FARMACIA

---

### 2.11.2.5. Logística de distribución y transporte

La venta será directa al público en un primer momento, luego en la etapa de crecimiento se analizará la posibilidad de contar con distribución de medicamentos. Teniendo en cuenta las grades distancias que se presentan en la localidad.

### 2.11.2.6. Distribución de planta

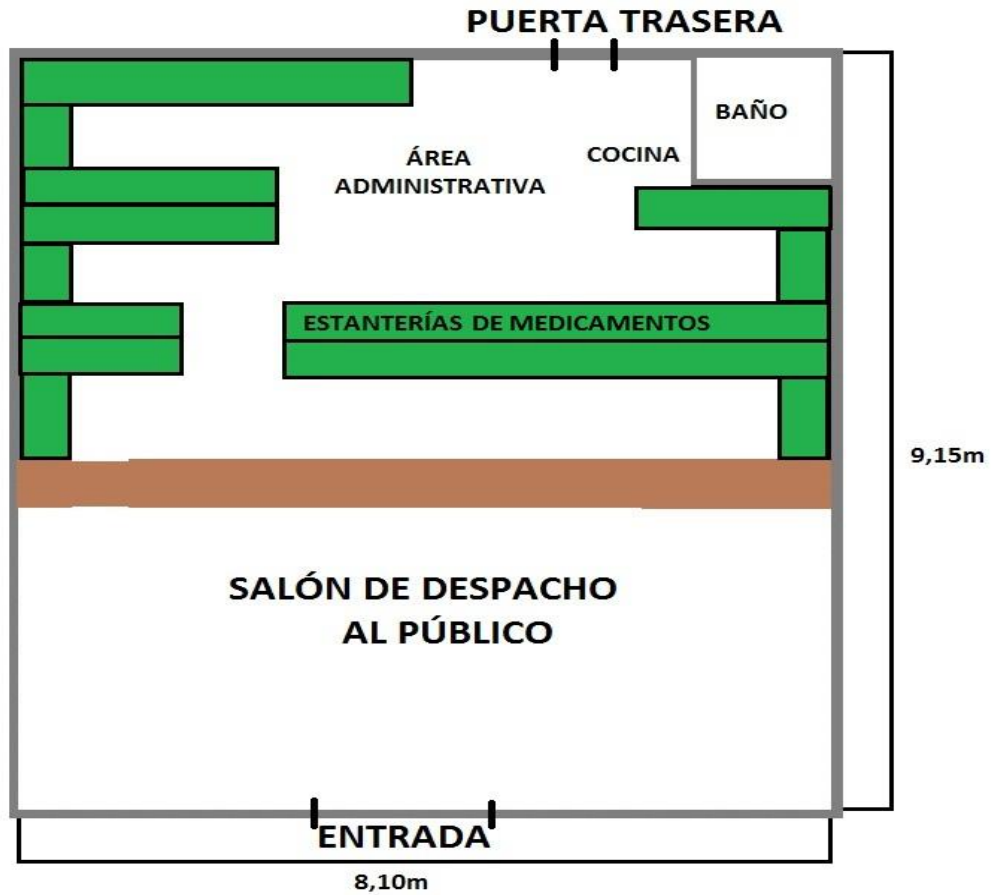
El negocio será ubicado en un local solo de planta baja, que cuenta con un salón sin divisiones de material, solo la perteneciente a la instalación sanitaria.

Los medicamentos serán ordenados en estanterías, las cuales tendrán un orden alfabético y por laboratorio para agilizar la búsqueda de los mismos.

Las divisiones entre la atención al público y el almacenamiento de medicamentos y perfumería serán realizadas a través de mostradores que establecerán la separación pedida legalmente entre el público en general y los medicamentos.

También se contará con vitrinas para la disposición de los artículos de perfumería se diferenciarán con respecto a los productos farmacológicos, según se solicita en la normativa vigente.

## PLANO DEL NEGOCIO



Fuente: Elaboración propia

### 2.11.3. Estrategia Comercial.

#### 2.11.3.1. Análisis del Mercado.

El mercado al que va a estar dirigido el negocio está compuesto por una población de características rurales con una gran dispersión geográfica. Si bien el punto en el cual se encuentra establecido el local de negocio es el centro urbano de la localidad de Tres de mayo, la densidad poblacional del mismo es muy poca.

El negocio al ser el único en la zona con las características de brindar un servicio tan importante como es la venta de medicamentos, será concurrido no solo por personas de la localidad



## PLAN DE NEGOCIOS: FARMACIA

---

sino de parajes aledaños, a las cuales les resulta más conveniente por las distancias a recorrer, concurrir a la farmacia “Tres de Mayo” que a las demás del departamento.

La dispersión geográfica tiene su consecuencia negativa sobre el negocio en su etapa de inicio en lo que respecta al conocimiento de la nueva farmacia. Es por eso importante realizar un importante marketing del negocio.

### 2.11.3.2. Análisis de la Competencia existente en dicho Mercado.

Actualmente la localidad de Tres de mayo no cuenta con ninguna farmacia, por lo cual la competencia es inexistente en la zona.

En cuanto a nivel departamental se pueden encontrar seis farmacias únicamente, que debido a la dimensión geográfica del departamento y su densidad poblacional resultan insuficientes. Tales farmacias se encuentran a un promedio de 20 km de distancia de la ubicación del nuevo negocio.

### 2.11.3.3. Segmentación, Target y Posicionamiento.

El segmento del mercado al cual que está dirigido la farmacia “Tres de Mayo” está determinado por criterios geográficos y sociodemográficos. Por lo cual el segmento seleccionado comprende la población que habita la zona comprendida mayormente por adultos y adultos-mayores. Consideramos que este segmento constituirá nuestra clientela más asidua a diferencia de la población joven que presumimos será una clientela ocasional.

Se espera que el segmento de adultos y adultos-mayores sea el consumidor asiduo por lo cual el target estará dirigido a ellos pero no de manera exclusiva.

Se apunta a un posicionamiento donde la farmacia “Tres de Mayo” sea diferenciada por su atención al público, en donde el cliente encontrará respeto amabilidad, calidad y vocación de servicio.



# PLAN DE NEGOCIOS: FARMACIA

---

## 2.11.3.4. Mix de Marketing.

### 2.11.3.4.1. Productos y Servicios.

Como se mencionó anteriormente el producto que se ofrecerá en el negocio es la venta de medicamentos y productos de perfumería. En una primera instancia los medicamentos ofrecidos estarán ajustados al petitorio obligatorio y reglamentario<sup>13</sup> para toda farmacia que inicia sus actividades. Luego en la etapa de crecimiento del negocio se realizará un ajuste del stock a la demanda del mercado.

Además del servicio de venta de medicamentos se anexará la venta de artículos de perfumería, contando con una amplia variedad de productos para el cuidado y la higiene personal.

### 2.11.3.4.2. Precios.

Los precios de los medicamentos están regulados mediante normativas gubernamentales.

### 2.11.3.4.3. Promoción.

Como se mencionó oportunamente la promoción de la apertura de la nueva farmacia en “Tres de Mayo” se realizará en diferentes medios de comunicación.

Por medios gráficos, en el diario local “El despertador” se colocará durante un mes la propaganda anunciando la apertura nuevo local, y luego otro mes con la propaganda de la nueva farmacia. También se realizará difusión mediante los programas de radios de Lavalle que llegan con su transmisión a la localidad, aplicando la misma metodología de propaganda.

Luego del mes de apertura se evaluará si es necesario que se sigan realizando las propagandas en base a la respuesta del mercado.

---

<sup>13</sup> Art. 24, Decreto 355/2009. Anexo N°3



## PLAN DE NEGOCIOS: FARMACIA

---

### 2.11.3.4.4. Distribución.

La distribución de medicamento en un primer momento será en el local de ventas, es decir, en la propia farmacia. Pero sabiendo de las largas distancias y la dispersión demográfica que se presenta en la zona, se piensa para la etapa de crecimiento del negocio implementar el servicio de envío a domicilio.



# PLAN DE NEGOCIOS: FARMACIA

## CAPÍTULO III

### Evaluación Económica y Financiera del Proyecto

#### 3. Evaluación Económica y Financiera del Proyecto.

##### 3.1. Inversiones.

INVERSIÓN INICIAL		
	\$ Unitario	\$ Total
Alquiler local	\$ 7.500,00	\$ 7.500,00
<b>Mobiliario</b>		
-Heladera	\$ 17.899,00	\$ 17.899,00
-Cartelera turnos	\$ 20.000,00	\$ 20.000,00
-Estanterías (6 unidades)	\$ 6.500,00	\$ 39.000,00
-Mostrador grande (2 unidades)	\$ 5.700,00	\$ 11.400,00
-Mostrador medianos (2 unidades)	\$ 3.300,00	\$ 6.600,00
-Vitrina grande	\$ 9.800,00	\$ 9.800,00
-Escritorio	\$ 2.700,00	\$ 2.700,00
-Sillas (2 unidades)	\$ 1.150,00	\$ 2.300,00
-Banqueta alta (3 unidades)	\$ 2.300,00	\$ 6.900,00
-Computadora	\$ 14.900,00	\$ 14.900,00
-Teléfono	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
-Registradora fiscal	\$ 23.350,00	\$ 23.350,00
<b>Petitorio</b>	\$ -	\$ 46.550,00
<b>Artículos de perfumería</b>	\$ -	\$ 270.000,00
<b>Cartelería</b>	\$ -	\$ 35.000,00
<b>Alarma y cerco eléctrico</b>	\$ -	\$ 19.900,00
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 535.799,00</b>



## PLAN DE NEGOCIOS: FARMACIA

### 3.2. Gastos.

#### 3.2.1. Costos Fijos.

<b>COSTOS FIJOS</b>			
	<b>Mensual</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Anual</b>
Alquiler	\$ 7.500,00	12	\$ 90.000,00
Tasas Municipales	\$ -	1	\$ 1.000,00
Tasas de Derecho de Comercio	\$ 1.400,00	6	\$ 8.400,00
EDEMSA	\$ 2.300,00	12	\$ 27.600,00
Tubo de Gas	\$ 1.500,00	6	\$ 9.000,00
Agua	\$ 500,00	12	\$ 6.000,00
Telefonía	\$ 600,00	12	\$ 7.200,00
Servicio de Pos net	\$ 220,00	12	\$ 2.640,00
Internet	\$ 700,00	12	\$ 8.400,00
Seguro mala praxis	\$ 90,00	12	\$ 1.080,00
Sueldo Farmacéutica	\$ 18.042,53	13	\$ 234.552,91
Sueldo Vendedor	\$ 12.105,82	13	\$ 157.375,69
Sueldo Contador externo	\$ 5.400,00	12	\$ 64.800,00
AFIP (Monotributo Cat. E)	\$ 1.482,70	12	\$ 17.792,40
ATM	\$ 200,00	12	\$ 2.400,00
Ingresos Brutos VER 3.5 %	\$ 2.500,00	12	\$ 30.000,00
<b>Colegio Farmacéutica Mendoza:</b>			
Cuota Farmacia	\$ 350,00	12	\$ 4.200,00
Cuota Socio	\$ 350,00	12	\$ 4.200,00
Sistema GESTOR	\$ 450,00	12	\$ 5.400,00
<b>Gastos de Comercialización:</b>			
Publicidad en diario	\$ 1.400,00	12	\$ 16.800,00
Publicidad en radio	\$ 1.400,00	12	\$ 16.800,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 715.641,00</b>



## PLAN DE NEGOCIOS: FARMACIA

### 3.2.2. Costos Variables.

En los siguientes periodos anuales el aumento en costos para medicamentos es del 11% y para el rubro perfumería es del 18%.

