

**[Periodo
y Año]**



María Rosa García Martínez.

REPORTE

FINAL

PARA

**ACREDITAR RESIDENCIA
PROFESIONAL DE LA CARRERA DE
ING. EN GESTIÓN
EMPRESARIAL
[ESTRATEGIA DE CRECIMIENTO,
Y ANÁLISIS DE LAS SUC. DE GPO.
FARSANMAR]**

Grupo Farnsanmar S.a de C.v.

Asesor externo: Mta. Silvia del Valle.
Asesor interno: L.E.M Sergio Dávila Navarro

Diciembre 2019
Pabellón de Arteaga, Ags.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco en primera instancia a la empresa Grupo Farsanmar S.a de C.v para la cual llevo laborando 9 años y en la cual se me brindo la oportunidad de realizar el presente proyecto de residencias.

Parte fundamental del proyecto fueron los asesores, tanto interno como externo, Mta. Silvia del Valle y Lic. Sergio Davila Navarro, menciono también a mis padres ya que son el pilar, la parte vital que siempre dentro de la familia nos han alentado a seguir estudiando a actualizarnos, a ser personas con principios, ética y mejorar día a día.

RESUMEN

El presente proyecto detalla el estudio de un análisis interno por punto de venta, de las sucursales pertenecientes a Grupo Farsanmar S.a de C.v. Cuyo nombre comercial es Super Farmacias Santa María, en conjunto con una estrategia de crecimiento (estudio de municipios del estado de Zacatecas para determinar factibilidad de apertura de nuevos puntos de venta).

INDICE

Agradecimientos.....	II
Resumen.....	III
Indice.....	IV
Indice.....	V
Introducción.....	1
Descripción de la empresa y área de trabajo del estudiante.....	2
Problemas a resolver.....	3
Objetivos (General y específicos).....	4
Justificación.....	5
Marco teórico (fundamentos teóricos).....	6
Marco teórico (fundamentos teóricos).....	7
Marco teórico (fundamentos teóricos).....	8
Análisis interno sucursal Jesús María.....	9
Análisis interno sucursal Jesús María.....	10
Análisis interno sucursal Jesús María.....	11
Análisis interno de la sucursal Maravillas.....	12
Análisis interno de la sucursal Maravillas.....	13
Análisis interno de la sucursal Maravillas.....	14
Análisis interno de la sucursal de Margaritas.....	14
Análisis interno de la sucursal de Margaritas.....	15
Análisis interno de la sucursal de Margaritas.....	16
Análisis interno de la sucursal de Margaritas.....	17
Análisis interno de la sucursal de San Fco. de los Romo.....	17
Análisis interno de la sucursal de San Fco. de los Romo.....	18
Análisis interno de la sucursal de San Fco. de los Romo.....	19
Análisis interno de la sucursal de Pabellón de Arteaga.....	19
Análisis interno de la sucursal de Pabellón de Arteaga.....	20
Análisis interno de la sucursal de Pabellón de Arteaga.....	21
Análisis interno de la sucursal Rincón de Romos.....	21
Análisis interno de la sucursal Rincón de Romos.....	22
Análisis interno de la sucursal Rincón de Romos.....	23
Análisis interno de la sucursal Cosío.....	24
Análisis interno de la sucursal Cosío.....	25
Análisis interno de la sucursal Cosío.....	26
Análisis interno de la sucursal Villa Juárez.....	26
Análisis interno