	1	2	3	4	5
<b>Compra Artículos Perfumería</b>	\$ 216.437,16	\$ 255.395,85	\$ 301.367,10	\$ 355.613,18	\$ 419.623,55
<b>Compra Medicamentos</b>	\$ 179.179,15	\$ 198.888,86	\$ 220.766,63	\$ 245.050,96	\$ 272.006,57
<b>Gastos Administrativos</b>	\$ 60.000,00	\$ 60.000,00	\$ 60.000,00	\$ 60.000,00	\$ 60.000,00
<b>Totales</b>	<b>\$ 455.616,31</b>	<b>\$ 514.284,71</b>	<b>\$ 582.133,73</b>	<b>\$ 660.664,14</b>	<b>\$ 751.630,12</b>

### 3.3. Ingresos.

Los ingresos por periodo anual aumentan en medicamentos un 25%, porcentaje que retornan los proveedores. Es decir, que si bien los precios son fijados previamente por la industria farmacéutica y no pueden ser modificados por las farmacias, los proveedores realizan un porcentaje de reintegro por las compras realizadas en medicamentos resultando así rentable el expendio de los mismos. En cuanto al en el rubro de perfumería el porcentaje asciende a un 33%<sup>14</sup>.

	1	2	3	4	5
<b>Medicamentos</b>	\$ 4.063.639,15	\$ 5.079.548,94	\$ 6.349.436,17	\$ 7.936.795,21	\$ 9.920.994,02
<b>Perfumería</b>	\$ 689.124,82	\$ 916.536,01	\$ 1.218.992,89	\$ 1.621.260,55	\$ 2.156.276,53
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 4.752.763,97</b>	<b>\$ 5.996.084,95</b>	<b>\$ 7.568.429,07</b>	<b>\$ 9.558.055,76</b>	<b>\$ 12.077.270,55</b>

<sup>14</sup> Fuente: C.O.F.A.M. (Colegio Farmacéutico de Mendoza)





# PLAN DE NEGOCIOS: FARMACIA

## 3.4. Capital de Trabajo.

	0	1	2	3	4	5
<b>COSTOS</b>						
Costos Fijos	\$ 715.641,00	\$ 715.641,00	\$ 715.641,00	\$ 715.641,00	\$ 715.641,00	\$ 715.641,00
Costos Variables	\$ 455.616,31	\$ 455.616,31	\$ 514.284,71	\$ 582.133,73	\$ 660.664,14	\$ 751.630,12
<b>TOTAL COSTOS</b>	\$ 1.171.257,31	\$ 1.171.257,31	\$ 1.229.925,71	\$ 1.297.774,73	\$ 1.376.305,14	\$ 1.467.271,12
<b>INGRESOS</b>	\$ -	\$ 4.752.763,97	\$ 5.996.084,95	\$ 7.568.429,07	\$ 9.558.055,76	\$ 12.077.270,55
<b>SALDO</b>	\$ -1.171.257,31	\$ 3.581.506,66	\$ 4.766.159,24	\$ 6.270.654,33	\$ 8.181.750,62	\$ 10.609.999,43
<b>ACUMULADO</b>	\$ -1.171.257,31	\$ 2.410.249,35	\$ 7.176.408,59	\$ 13.447.062,92	\$ 21.628.813,55	\$ 32.238.812,98

## 3.5. Proyecciones.

### 3.5.1. Estado de Resultados.

	AÑOS				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>INGRESOS</b>					
<b>Total Ingresos</b>	\$ 4.752.763,97	\$ 5.996.084,95	\$ 7.568.429,07	\$ 9.558.055,76	\$ 12.077.270,55
<b>EGRESOS</b>					
<b>Total Costos Variables</b>	\$ 455.616,31	\$ 514.284,71	\$ 582.133,73	\$ 660.664,14	\$ 751.630,12
<b>Total Costos Fijos</b>	\$ 715.641,00	\$ 715.641,00	\$ 715.641,00	\$ 715.641,00	\$ 715.641,00
Amortización	\$ 27.054,90	\$ 27.054,90	\$ 27.054,90	\$ 27.054,90	\$ 27.054,90
<b>Total Costos</b>	\$ 1.198.312,21	\$ 1.256.980,61	\$ 1.324.829,63	\$ 1.403.360,04	\$ 1.494.326,02
Utilidad Antes de Impuesto a las Ganancias	\$ 3.554.451,76	\$ 4.739.104,34	\$ 6.243.599,43	\$ 8.154.695,72	\$ 10.582.944,53
<b>Impuesto a las Ganancias</b>	\$ 1.244.058,12	\$ 1.658.686,52	\$ 2.185.259,80	\$ 2.854.143,50	\$ 3.704.030,59
<b>UTILIDAD DESPUÉS DE IMPUESTOS A LAS GANANCIAS</b>	\$ 2.310.393,64	\$ 3.080.417,82	\$ 4.058.339,63	\$ 5.300.552,22	\$ 6.878.913,94

## 3.6. Tipos de Financiamiento.

### 3.6.1. Capital Propio

El proyecto se financiará exclusivamente con capital propio, se cuenta con el mismo para realizar la inversión inicial.

## 3.7. Herramientas financieras para evaluar el proyecto.

### 3.7.1. VAN.

<b>VAN</b>	<b>\$ 13.768.246,84</b>
------------	-------------------------



## PLAN DE NEGOCIOS: FARMACIA

El Valor Actual Neto calculado fue mayor a cero, es decir que fue positivo quedando en \$ \$13.768.246,84. Este indicador permite demostrar que a valores de hoy el proyecto es viable económicamente al producir una ganancia de tal importe, habiendo descontando ya los flujos de efectivo por periodo y restando la inversión inicial.

### 3.7.2. TIR.

TIR	7,01
-----	------

La Tasa Interna de Retorno iguala el VAN a cero (0), en nuestro caso esta tasa es positiva ya que resultó en un valor del 7,01.

## CONCLUSIONES

El presente plan de negocios tiene por objetivo la apertura de una farmacia en el distrito Tres de Mayo, departamento de Lavalle provincia de Mendoza. Para llevar adelante este proyecto fue necesario el análisis de diferentes aspectos, tales como el macroambiente y el microambiente en el cual se desarrollaría en negocio como los aspectos de índole financieros del mismo.

En cuanto al macro ambiente en el cual estará inserta la farmacia podemos encontrar que el mismo cuenta con altas barreras de entrada principalmente referidas a la regulación gubernamental de la actividad. Las normativas legales tanto para la apertura de una farmacia como de su funcionamiento son fuertemente reguladas y controladas. En relación al aspecto social y cultural la apertura del negocio es altamente beneficioso para la localidad en la cual será instalada, ya que la misma es una zona de características rurales con una amplia dispersión demográfica, con dificultades de acceso a servicios, por lo cual la necesidad de un farmacia es altamente demanda en la zona.

En el microambiente donde se analizaron las fuerzas competitivas del proyecto se pudo verificar que el negocio es atractivo porque la amenaza de nuevos competidores es muy poco probable por la alta dificultad que se plantea en el ingreso al mercado al igual que la presencia de sustitutos ya que la alta especificidad del producto hacen improbable su existencia. Por otro lado las barreras de salida, por la alta regulación del mercado, son altas.

Si bien el mercado farmacéutico de Mendoza cuenta con importantes cadenas de farmacias, que tienen una importante trayectoria en el rubro y cuentan con sucursales, las mismas se concentran en el área del Gran Mendoza. Las regiones más distantes del centro mendocino se encuentran desprovistas de sucursales de estas cadenas farmacéuticas y proliferan las farmacias con características de negocio familiar, con un único punto de venta y con una alta demanda de los habitantes locales y de zonas aledañas. En esta categoría es que se enmarcaría nuestro negocio.

En cuanto al análisis financiero los indicadores económicos señalan un negocio rentable. La inversión inicial, de \$ 535.799, será solventada con capital propio y será recuperada en el primer año de puesta en marcha el proyecto. Luego en cada periodo el negocio resulta rentable con utilidades en aumento. Se calculó el VAN, resultando positivo, quedando en \$ 13.768.246,84 y la TIR de 7,01.



## PLAN DE NEGOCIOS: FARMACIA

---

Por lo tanto, a partir del análisis de las diferentes variables del proyecto podemos afirmar que nuestra hipótesis planteada, a saber: la apertura de una farmacia en el distrito Tres de Mayo departamento de Lavalle será rentable en la medida en que se implemente un plan de negocios como el propuesto, es afirmativa.



# PLAN DE NEGOCIOS: FARMACIA

## BIBLIOGRAFÍA

- Anderson, Charles & Johnson (2003). *The impressive psychology paper*. Chicago: Lucerne Publishing.
- Cavagnaro, Juan (1985). *Metodología Administrativa*. Buenos Aires: Depalma.
- Censo Nacional de las Personas 2010. Disponible en: <http://www.deie.mendoza.gov.ar/cartografia/sig2010/>. Consultado el 17 de abril 2018.
- Cortegoso, Roberto; Ferrá, Coloma y Juri de Barcaglioni, M. de la Esperanza (s.f.). *La Evaluación de proyectos: nociones básicas*. Mendoza: Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de Cuyo.
- Historia e ubicación departamento de Lavalle. Disponible en: <http://lavallemendoza.gob.ar/public/departamento/>. Consultado el 30 de abril 2018.
- Imagen Cadena de Valor. Disponible en: <http://revistadelaempresa.com/la-cadena-de-valor-de-porter/>. Consultado el 16 de mayo 2018.
- Imagen Matriz BCG. Disponible en <http://www.matrizbcg.com/>. Consultado el 24 de mayo.
- Lamattina, Oscar E. (2006). *Análisis de estados financieros. Un enfoque integral*. Buenos Aires: Librería editorial.
- Metz, Nora G. y Romera, Angela V. (2006). *Guía de clases teóricas*. Mendoza: Universidad del Aconcagua.
- Montero, Luis (s.f.). *Formulación y evaluación de proyectos. Parte teórica*. Mendoza.
- Parada, Ricardo A. y Errecaborde, José D. (comps.) (2015). *Sepratas de Legislación. Resoluciones técnicas vigentes*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Errepar.
- Thompson, Arthur A. y Strickland III, A. J. (2001). *Administración estratégica*. México, D.F.: McGRAW-HILL.



# PLAN DE NEGOCIOS: FARMACIA

## ANEXOS

### Anexo N°1

LEY 7303

PODER LEGISLATIVO DE LA PROVINCIA DE MENDOZA

Ley de ejercicio de las actividades farmacéuticas. Autoridad de aplicación. Requisitos para la autorización de la instalación. Responsabilidades.

Sanción: 17/11/2004; Promulgación: 29/11/2004; Boletín Oficial 10/12/2004.

LEY DE EJERCICIO DE LAS ACTIVIDADES FARMACEUTICAS

Artículo 1° – Las Farmacias de la Provincia, por ser parte integrante del sistema de salud, serán racionalmente distribuidas en el territorio provincial de manera de asegurar la atención y calidad de su servicio a la totalidad de la población.

Deberán ser habilitadas por la Autoridad de Aplicación, es decir el Ministerio de Desarrollo Social y Salud a través del Departamento de Farmacias o quien este Ministerio especifique, quedando sujetas a su fiscalización y control, de acuerdo a lo que establezca la presente ley, la Legislación Nacional y Provincial que regulan la materia y sus Decretos Reglamentarios.

Se autorizará la habilitación de nuevas Farmacias teniendo en cuenta esencialmente las necesidades sanitarias de la población, como así también la densidad demográfica de las distintas zonas de la Provincia. La Autoridad de Aplicación, a través de la reglamentación de la presente ley, dará precisión en lo referente a la densidad poblacional para nuevas habilitaciones.

Art. 2° – Se autorizará la instalación de Farmacias, cuando su propiedad sea de:

a) Personas físicas o de existencia ideal, cuyas formas societarias sean una Sociedad Colectiva o de Responsabilidad Limitada (SRL), mientras se encuentren debidamente inscriptas en los registros pertinentes, las que podrán ser integradas por un (1) profesional farmacéutico. El Director Técnico deberá ser profesional farmacéutico, y será el responsable operativo, atendiendo especialmente la política y logística de abastecimiento y dispensa de medicamentos.

b) Mutualidades, Obras Sociales o de Sindicatos y Medicina Prepaga. Estas Farmacias se registrarán por la Ley Nacional N° 20.321 y sus modificatorias. La prestación del servicio deberá hacerse a pacientes internados y ambulatorios atendidos en la entidad de acuerdo a los convenios respectivos o casos de emergencia. Queda prohibido desarrollar en ellas otras actividades que las específicas, las que deberán ser realizadas sin propósitos comerciales o fines de lucro, teniendo vedada la venta al público en general.

c) Las personas físicas o jurídicas que ejerzan actividades como Farmacias o Droguerías, deberán ser contribuyentes locales a los efectos de la tributación de impuestos.

La Autoridad de Aplicación no podrá habilitar más de dos (2) Farmacias, propiedad de una misma persona de existencia visible o ideal. Exceptúase a las Farmacias habilitadas en cumplimiento de lo dispuesto en el Art. 3° de la presente ley.

No podrán habilitarse más de dos (2) Farmacias, con el mismo o muy similar nombre de fantasía, aunque se trate de franquicias que pertenezcan a dueños diferentes.

Art. 3° – El Ministerio de Desarrollo Social y Salud y las Instituciones Farmacéuticas de la Provincia de Mendoza implementarán convenios que aseguren la instalación de farmacias en las zonas rurales o suburbanas de baja densidad demográfica y las localidades y distritos que no cuentan con estos servicios. La Autoridad de Aplicación deberá realizar un estudio de las necesidades y déficit existentes.

Art. 4° – Los propietarios de Farmacia son co-responsables sanitariamente, además del aspecto comercial, en forma directa de todo lo contemplado por esta Ley y en particular por:

a) La provisión de los elementos, del petitorio y el stock de medicamentos, de las condiciones físicas ambientales y legales de los locales, si le hubiesen sido requeridos por el Director Técnico o por la Autoridad de Aplicación.

b) De la guarda y presentación ante la Autoridad de Aplicación de la documentación relacionada con la compra de los medicamentos.

c) De la guarda de los medicamentos, si tiene llave del establecimiento.



## PLAN DE NEGOCIOS: FARMACIA

---

- d) Por la permanencia del personal administrativo y contable del establecimiento, dentro del local de la Farmacia.
- e) De la contratación del personal profesional y técnico necesario para el funcionamiento de la Farmacia.
- f) De la procedencia de los rubros comerciales que se exhiban y vendan en la Farmacia.
- g) Del cumplimiento del horario de apertura y cierre del establecimiento y de la apertura fuera del horario declarado.
- h) De comunicar el cierre transitorio y/o definitivo del establecimiento y el destino a dar a los medicamentos y petitorio.
- i) De todos los actos que se realicen en el establecimiento, con o sin conocimiento del Director Técnico.
- j) De la utilización de los locales en destinos ajenos al servicio farmacéutico.
- k) Del desempeño del personal Técnico Auxiliar por él contratado.
- l) De la existencia de medicamentos vencidos.

El profesional farmacéutico que simule ser propietario de una Farmacia y permita, al amparo de su nombre, que personas extrañas a su profesión cometan transgresiones a la presente Ley, será penado con inhabilitación para ejercer durante un (1) año, clausura definitiva de la Farmacia en contravención y decomiso de los productos medicinales existentes en la misma.

Art. 5° – La Dirección Técnica de las Farmacias será llevada a cabo por un farmacéutico, quien asumirá el cargo de Director Técnico. El farmacéutico, único propietario de una Farmacia, podrá no ser el Director Técnico de la misma.

Art. 6° – Ningún profesional farmacéutico podrá ser Director Técnico de más de una Farmacia, estando obligado a la atención personal y efectiva del establecimiento, como así también vigilar la preparación y expendio de los medicamentos.





## PLAN DE NEGOCIOS: FARMACIA

---

El Director Técnico podrá contar con la colaboración de uno (1) o más farmacéuticos auxiliares, previa notificación y autorización de los mismos por la Autoridad de Aplicación.

Las Farmacias deberán contar con un (1) Profesional Farmacéutico por cada cinco (5) Auxiliares de Farmacias que trabajen en el mismo turno. Entiéndase por Auxiliar Farmacéutico, al empleado que sólo expende medicamentos.

En los casos de horario extendido, las farmacias deberán contar con un (1) profesional farmacéutico por cada turno de ocho (8) horas.

En los casos de atención permanente las veinticuatro (24) horas y los trescientos sesenta y cinco (365) días del año se deberá contar, como mínimo, con un (1) farmacéutico para cubrir suplencias y descansos.

Art. 7º – En los casos en que el farmacéutico Director Técnico se ausente por menos de veinticuatro (24) horas y la Farmacia tenga farmacéuticos auxiliares, éstos podrán reemplazarlo automáticamente, sin trámite previo. Si hubiese más de un (1) farmacéutico auxiliar, se considera su reemplazante natural, el que corresponda según el orden en que hayan sido comunicados a la Autoridad de Aplicación, salvo indicación en contrario que hubiese dispuesto el titular en el Libro Recetario.

También podrá reemplazarlo otro farmacéutico que no integre la planta permanente del establecimiento, si no ejerce otra Dirección Técnica, y el titular asiente la circunstancia de su ausencia y reemplazo en el Libro Recetario, dejando constancia de la hora.

El Farmacéutico Auxiliar podrá ejercer la misma función en hasta dos (2) Farmacias y observando la no superposición de horarios.

En los casos en que las ausencias excedan las veinticuatro (24) horas, se considerarán temporarias, y el farmacéutico reemplazante deberá asumir como Director Técnico con todas las responsabilidades del mismo, cuyo acto deberá registrarse en el Libro Recetario.

Art. 8º – En los servicios de emergencia ambulatorios estatales, el servicio de Farmacia estará a cargo de un profesional farmacéutico.



## PLAN DE NEGOCIOS: FARMACIA

---

En los servicios de emergencia ambulatorios privados, el servicio de farmacia será administrado por un profesional farmacéutico y el tipo de cobertura que preste, quien deberá efectuar registro de los fármacos, previa habilitación de la Autoridad de Aplicación. Los medicamentos de estos servicios sólo deberán ser utilizados y aplicados por el profesional médico actuante, bajo su responsabilidad, quedando expresamente prohibido el expendio al público.

En los servicios de emergencia ambulatorios deberán llevarse los libros y la documentación que determine la Autoridad de Aplicación, la que controlará su cumplimiento.

Art. 9° – Ninguna actividad contemplada en la Ley, podrá exceder lo que está fijado como actividad profesional reservada por el título de farmacéutico, que corresponde a la vez, a los del título emitido a cada profesional en sus incumbencias de acuerdo a la currícula de la carrera.

Art. 10. – Comuníquese, etc.



# PLAN DE NEGOCIOS: FARMACIA

---

## Anexo N°2

LEY 5.897

### PODER LEGISLATIVO DE LA PROVINCIA DE MENDOZA

Ley de Medicamentos. Creación en el ámbito del Ministerio de Salud, la Dirección Provincial de Farmacología y Normalización de Drogas, Medicamentos e Insumos Sanitarios.

Sanción: 20/08/1992; Promulgación: 04/09/1992; Boletín Oficial 03/12/1992

El Senado y Cámara de Diputados de la provincia de Mendoza, sancionan con fuerza de Ley:

### CAPITULO I DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 1°.- Con el objeto de garantizar el derecho a la salud de los habitantes de la provincia de Mendoza, y por ser esenciales para este fin, se declaran como “bienes sociales” a las drogas, medicamentos, elementos de diagnóstico e insumos que puedan ser utilizados en la salud humana, establecidos en el formulario terapéutico y de insumos provincial.

Art. 2°.- La producción, elaboración, depósito, fraccionamiento, distribución, comercialización, promoción y publicidad de los productos señalados en el artículo 1°, quedan sujetos a las disposiciones de la presente Ley y su reglamentación.

Art. 3°.- El Poder Ejecutivo, por sí o por contratos con terceros, podrá elaborar, fabricar y/o fraccionar los productos comprendidos en la presente ley, en atención a las necesidades surgentes en estado de emergencia, como así también por razones de índole económica que implique la reducción de costos debidamente justificados.



# PLAN DE NEGOCIOS: FARMACIA

---

## CAPITULO II DIRECCIÓN PROVINCIAL DE FARMACOLOGÍA Y NORMALIZACIÓN DE DROGAS, MEDICAMENTOS E INSUMOS SANITARIOS

Art. 4º.- Crease la Dirección Provincial de Farmacología y Normalización de Drogas, Medicamentos e Insumos Sanitarios, la cual dependerá del ministerio de salud. La Dirección funcionara sobre la base y con la infraestructura del departamento de farmacia, del Ministerio de Salud, y con los recursos asignados al mismo por el presupuesto general de gastos y recursos vigente para el año 1992.

Art. 5º.- Serán recursos propios de la Dirección los siguientes:

- a) Los asignados por el presupuesto general de gastos y recursos de la provincia.
- b) Los aranceles recaudados por las certificaciones a las que se refiere el artículo 6º, incisos a), c), y d), de la presente Ley.
- c) El producido de las multas aplicadas como consecuencia de las transgresiones a la presente ley.
- d) Los aportes que realice el gobierno nacional.
- e) Los legados y donaciones.

Art. 6º.- Serán sus funciones:

- a) Efectuar los controles farmacológicos necesarios para certificar la calidad y regular la circulación intra-provincial de los productos enunciados en el artículo 1º, conforme a técnicas científicamente probadas.
- b) Normalizar los procesos de elaboración, fraccionamiento, deposito, conservación, transporte y dispensa de los productos enunciados en el artículo 1º, de conformidad con las practicas nacionales, provinciales e internacionales aceptadas.
- c) Autorizar el funcionamiento e inspeccionar las condiciones higiénicas, sanitarias y de seguridad de los locales de elaboración, fabricación, medios de transporte y depósito de los bienes sujetos a



## PLAN DE NEGOCIOS: FARMACIA

esta Ley, celebrando al respecto los convenios necesarios con los organismos nacionales, provinciales y municipales con injerencia en el tema.

- d) Otorgar los permisos, autorizaciones y certificaciones transitorias y/o definitivas que avalen las condiciones terapéuticas de los bienes especificados en el artículo 1°.
- e) Realizar y promover la investigación integral en el campo de la farmacología.
- f) Instrumentar los programas de fármaco vigilancia, y controlar su cumplimiento, a los fines de garantizar las condiciones de eficacia terapéutica de los productos comprendidos por la presente ley.
- g) Controlar el cumplimiento de las disposiciones relativas a la modalidad prescriptiva, aplicación del formulario terapéutico provincial, promoción, publicidad y conducta prescriptiva, acorde lo dispuesto por los artículos 12 y 14 de la presente Ley.
- h) Organizar un centro de información, consulta y especialización, debiendo mantener actualizados los registros necesarios para el cumplimiento de sus funciones.
- i) Aplicar la Legislación Nacional y Provincial vigentes a los fines del cumplimiento de los objetivos encomendados.

Art. 7°.- Para el cumplimiento de las funciones que le acuerda la presente Ley, la dirección actuara en coordinación con los organismos pertinentes, especialmente en lo relativo a la defensa de los derechos del consumidor regulados por la Ley N° 5547.

Art. 8°.- Las transgresiones a la presente Ley serán sancionadas, según el caso y de acuerdo con la gravedad de la falta cometida, con:

- a) Apercibimiento.
- b) Multa de cien (100) a mil (1000) pesos.
- c) Inhabilitación temporaria en el ejercicio de la profesión de seis (6) meses a dos (2) años.
- d) Inhabilitación definitiva para el ejercicio de la profesión.
- e) Clausura, temporal o definitiva, del establecimiento.
- f) Decomiso de los productos que no cumplan con los requisitos exigidos por la presente Ley.

Art. 9°.- Las sanciones establecidas por la presente Ley, podrán ser aplicadas a:

- a) Los profesionales que se desempeñen en la administración pública;



## PLAN DE NEGOCIOS: FARMACIA

---

- b) Aquellos dependientes de las obras sociales que se hubieran adherido al régimen de la presente Ley;
- c) Los que efectúen tareas en los lugares donde se desarrollen las actividades comprendidas en el artículo 2° y 3° incluyendo personal directivo;
- d) Los establecimientos y productos que transgredan lo dispuesto por la presente Ley.

Art. 10.- Las sanciones a que se refiere el artículo anterior, serán aplicadas por la Dirección Provincial de Farmacología y Normatización de Drogas, Medicamentos e Insumos Sanitarios, por sumario, previa vista al consejo deontológico.

La reincidencia será considerada un agravante para la aplicación de las sanciones previstas en el artículo 8° no pudiendo exceder el duplo de las mismas. Las resoluciones serán recurribles de conformidad con lo previsto por la Ley N° 3909.

### CAPITULO III DE LA COMISION ASESORA DE MEDICAMENTOS.

Art. 11.- Crease en el ámbito del Ministerio de Salud, la comisión asesora de medicamentos, que brindara asesoramiento en los siguientes temas:

- a) Confección y actualización de un formulario terapéutico y de insumos provincial (FOTIP), el cual reunirá los requisitos técnicos y científicos aceptados para preservar los beneficios terapéuticos y económicos y garantizar a la población el acceso a los bienes especificados en el artículo 1°.
- b) Normatización de la prescripción farmacológica, sugiriendo las modalidades prescriptivas por genéricos u otras. Identificación y control de los formularios y/o recetarios, contribuyendo a formar una conducta prescriptiva y el máximo acceso económico a los bienes objeto de la presente ley, cuya utilización resguarde una terapia eficaz, ajustándose, en los casos pertinentes, a lo dispuesto por la legislación vigente.



## PLAN DE NEGOCIOS: FARMACIA

---

c) Difusión de los efectos directos y colaterales, especificaciones para el suministro, dosis adecuadas y contraindicaciones de los productos contenidos en el FOTIP, sugiriendo las campañas de comunicación profesional por los medios que considere necesarios.

Art. 12.- La comisión estará constituida por:

- a) Un (1) representante por el ministerio de salud, el que será su presidente;
- b) Uno (1) por la obra social de empleados públicos, elegido por el directorio;
- c) Un (1) representante por cada una de las entidades o asociaciones profesionales más representativas, que tengan relación directa con el objeto de la presente Ley;
- d) Un (1) representante por cada una de las universidades, estatales y privadas, vinculada con la formación de los profesionales comprendidos en el inciso anterior;
- e) Un (1) representante de las entidades que agrupen a los usuarios y/o consumidores finales de los bienes previstos en esta ley, debidamente reconocidas. El Poder Ejecutivo invitara a las instituciones mencionadas en los incisos b), c), d) y e) a incorporarse a la comisión asesora, celebrando para ello los acuerdos que considere necesarios. Los miembros de la comisión desempeñaran sus funciones ad honorem.

Art. 13.- Podrán participar con igual representación que la prevista en el artículo anterior, las obras sociales, institutos de servicios sociales y/o asociaciones de segundo grado vinculadas a la seguridad social con asiento en la provincia, designando de entre ellas, tres (3) representantes ante la comisión.

### CAPITULO IV DEL F.O.T.I.P. Y MODALIDAD PRESCRIPTIVA PROVINCIAL:

Art. 14.- El Poder Ejecutivo instrumentara el FOTIP y una modalidad prescriptiva obligatoria, basada en el uso de la monodroga, denominación genérica para los establecimientos dependientes del gobierno provincial y obra social de empleados públicos, el que podrá ser adoptado por las obras sociales y efectores privados, previo convenio de adhesión.



# PLAN DE NEGOCIOS: FARMACIA

---

## CAPITULO V DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS

Art. 15.- El Ministerio de Salud Pública será la autoridad de aplicación de la presente Ley.

Art. 16.- Autorízase al Poder Ejecutivo a implementar todos los mecanismos que faciliten la importación por parte de la provincia de los productos mencionados en el art. 1º y en las condiciones previstas en el art. 3º de la presente Ley.

Art. 17.- El Poder Ejecutivo podrá celebrar convenios con universidades e instituciones públicas y/o privadas para efectuar los controles farmacológicos señalados en el artículo 6º, inciso a) de la presente Ley, intertanto la Dirección asuma dichas funciones.

Art. 18.- El Ministerio de Salud Pública deberá incluir en el presupuesto anual de la provincia del año 1993, la presente ley con las imputaciones de gastos y recursos correspondientes.

Art. 19.- El Poder Ejecutivo reglamentará la presente ley en el plazo de sesenta (60) días a partir de su sanción.

Art. 20.- Deróganse todas las disposiciones que se opongan a la presente Ley.

Art. 21.- La presente Ley es de orden público.

Art. 22.- Comuníquese al Poder Ejecutivo.





# PLAN DE NEGOCIOS: FARMACIA

## Anexo N°3

DECRETO 355/2009

PODER EJECUTIVO DE LA PROVINCIA DE MENDOZA

Farmacia. Habilitación. Instalación. Condiciones requeridas. Actividad profesional. Reglamentación de la ley 7303. Derogación del dec. 959/2005.

Del: 13/03/2009; Boletín Oficial 17/03/2009

Visto: El régimen establecido por la Ley 7303 en relación con la actividad farmacéutica, y:  
CONSIDERANDO:

Que el Decreto 959/05, reglamentario de la Ley 7303, después de tres años de aplicación práctica ha demostrado que requiere mayores precisiones en su redacción, a los efectos de brindar una mejor adecuación a la ley que se reglamenta, en pos de que se tenga en cuenta la intención del legislador al sancionarla y los bienes jurídicos sociales que se han querido proteger.

Que la aplicación del texto vigente del Decreto N° 959/05 se ha traducido en la práctica en situaciones de difícil resolución, para la autoridad de aplicación, circunstancias que imponen el dictado de un nuevo Decreto Reglamentario, que tomando como base aquel, incorpore definiciones y precisiones que hagan más eficiente la aplicación del mismo.

Que además es necesario adecuar la reglamentación de las normas legales referidas al registro, elaboración, almacenamiento, conservación, expendio y comercialización de medicamentos, con el objeto de compatibilizar dichas actividades con las reformas estructurales que se están produciendo a nivel económico y social.

Que en este marco y dadas las particulares características de la comercialización de medicamentos, es necesario lograr una mayor transparencia del mismo.

Que la salud de la población debe ser tutelada por el Estado, a cuyo fin el mismo, debe dictar las normas necesarias para cumplir con dicho cometido tendiendo a la custodia de tan alto interés social.



## PLAN DE NEGOCIOS: FARMACIA

---

Que, en virtud de lo expuesto, debe brindarse a la autoridad sanitaria herramientas idóneas y de aplicación permanente del poder de policía en la materia, de tal modo que dicha actividad resulte pasible de análisis, fiscalización, control y divulgación pública.

Que resulta necesaria la existencia de redes sanitarias en el territorio provincial, que aseguren la accesibilidad a los medicamentos por parte de la población.

Que las farmacias son parte integrante del sistema de salud de la Provincia.

Que se impone además, brindar el asesoramiento permanente del profesional farmacéutico y la ordenada separación entre los medicamentos según sea su condición de expendio, no pudiendo en ningún caso estar al alcance directo del público evitando así la automedicación y propiciando el uso racional de los medicamentos.

Que es conveniente intensificar las acciones tendientes a consolidar a la farmacia como una institución de salud, limitando su actividad sólo a las incumbencias profesionales reservadas al título de farmacéutico.

Que resulta necesario que sólo se expendan medicamentos exclusivamente en farmacias, evitando así el comercio ilegal de los mismos.

Que en otro sentido, la correcta identificación de las farmacias de acuerdo al nombre con que fueron habilitadas, evita confusiones en la identificación de las mismas, por parte de los potenciales usuarios de sus servicios.

Que además, es menester aportar mayores precisiones con relación a las sanciones disciplinarias y contemplar un procedimiento más ágil para la aplicación de las mismas, aún para las sanciones de menor envergadura, tendiendo esto a una jerarquización de la atención farmacéutica en beneficio de la población.

Que el presente decreto se dicta en uso de las facultades que son propias del Poder Ejecutivo Provincial reglamentando normas legales sancionadas en ejercicio del poder de policía propio del estado entendido este en su más pura expresión.



# PLAN DE NEGOCIOS: FARMACIA

Por ello, en razón de lo dictaminado por Asesoría Letrada del Ministerio de Salud y lo aconsejado por la Dirección Provincial de Farmacología y Normatización de Drogas, Medicamentos e Insumos Sanitarios;

El Gobernador de la Provincia decreta:

Artículo 1° – Toda persona física o jurídica que desee instalar una Farmacia deberá solicitar la pertinente habilitación ante el Departamento de Farmacia, dependiente del Ministerio de Salud de la Provincia, debiendo cumplimentar las condiciones requeridas por la presente reglamentación en cuanto a:

a) Densidad Poblacional

b) Condiciones edilicias, sanitarias, de seguridad, equipamiento, documentación, medicamentos, que deberá disponer la farmacia en forma permanente de acuerdo a requisitos establecidos en el presente Reglamento.

c) La Propiedad

La habilitación consiste en la aprobación, control y cumplimiento de los requisitos obligatorios que estipula la legislación vigente en la materia y sus respectivos decretos reglamentarios, para que una Farmacia pueda funcionar en relación con la actividad específica para la que fue instalada.

## TITULO I

### Densidad Poblacional

Art. 2° – A los fines de habilitar una Farmacia se deberá presentar el pedido de habilitación, ante la Autoridad Sanitaria, previo a cualquier trámite, quien procederá a verificar la relación: farmacias existentes/cantidad de habitantes del Distrito en donde se pretende habilitar el establecimiento. Dicha verificación se realizará a partir de los datos demográficos certificados por la Dirección de Estadísticas e Investigaciones Económicas de la Provincia de Mendoza, tomándose como base los datos del último censo nacional de población.

Art. 3° – Se autorizará la habilitación de una Farmacia cada 3.000 habitantes por Sección y/o Distrito ya sea se trate de la Ciudad de Mendoza o de los distintos Departamentos. Una vez



# PLAN DE NEGOCIOS: FARMACIA

determinada la factibilidad de instalación, se deberá cumplir con los requisitos establecidos en el Título II del presente decreto, los que serán verificados, mediante inspección por parte del Departamento de Farmacia. El presente artículo no será de aplicación en las condiciones establecidas en el Título II, Capítulo IV, Art. 25 primer párrafo.

Art. 4° – Los Distritos y/o Secciones que posean 5.000 habitantes o menos, quedan exceptuados de la regulación de cantidades de farmacias con relación a la densidad poblacional establecida en el artículo anterior. En estos distritos y/o secciones se podrán habilitar farmacias, siempre que se encuentren a una distancia de 1.000 metros o más de una ya existente o en vías de habilitación, ya sea en el mismo Distrito u otro limítrofe. Dicha distancia será certificada por las Municipalidades que correspondan.

Art. 5° – Las Farmacias podrán trasladarse a un nuevo emplazamiento hasta una distancia no menor de 400 metros de otra Farmacia instalada o con pedido de habilitación factible, dentro de un mismo distrito o sección. Para autorizar el traslado de una farmacia, la misma deberá contar con una antigüedad mínima de 3 (tres) años desde su habilitación.

## TITULO II

Condiciones Edilicias, Sanitarias, de Seguridad, Equipamiento, Documentación, Medicamentos

### Capítulo I

Art. 6° – Para solicitar habilitación de una farmacia, deberá presentarse ante la Autoridad Sanitaria competente la siguiente documentación:

a) Declaración Jurada con firmas certificadas suscriptas en forma conjunta por el farmacéutico director técnico, el o los farmacéuticos auxiliares, si por la extensión del horario correspondiera y las personas físicas propietarias de la farmacia o el representante legal de la persona jurídica de la farmacia consignando:

-Nombre y ubicación de la farmacia.

-Nombres, apellido y número de matrícula del farmacéutico que se desempeñará como director técnico y, si correspondiera, de los farmacéuticos auxiliares.



## PLAN DE NEGOCIOS: FARMACIA

---

-Nombres y apellido, número y tipo de documento de las personas físicas propietarias de la farmacia o del representante legal de la persona jurídica.

-Modalidad de funcionamiento en relación a:

1) Preparación de medicamentos oficinales, oficiales y/o magistrales alopáticos y/o fraccionamientos de drogas.

2) Preparación de recetas homeopáticas.

3) Aplicación de inyectables y/ o vacunas.

4) Si cumplirá turnos voluntarios y/u horario extendido o de veinticuatro (24) horas.

b) Certificado de Libre Regencia del director técnico y de los farmacéuticos auxiliares, cuando los mismos hayan ejercido la profesión en jurisdicciones distintas de la Provincia de Mendoza.

c) Cuando la propiedad de la farmacia corresponda a una persona jurídica: copia autenticada de los instrumentos legales de su personería jurídica, los que incluirán la instalación de una farmacia como objeto social y copia autenticada de la designación de su representante legal, el que deberá acreditar su capacidad para ejercer actos de comercio con certificados emitidos por autoridad competente que acredite que:

No se encuentre concursado ni fallido (Corte Suprema de Justicia)

No se encuentre inhabilitado (Registro de Inhibiciones del Registro Público y Archivo Judicial)

Certificado de buena conducta emitido por Policía de Mendoza.

d) Cuando la propiedad de una farmacia corresponda a una persona física, ésta deberá acreditar su capacidad para ejercer actos de comercio con certificados emitidos por autoridad competente que acredite que:

No se encuentre concursado ni fallido (Corte Suprema de Justicia)

No se encuentre inhabilitado (Registro de Inhibiciones del Registro Público y Archivo Judicial)

Certificado de buena conducta emitido por Policía de Mendoza.



## PLAN DE NEGOCIOS: FARMACIA

e) Dos planos de local aprobados por la Municipalidad correspondiente, con indicación de distribución de áreas y sus medidas.

f) Copia autenticada del instrumento legal que acredite la propiedad del local y/o contrato de locación sellado o cualquier otro instrumento jurídico por el que se pueda disponer por el plazo de tres años del local donde se instalará la farmacia.

Art. 7° – Los locales de las farmacias deben ser sismo resistentes y reunir las condiciones de higiene, seguridad, limpieza, amplitud, luz y ventilación adecuadas; los pisos y paredes lisos bien unidos y ser de fácil limpieza, impermeables e ignífugos. Los cielorrasos deberán ser confeccionados con materiales que permitan una superficie alisada, sin molduras ni salientes y ser resistentes a la humedad ambiente e incombustibles. Las farmacias deberán declarar la actividad a realizar en base a la cual se habilitarán:

a) Farmacias con superficie mínima de 80 m<sup>2</sup> con laboratorio.

b) Farmacias con 60 m<sup>2</sup> como mínimo, no podrán instalar laboratorio, lo que les impide preparar fórmulas magistrales, oficiales y/u oficinales y fraccionamiento de drogas. Las farmacias que posean 60 m<sup>2</sup> podrán contar con área de fraccionamiento de especialidades medicinales de envases hospitalarios o de envases de mayor tamaño, que garantice condiciones de higiene y seguridad, provista de mesada de trabajo y los elementos necesarios y sólo podrán fraccionar según las normas vigentes.

Todas las farmacias deberán contar con las siguientes áreas como mínimo:

Salón de despacho al público de 20 m<sup>2</sup>

Depósito de productos farmacéuticos y/o hierbas medicinales.

Área administrativa.

Servicio sanitario instalado de uso exclusivo de la farmacia.

Las farmacias deben poseer una puerta de acceso peatonal, independiente y abierta directamente a la calle, de manera tal que asegure una correcta accesibilidad y atención de la población y las demás



# PLAN DE NEGOCIOS: FARMACIA

áreas constitutivas del establecimiento farmacéutico deben conformar una unidad funcional e independiente con ambientes intercomunicados.

Las farmacias deben poseer una ordenada separación entre los medicamentos según sea su condición de expendio, no pudiendo en ningún caso estar al alcance directo del público.

Art. 8° – Las farmacias cuya propiedad sea de una entidad de bien público, sin fines de lucro, comprendidas en la Ley 20.321 y sus modificatorias, que preste servicios exclusivamente a sus asociados serán eximidas de los requisitos de densidad poblacional. Asimismo deberán ser internas, sin salida directa a la calle, y formar parte de las instalaciones de la entidad a que pertenecen, debiendo limitar el otorgamiento de sus beneficios a las personas comprendidas en sus estatutos, no pudiendo ser explotadas por concesionarios.

Art. 9° – Cuando la farmacia funcione dentro de otro establecimiento comercial o conjuntamente con otras dependencias comerciales, deberá cumplir además de los requisitos del Art. 7° del presente decreto, con los siguientes:

Que el local sea independiente del resto de las áreas donde se comercializan otros productos y pueda cerrarse totalmente en los horarios en que no se realice atención al público.

Que exista en el mismo una ordenada separación entre los medicamentos según sea su condición de expendio, no pudiendo en ningún caso estar al alcance del público.

Que cuente con un sistema de comunicación a la zona de acceso peatonal para asegurar el cumplimiento de los turnos obligatorios y/o voluntarios.

## Capítulo II – De los Tipos de Farmacia y su Modalidad de Funcionamiento

Art. 10. – Las farmacias que preparen medicamentos oficinales, oficiales, magistrales alopáticos y/o fraccionen drogas, deberán contar con un laboratorio destinado a tal fin.

El mismo deberá tener piso liso y resistente a la acción de los agentes químicos de uso habitual en las farmacias. Las paredes y las mesadas de trabajo serán recubiertas de material impermeable de fácil limpieza que asegure condiciones de higiene y seguridad; los techos lisos, bien unidos e incombustibles. Contará además, con una pileta y provisión de agua potable y estará dotado de las

drogas, reactivos, equipos, instrumental y elementos de laboratorio que exigen las reglas para cumplir con las BPFC (Buenas Prácticas de Fabricación y Control) según Farmacopea Argentina. Las farmacias que no reúnan estas condiciones no podrán recepcionar recetas magistrales alopáticas, preparar medicamentos oficinales, oficiales, ni fraccionar drogas.

Las farmacias que reúnan las condiciones del presente artículo y/o del Art. 7° inc b) del presente decreto, podrán realizar fraccionamiento de especialidades medicinales de envases hospitalarios o de envases de mayor tamaño. Dicho fraccionamiento se realizará conservando la trazabilidad establecida en el envase primario por el laboratorio elaborador, en lo referente al N° de lote y vencimiento del medicamento.

Art. 11. – Las farmacias que preparen recetas homeopáticas deberán contar con un laboratorio destinado a tal fin, separado del resto de los ambientes. Deberá tener las mismas características que las indicadas en el Art. 10° del presente Decreto y estará dotado de drogas, reactivos y elementos de laboratorio que exigen las reglas para cumplir con las BPFC (Buenas Prácticas de Fabricación y Control) según Farmacopea Argentina, previstas para preparación de recetas para la técnica homeopática.

Asimismo deben contar con un ejemplar de una Farmacopea internacionalmente reconocida, utilizada para el despacho de prescripciones homeopáticas y un Libro Recetario en el que serán copiadas exclusivamente las recetas que se preparen con la técnica homeopática, dejando constancia de la Farmacopea a la que corresponden y las escalas de diluciones respectivas.

Las Farmacias que no reúnan estas condiciones no podrán recepcionar ni preparar recetas homeopáticas.

Art. 12. – Las Farmacias que apliquen inyecciones y vacunas deberán contar con un área separada del resto de los ambientes y con una camilla, jeringas y agujas en tamaño y cantidad suficiente. La superficie mínima será de 6 m<sup>2</sup> con iluminación suficiente, pisos y paredes revestidas de material lavable y estará equipado con mesada, pileta y provisión de agua potable. Deberán, además, dejar constancia de dichas aplicaciones en un Libro Registro de Inyectable, foliado y rubricado por la autoridad sanitaria donde se anotarán: fecha de aplicación; nombre del profesional que lo indicó; nombre, apellido y domicilio del paciente y especificaciones de la receta y que se realiza la





## PLAN DE NEGOCIOS: FARMACIA

aplicación bajo la responsabilidad del Director Técnico. El registro deberá ser llevado al día y puesto a disposición de los Inspectores de Farmacia cuando así lo requieran.

Las vacunas podrán ser aplicadas por el profesional farmacéutico o personal del establecimiento, bajo la supervisión del Director Técnico Farmacéutico. En todos los casos el recurso humano deberá realizar en forma obligatoria el curso de inmunización respectivo a través del Programa Provincial de Inmunizaciones y de las Instituciones que el Ministerio de Salud autorice. La aplicación de vacunas deberá registrarse en el Libro Registro de Inyectable, en las condiciones que establece el 3° párrafo del presente artículo. La autorización para la aplicación de vacunas en farmacias, será conferida por el Ministerio de Salud a través del Departamento de Farmacia y del Programa Provincial de Inmunizaciones.

Art. 13. – Los servicios de Farmacia asistencial Estatales o Privados son aquellos que forman parte de un establecimiento de salud de mayor complejidad, con internación y que actúan de apoyo a otros servicios.

Los locales de estos servicios contarán con una superficie mínima de 30 m<sup>2</sup> y mobiliario adecuado para desarrollar sus funciones que garanticen la seguridad y buena prestación, según su complejidad y capacidad, de uso exclusivo, separado del resto de los servicios y con puerta o ingreso controlado (con llave).

Cuando se requiera efectuar fraccionamiento, preparaciones oficiales o se incorpore a la rutina, la modalidad de atención por dosis diaria o dosis unitaria se deberá anexar un Laboratorio.

Art. 14. – La Dirección del Establecimiento Público o Privado, propondrá un listado de stock de productos farmacéuticos o insumos sanitarios, a la Dirección Provincial de Farmacología y Normatización de Drogas, Medicamentos e Insumos Sanitarios, quien aceptará sólo aquellos insumos que sean necesarios según el número de internados, la complejidad de los servicios y la terapéutica medicamentosa relacionada con la patología de internación. Deberá exigir, además, un petitorio de material biomédico e insumos que deben poseer obligatoriamente, con las instalaciones adecuadas, para su conservación, entre las que debe contar con una heladera.

Art. 15. – La Dirección Provincial de Farmacología y Normatización de Drogas, Medicamentos e Insumos Sanitarios, a través del Departamento de Farmacia, ejercerá el control y verificación de las



## PLAN DE NEGOCIOS: FARMACIA

---

condiciones higiénico sanitarias del local, del origen, procedencia, estado de conservación y destino de los medicamentos e insumos, como del funcionamiento en general.

Art. 16. – El listado declarado deberá mantenerse actualizado y en caso de producirse modificaciones, sustituciones o ampliaciones, las mismas serán previamente solicitadas a la autoridad sanitaria respectiva, quien autorizará según las necesidades del servicio. Si se requiere el uso de Sicotrópicos o Estupefacientes, sus movimientos técnicos administrativos responderán a exigencias de las Leyes Sanitarias Nacionales y Provinciales vigentes.

Art. 17. – Los Servicios de Farmacia Asistencial Privados no podrán atender a todo público y sólo brindarán atención a pacientes internados.

Art. 18. – Los Servicios de Farmacia funcionarán bajo el control y responsabilidad de un profesional farmacéutico con carácter de Director Técnico. Su habilitación y funcionamiento se regirán por las Legislaciones vigentes Nacionales y Provinciales y toda otra norma complementaria y aclaratoria.

Art. 19. – Los servicios de farmacia de los servicios de emergencia ambulatorios al que se refiere el artículo 8° de la Ley que se reglamenta, contarán con un profesional farmacéutico quien deberá desempeñarse de acuerdo a las Leyes y Reglamentaciones vigentes siendo responsable del cumplimiento de las mismas ante la autoridad de aplicación.

Art. 20. – El desempeño del profesional farmacéutico en los servicios a los que hace alusión el artículo precedente, no implica exclusividad, estando obligados los propietarios y el farmacéutico a comunicar el horario en el que ejercerá sus funciones.

Art. 21. – Los Servicios de Farmacia de los servicios de emergencia ambulatoria deberán contar con un área o sector separado y con puerta o ingreso controlado. Esta área deberá reunir las condiciones higiénico sanitarias y de seguridad que garanticen las condiciones de conservación de los medicamentos e insumos médicos.

Art. 22. – Si se requiere el uso de sicotrópicos y estupefacientes sus movimientos técnicos administrativos responderán a exigencias de las Leyes Sanitarias Nacionales y Provinciales vigentes.



# PLAN DE NEGOCIOS: FARMACIA

Art. 23. – La autoridad de aplicación, a través del Departamento de Farmacia, ejercerá el control y verificación de las condiciones higiénicas sanitarias, origen, procedencia, estado de conservación y destino de los medicamentos e insumos, como del funcionamiento en general de los servicios a los que hace alusión el artículo 19°.

## Capítulo III Del Petitorio

Art. 24. – Todas las farmacias deberán contar con:

a) Los medicamentos de urgencia, materiales de curación elementos que se detallan en el Anexo II que forma parte del presente decreto, los que en forma farmacéutica, presentación y cantidad deberán formar parte del stock permanente de la farmacia.

b) Una heladera de capacidad adecuada y de uso exclusivo, en funcionamiento continuo con el objeto de mantener la temperatura entre 2. – 8° C para la correcta conservación de las drogas y medicamentos que así lo requieran y, a los efectos de garantizar que se mantenga la cadena de frío respectiva, provista de un termómetro adecuado al rango de temperaturas establecido. Se deberá confeccionar planilla de control diario que figura como Anexo I del presente decreto y que será puesta a disposición de los Inspectores de Farmacia cuando la requieran.

c) Cartelera de turno visible desde el exterior, convenientemente iluminada durante la noche y provista de luz eléctrica propia con tablillas de material inalterable, u otro sistema que garantice la información permanente de los turnos, (prohibiéndose el uso de papel o cartón, aún plastificado), en letras de imprenta mediante las cuales se informará diariamente a la población, nómina y ubicación actualizada de las farmacias que deben cumplir el turno obligatorio con la correspondiente discriminación de aquellas que deben efectuarlo hasta las veinticuatro (24) horas y las que lo efectúan “Día y Noche”. Asimismo, las farmacias de turno deberán estar durante la noche convenientemente señalizadas mediante iluminación adecuada que permita su fácil identificación.

## Capítulo IV De la Propiedad

Art. 25. – Toda transmisión por cualquier título, sea éste oneroso o gratuito, total o parcial, de una farmacia habilitada propiedad de personas físicas o transmisión de cuotas partes de una SRL o sociedad en comandita, paquete accionario de una sociedad anónima o de cualquier otro tipo societario, propietarias de una farmacia habilitada, bien se trate de enajenación directa y privada o



## PLAN DE NEGOCIOS: FARMACIA

en público remate, deberá ser, comunicado fehacientemente a la autoridad sanitaria competente mediante nota firmada por el o los vendedores, el o los compradores y los directores técnicos respectivos y deberá presentarse la inscripción en el Registro Público de Comercio, a los efectos de la tramitación de una nueva habilitación, conforme a lo establecido en la ley que por este acto se reglamenta.

Lo establecido en el párrafo anterior no será de aplicación en los siguientes casos: transmisiones “mortis causa”; transmisiones entre accionistas de sociedades anónimas, cuotapartistas de SRL, comanditarios y comanditados de sociedades en comandita, o de cualquier otro tipo societario existentes a la fecha de vigencia de la ley 7.303.

Deberán, además, acompañar la nota a la que hace mención el párrafo primero del presente artículo, con la documentación que acredite la validez de la operación en los términos y plazos estipulados por los artículos 1° a 7° de la Ley N° 11.867 y toda otra, que la autoridad de aplicación considere necesaria a los fines de la transmisión del fondo de comercio.

Deberá ajustarse, además, a lo dispuesto por el artículo 4° de la Ley 17.565 y deberá acreditarse ante la autoridad sanitaria en un plazo no mayor de sesenta (60) días hábiles pudiendo ésta, por razones debidamente justificadas, ampliar dicho plazo.

Toda transferencia en las condiciones previstas en el presente artículo, no podrá implicar una transgresión a la cantidad de farmacias, propiedad de una misma persona de existencia ideal o física, de acuerdo a lo establecido en el Art. 2° de la Ley que se reglamenta.

Los establecimientos farmacéuticos ya habilitados deberán enunciarse con el nombre de fantasía o comercial con que fueron habilitados y solo se autorizará el cambio de nombre de fantasía o comercial de hasta 2 establecimientos farmacéuticos propiedad de una misma persona física o jurídica.

### Capítulo V – De los Horarios de las Farmacias

Art. 26. – Las Farmacias deberán permanecer abiertas al público un mínimo de ocho (8) horas diarias de lunes a viernes, distribuidas en horarios de mañana y tarde y el sábado un mínimo de cuatro (4) horas. Las farmacias que opten por abrir sus puertas más de ocho (8) horas diarias y una vez elegido el régimen horario en que permanecerá abierta, deberán comunicar al Departamento de



## PLAN DE NEGOCIOS: FARMACIA

Farmacia el horario seleccionado, el cual no podrá modificar sin previo aviso a la Autoridad Sanitaria con treinta (30) días corridos de anticipación.

La comunicación a la que se alude en el párrafo anterior, deberá efectuarse bajo declaración jurada donde se consignará horario elegido, el Director Técnico y el nombre de los farmacéuticos auxiliares designados con la conformidad de los propietarios. Aquellas farmacias que deseen realizar un horario mayor de ocho (8) horas corridas, en ningún caso lo podrán hacer sin la presencia del profesional farmacéutico, por lo que deberán contar indefectiblemente con un profesional por cada módulo de ocho (8) horas corridas.

Art. 27. – A los efectos de garantizar a la población la adecuada cobertura farmacéutica todas las farmacias deberán realizar turnos obligatorios. El Departamento de Farmacia del Ministerio de Salud confeccionará las listas de turno obligatorio estableciendo los días calendarios respectivos, quedando facultado para resolver las cuestiones de orden práctico que se planteen.

Art. 28. – La autoridad sanitaria podrá eximir del cumplimiento del Turno Obligatorio a las farmacias que así lo soliciten, en razón de hallarse a menos de 500 metros de otras farmacias que funcionen las veinticuatro (24) horas, situación que las farmacias solicitantes deberán acreditar fehacientemente. Dicha eximición se otorgará a título precario siendo rescindido automáticamente en caso que la farmacia que cumple veinticuatro (24) horas, cierre definitivamente o renuncie al Turno Voluntario, sin perjuicio que las Farmacias afectadas sean notificadas en forma fehaciente por la autoridad sanitaria. La eximición anteriormente aludida tal como su suspensión se otorgará por disposición de la Dirección Provincial de Farmacología y Normatización de Drogas, Medicamentos e Insumos Sanitarios, quien podrá negar o revocar la eximición del Turno Obligatorio aunque la Farmacia que cumpla el turno de veinticuatro (24) horas permanezca en el mismo, atendiendo a las necesidades que del Servicio tenga la población.

Art. 29. – Cuando se constate el incumplimiento tanto del turno obligatorio, del horario declarado por aquellas farmacias que opten abrir sus puertas más de ocho (8) horas diarias o la ausencia del profesional farmacéutico, la autoridad de aplicación se encuentra facultada a aplicar una multa de acuerdo a lo establecido en la Resolución 2136/05 MS o las que la modifiquen o sustituyan en el futuro.

### TÍTULO III



## PLAN DE NEGOCIOS: FARMACIA

De la Dirección Técnica y Modalidad de Atención

Art. 30. – La Dirección Técnica de la Farmacia estará a cargo de un farmacéutico con título expedido por Universidad Nacional o Privada y matriculado en el Ministerio de Salud de la Provincia de Mendoza. El Director Técnico será responsable ante la autoridad de aplicación, del despacho y del cumplimiento de las disposiciones legales referidas al funcionamiento de la farmacia.

Los Directores Técnicos de las Farmacias deberán estar comunicados a la autoridad sanitaria. La Dirección Técnica importa exclusividad, quedando vedado el ejercicio de la actividad farmacéutica fuera del ámbito de la Farmacia a la cual está afectado. Queda excluida de la misma la actividad docente realizada por el profesional farmacéutico.

La responsabilidad del director técnico no excluye la responsabilidad de los demás profesionales, ni de las personas físicas o jurídicas propietarias de la farmacia, el cumplimiento de las disposiciones de la Ley N° 17.565 y sus modificatorias y de todas las reglamentaciones que en su consecuencia se dicten.

Con el objeto de velar por la correcta dispensación de los medicamentos, para proteger la salud de la población, la presencia del profesional farmacéutico al frente de la dispensa al público deberá garantizarse de manera constante. La presencia de un profesional farmacéutico independientemente que sea o no el director técnico no será impedimento para la realización de la Inspección de Práctica.

Art. 31. – Cuando el farmacéutico director técnico deba ausentarse momentáneamente, deberá dejar en su reemplazo a otro profesional farmacéutico, que integre el personal del establecimiento y/o designe para tal fin. Dicho profesional asumirá durante la ausencia las funciones del director técnico, debiendo desempeñarse con la responsabilidad del mismo y de acuerdo a las legislaciones vigentes. Cuando las ausencias del director técnico excedan las veinticuatro (24) horas, el mismo deberá proceder en concordancia con lo dispuesto por el Art. 27 de la Ley N° 17.565 y con la Declaración Jurada del stock de Sicotrópicos y Estupefacientes existente a la fecha de producido el reemplazo del mismo. En todos los casos en que se produzcan ausencias en la Dirección Técnica, ya sea que excedan o no las veinticuatro (24) horas, deberán quedar registradas en el Libro recetario, consignando el nombre del farmacéutico que realizará el reemplazo, sin perjuicio de lo establecido



# PLAN DE NEGOCIOS: FARMACIA

en el Art. 7° de la Ley que se reglamenta con relación al reemplazante natural que corresponda según el orden que se haya comunicado a la autoridad sanitaria. Es obligación de los propietarios y del Director Técnico del establecimiento comunicar al Departamento de Farmacia la nómina de los profesionales farmacéuticos y auxiliares farmacéuticos que se desempeñen en el establecimiento.

Asimismo será obligación comunicar las modificaciones que sobre esta nómina se efectúen.

## TITULO IV

### De la Actividad Profesional

Art. 32. – De acuerdo a la presente reglamentación sólo podrán realizar en las farmacias las actividades establecidas en la Ley N° 17.565 y sus modificatorias y Decreto Provincial N° 3857/69 y sus modificaciones y aquellas previstas por la legislación de incumbencia farmacéutica.

Art. 33. – Se establecen como actividades profesionales reservadas al título de farmacéutico las contempladas en la Resolución N° 566/2004, Anexo V, del Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología de la Nación y sus modificatorias.

Art. 34. – La preparación de recetas, despacho y venta al público de drogas, medicamentos cualquiera sea su condición de expendio y de los medicamentos fitoterápicos, deberá ser efectuada exclusivamente en farmacia quedando prohibido realizar cualquiera de las actividades descriptas fuera del ámbito de farmacia.

Art. 35. – Serán decomisados todos los medicamentos, cualquiera sea su condición de expendio, aún los de “Venta Libre”, que se encuentren para la venta al público, en lugares que no sean los habilitados para tal fin por la autoridad sanitaria competente.

Art. 36. – Cuando se compruebe la infracción al artículo que antecede, la autoridad de aplicación se encuentra facultada de aplicar una multa de acuerdo a lo establecido en la Resolución 2136/05 MS o las que la modifiquen o sustituyan en el futuro.

## TÍTULO V – Capítulo I – De las Sanciones

Art. 37. – Las infracciones al presente Decreto y a la Ley que se reglamenta serán pasibles de las sanciones previstas en los Arts. 45° y 46° de la Ley N° 17.565 y sus modificatorias.



# PLAN DE NEGOCIOS: FARMACIA

---

## Capítulo II – Del Procedimiento

Art. 38. – Comprobada la infracción a la Ley que se reglamenta, a su reglamentación o las disposiciones que en consecuencia dicte la autoridad sanitaria, se procederá de acuerdo al Título VI de la Ley N° 17.565 y sus modificatorias y Título IV del Decreto Provincial N° 3857/69 y sus modificaciones, Ley N° 3586 y Decreto-Ley N° 999/73. Se exceptúan del sumario administrativo las infracciones previstas en los Arts. 29° y 33° del presente decreto.

Art. 39. – Derógase el Decreto 959/05 y toda otra disposición que se contraponga a lo establecido en el presente decreto, el cual entrará en vigencia desde su publicación.

Art. 40. – Comuníquese, etc. –

Jaque; Saracco.

## ANEXO I

### PLANILLA DE CONTROL DIARIO

Tabla

## ANEXO II

### MEDICAMENTOS Y MATERIALES DE CURACIÓN

Se deberá en cada renglón contar con existencia suficiente, para evitar falta de los mismos al dispensar las recetas médicas, los que en forma farmacéutica, presentación y cantidad deberán formar parte del stock permanente de la farmacia.

Adrenalina

Analgésicos, Analgésicos narcóticos.

Anestésicos.

Anovulatorios.

Ansiolíticos.





# PLAN DE NEGOCIOS: FARMACIA

---

Antialérgicos.

Antiartrósicos.

Antiasmáticos.

Anticoagulantes.

Anticonvulsivos (antiepilépticos).

Antidiarreicos.

Antieméticos.

Antiespasmódicos.

Antihipertensivos. (vasodilatadores, antiarrítmicos, otros).

Antihistamínicos.

Antiinfecciosos.

– Aminoglucósidos.

– Cefalosporinas.

– Penicilinas.

– Sulfas.

– Otros.

Antiinflamatorios.

Antimenopáusicos.

Antimicóticos.

Antiparasitarios.



# PLAN DE NEGOCIOS: FARMACIA

---

Antiparkinsonianos.

Antitérmicos.

Antisépticos

Antitusivos.

Antiulcerosos.

Atropina

Broncodilatadores.

Coagulantes.

Corticoides.

Diuréticos.

Gammaglobulinas (antitetánica).

Hipocolesteromizantes.

Hipoglucemiantes.

Hormonas.

Minerales.

Sales de Rehidratación.

Soluciones parenterales.

Vasoconstrictores.

Vitaminas.

Algodón.



## PLAN DE NEGOCIOS: FARMACIA

---

Bolsas para hielo.

Catéter para infusión endovenosa con aletas, tipo mariposa.

Colectores de orina pediátricos.

Envases colectores estériles.

Equipos descartables para transfundir soluciones estériles.

Equipos descartables para transfundir sangre o plasma.

Gasas. Jeringas y agujas descartables

Peras de goma.

Pinzas umbilicales descartables.

Sondas Nelatón.

Sondas tipo Foley.

Tela adhesiva.

Termómetros clínicos.

Vendas de Cambric.

Vendas enyesadas.

NOTA: Una vez producida la habilitación del establecimiento mediante Resolución Ministerial, el director técnico debe adquirir con carácter de obligatoriedad estupefacientes de la Ley N° 17.818 - Decreto Reglamentario N° 701/72 (clorhidrato de morfina- ampolla al 0,01%) y sicotrópico (fenobarbital comprimidos) de la Ley N° 19.303 y sus modificatorios.



# PLAN DE NEGOCIOS: FARMACIA

## ANEXO N°4

Ley 26.567

Modifícase la Ley N° 17.565 que regula el ejercicio de la actividad farmacéutica. Derógase los artículos 14 y 15 del Decreto N° 2284/91.

Sancionada: Noviembre 25 de 2009

Promulgada de Hecho: Diciembre 17 de 2009

El Senado y Cámara de Diputados de la Nación Argentina reunidos en Congreso, etc. sancionan con fuerza de Ley:

**ARTÍCULO 1°** — Sustitúyese el artículo 1° de la Ley 17.565, por el siguiente:

Artículo 1°: La preparación de recetas, la dispensa de drogas, medicamentos, incluidos los denominados de venta libre y de especialidades farmacéuticas, cualquiera sea su condición de expendio, sólo podrán ser efectuadas en todo el territorio de la Nación, en farmacias habilitadas.

Los medicamentos denominados de venta libre deberán ser dispensados personalmente en mostrador por farmacéuticos o personas autorizadas para el expendio.

La autoridad sanitaria competente podrá disponer la incorporación de otro tipo de productos al presente régimen.

Su venta y despacho fuera de estos establecimientos se considera ejercicio ilegal de la farmacia y, sin perjuicio de las sanciones establecidas por la ley, los que la efectúen podrán ser denunciados por infracción al Código Penal.

**ARTÍCULO 2°** — Sustituyese el artículo 2° de la Ley 17.565, por el siguiente:

Artículo 2°: Las farmacias deberán ser habilitadas por la autoridad sanitaria competente quedando sujetas a su fiscalización y control; la que podrá suspender la habilitación o disponer su clausura cuando las condiciones higiénico-sanitarias, la insuficiencia de elementos, condiciones técnicas o deficiencias de las prestaciones, así lo hicieren pertinente. Las máximas autoridades sanitarias a nivel nacional y provincial se encuentran facultadas para autorizar a título precario, en zonas en



## PLAN DE NEGOCIOS: FARMACIA

---

donde no actúen farmacéuticos, el establecimiento de botiquines de medicamentos, debiendo determinar las condiciones administrativas e higiénicosanitarias de los mismos.

Los programas nacionales, provinciales, municipales o comunales destinados a la provisión de medicamentos o productos mencionados en el artículo 1° de la presente ley, deben contar con la supervisión de farmacéuticos conforme lo regule la autoridad jurisdiccional competente.

**ARTICULO 3°** — Deróganse los artículos 14 y 15 del decreto 2284/91, ratificado por Ley 24.307.

**ARTICULO 4°** — Comuníquese al Poder Ejecutivo.



# PLAN DE NEGOCIOS: FARMACIA

## Anexo N°5

<b>AMENAZA DE NUEVOS ENTRANTES</b> (Dificultan los nuevos ingresos)		MUY POCO ATRACTIVO	POCO ATRACTIVO	NEUTRO	ATRACTIVO	MUY ATRACTIVO	
Economías de Escala	PEQUEÑAS					5	GRANDES
Diferenciación del Producto	ESCASA					5	IMPORTANTE
Requerimientos de Capital	BAJOS				4		ALTOS
Acceso a canales de Distribución	AMPLIO	1					RESTRINGIDO
Ventajas en costo indep.escala	PEQUEÑAS				4		GRANDES
Protección Gubernamental	INEXISTENTE					5	ALTA
Historia de represalias	ESCASA				4		IMPORTANTE
Firmas establecidas c/recursos p/luchar	POCAS		2				MUCHAS
Firmas estab.c/comprom. y activos de difícil liq.	BAJOS			3			ALTOS
Precio de entrada disuasivo	INEXISTENTE					5	EXISTENTE
Propiedad de barreras de entrada	INEXISTENTE				4		ALTAS
Crecimiento de la industria	ALTO				4		BAJO
<b>Totales :</b>		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	<b>3,8</b>
							<b>Puntaje Final</b>

<b>RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES</b>		MUY POCO ATRACTIVO	POCO ATRACTIVO	NEUTRO	ATRACTIVO	MUY ATRACTIVO	
N° de Comp. Igualmente Equilib.	IMPORTANTE		2				BAJO
Crecimiento relativo a la Indust.	LENTO				4		RAPIDO
Costo Fijo o de Almacenamiento	ALTO		2				BAJO
Diferenciación o costo de cambio de clientes	BAJA	1					ALTA
Aumentos de Capacidad	GRANDES INCREM.		2				PEQ. INCREMT.
Diversidad de Competidores	ALTA	1					BAJA
Intereses Estratégicos	ALTOS	1					BAJOS
<b>Totales :</b>		<b>3</b>	<b>6</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>1,9</b>
							<b>Puntaje Final</b>

<b>PODER DE LOS COMPRADORES</b>		MUY POCO ATRACTIVO	POCO ATRACTIVO	NEUTRO	ATRACTIVO	MUY ATRACTIVO	
% compras en costos del comprador	ALTO	1					BAJO
% compras en ventas del vendedor	ALTO	1					BAJO
Diferenciación del producto comprado	BAJA					5	ALTA
Costo de Cambio del comprador	BAJO	1					ALTO
Rentabilidad de los Compradores	BAJA	1					ALTA
Contribución compras a calidad/servicio del compr.	GRAN FRACCION				4		PEQ. FRACCION
Grado de información del comprador	ALTA					5	BAJA
Possibilidad del comprador de afectar al cons.final	ALTA					5	BAJA
<b>Totales :</b>		<b>4</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>15</b>	<b>2,875</b>
							<b>Puntaje Final</b>

<b>PODER DE LOS PROVEEDORES</b>		MUY POCO ATRACTIVO	POCO ATRACTIVO	NEUTRO	ATRACTIVO	MUY ATRACTIVO	
N° de Proveedores Importantes	ESCASOS					5	MUCHOS
Disponibilidad de Sustitutos al insumo comprado	BAJA					5	ALTA
% compras en vtas del proveedor	ALTO	1					BAJO
% compras en costos de la Industria	ALTO	1					BAJO
Costo de Cambio de Proveedor	ALTO				4		BAJO
Amenaza Prov. Integración Adelante	ALTAS		2				BAJAS
<b>Totales :</b>		<b>2</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>10</b>	<b>3</b>
							<b>Puntaje Final</b>

<b>DISPONIBILIDAD DE SUSTITUTOS</b>		MUY POCO ATRACTIVO	POCO ATRACTIVO	NEUTRO	ATRACTIVO	MUY ATRACTIVO	
Disponibilidad de sustitutos cercanos	IMPORTANTE					5	ESCASA
Costos de cambio del usuario	BAJOS	1					ALTOS
Rentab. y Agres.del prod. Sustitutos	ALTAS					5	BAJAS
Calidad del sustituto	ALTA					5	BAJA
<b>Totales :</b>		<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>15</b>	<b>4</b>
							<b>Puntaje Final</b>

<b>BARRERAS DE SALIDA</b>		MUY POCO ATRACTIVO	POCO ATRACTIVO	NEUTRO	ATRACTIVO	MUY ATRACTIVO	
Especialización de Activos	ALTAS	1					BAJAS
Costo de Salida por una vez	ALTA	1					BAJA
Interrelación Estratégica	ALTO	1					BAJO
Barreras Emocionales	ALTA	1					BAJA
Restricciones Gub. y sociales	ALTAS	1					BAJAS
	ALTAS						BAJAS
<b>Totales :</b>		<b>5</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>
							<b>Puntaje Final</b>

<b>PUNTAJES FINALES</b>	
AMENAZA DE NUEVOS ENTRANTES	3,8
RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES	1,9
PODER DE LOS COMPRADORES	2,9
PODER DE LOS PROVEEDORES	3,0
DISPONIBILIDAD DE SUSTITUTOS	4,0
BARRERAS DE SALIDA	1,0
<b>EVALUACION GENERAL</b>	<b>16,6</b>

<b>ESCALA:</b>	
GRADO DE ATRACTIVIDAD	PUNTAJES
MUY ATRACTIVO	25
ATRACTIVO	20
NEUTRO	15
POCO ATRACTIVO	10
MUY POCO ATRACTIVO	5



# PLAN DE NEGOCIOS: FARMACIA

## Anexo N°6

ÁMBITO	POSICIÓN DE LA EMPRESA					IMPORTANCIA RELATIVA					SO (*)	SR (**)	Cali- fication (***)	
	Amenaza					Oport. Irrelev.								
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5				
<b>1. ÁMBITO GUBERNAMENTAL</b>														
Política fiscal nacional			3						4		20	12	0,6	
Política fiscal provincial			3						4		20	12	0,6	
<b>Total</b>													1,2	
<b>2. ÁMBITO SOCIOCULTURAL</b>														
Importancia de la información				4					4		20	16	0,8	
Avances tecnológicos				4					4		20	16	0,8	
Demanda de participación en las decisiones				4					4		20	16	0,8	
Individualismo		2					2				10	4	0,4	
<b>Total</b>													2,8	
<b>3. ÁMBITO MEDIOAMBIENTAL</b>														
Régimen legal				4						5	25	20	0,8	
<b>Total</b>													0,8	
<b>4. ÁMBITO FINANCIERO</b>														
Tasa de interés			3						4		20	12	0,6	
Accesibilidad al crédito				4					4		20	16	0,8	
Diversidad de líneas de crédito				4					4		20	16	0,8	
<b>Total</b>													2,2	
<b>5. ÁMBITO LEGAL</b>														
Legislación laboral			3						4		20	12	0,6	
Legislación comercial			3						4		20	12	0,6	
<b>Total</b>													1,2	
<b>6. MERCADO</b>														
Barreras de entrada		2								5	25	10	0,4	
Barreras de salida				4					4		20	16	0,8	
Crecimiento del mercado			3						4		20	12	0,6	
Poder negociador de los clientes				4					4		20	16	0,8	
<b>Total</b>													2,6	
<b>7. PROVEEDORES</b>														
Cantidad de proveedores				4					4		20	16	0,8	
Calidad de proveedores				4					4		20	16	0,8	
Poder negociador de los proveedores			3						4		20	12	0,6	
<b>Total</b>													2,2	
<b>8 SUSTITUTOS</b>														
Costos de los sustitutos		2					2				10	4	0,4	
Cantidad de los sustitutos		2					2				10	4	0,4	
<b>Total</b>													0,8	
<b>TOTAL GRAL.</b>														13,8



# PLAN DE NEGOCIOS: FARMACIA

## Anexo N°7

ÁREA	VALORACIÓN					IMPORTANCIA RELATIVA					SO (*)	SR (**)	Calificación (***)	
	Débil		Fuerte			Irrelev.		Relev.						
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5				
<b>1. DIRECCIÓN GENERAL ESTRATÉGICA</b>														
Definición de estrategia a largo plazo			3						4		20	12	0,6	
Herramientas de planificación sistematizadas				4					4		20	16	0,8	
Cultura empresarial		2						3			15	6	0,4	
Capacidad de influir en los mercados		2					2				10	4	0,4	
Enfoque de la empresa al mercado			3						4		20	12	0,6	
Conocimientos de la competencia				4					4		20	16	0,8	
Conocimientos del mercado				4					4		20	16	0,8	
Estilo de dirección participativo			3					3			15	9	0,6	
Capacidad de anticipación a los cambios			3						4		20	12	0,6	
<b>Total</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>12</b>	<b>12</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>6</b>	<b>24</b>	<b>0</b>	<b>160</b>	<b>103</b>	<b>5,6</b>	
<b>2. COMERCIALIZACIÓN</b>														
Diseño de los productos			3						4		20	12	0,6	
Calidad de los productos				4						5	25	20	0,8	
Funcionalidad de los productos			3						4		20	12	0,6	
Amplitud de la línea de productos				4						5	25	20	0,8	
Complementariedad de los productos				4						5	25	20	0,8	
Protección legal de productos (marcas y patentes)					5					5	25	25	1	
Políticas de precios			3						4		20	12	0,6	
Canales de distribución			3							5	25	15	0,6	
Sistemas de comercialización			3						4		20	12	0,6	
Política publicitaria				4						5	25	20	0,8	
<b>Total</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>15</b>	<b>16</b>	<b>5</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>16</b>	<b>30</b>	<b>230</b>	<b>168</b>	<b>7,2</b>	
<b>3. PRODUCCIÓN</b>														
Gestión de stock				4						5	25	20	0,8	
Utilización de la capacidad de almacenamiento				4					4		20	16	0,8	
Distribución en planta				4					4		20	16	0,8	
<b>Total</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>12</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>8</b>	<b>5</b>	<b>65</b>	<b>52</b>	<b>2,4</b>	
<b>4 RECURSOS HUMANOS</b>														
Métodos de selección del personal			3							5	25	15	0,6	
Antigüedad del personal			3						4		20	12	0,6	
Procesos de formación continua				4						5	25	20	0,8	
Calificación del personal				4						5	25	20	0,8	
<b>Total</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>6</b>	<b>8</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>15</b>	<b>95</b>	<b>67</b>	<b>2,8</b>	
<b>5. FINANZAS</b>														
Capacidad de generación de fondos				4					4		20	16	0,8	
Endeudamiento de la empresa			3					3			15	9	0,6	
Gestión de las finanzas				4					4		20	16	0,8	
<b>Total</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>8</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>8</b>	<b>0</b>	<b>55</b>	<b>41</b>	<b>2,2</b>	
<b>6. COSTOS</b>														
Estructura de costos fijos			3						4		20	12	0,6	
Costos variables de comercialización				4					4		20	16	0,8	
<b>Total</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>8</b>	<b>0</b>	<b>40</b>	<b>28</b>	<b>1,4</b>	
<b>7. ORGANIZACIÓN</b>														
Dimensión de la estructura organizativa				4					4		20	16	0,8	
Asignación de funciones				4				3			20	12	0,6	
Sistemas de información				4						5	25	20	0,8	
Normatización de tareas				4				3			20	12	0,6	
<b>Total</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>16</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>6</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>85</b>	<b>60</b>	<b>2,8</b>	
<b>8. CALIDAD</b>														
Sistemas de mejoramiento de procesos y productos			3						4		20	12	0,6	
Recursos asignados al control de la calidad			3						4		20	12	0,6	
<b>Total</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>6</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>8</b>	<b>0</b>	<b>40</b>	<b>24</b>	<b>1,2</b>	
<b>Total General</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>45</b>	<b>76</b>	<b>5</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>15</b>	<b>80</b>	<b>55</b>	<b>770</b>	<b>543</b>	<b>25,6</b>	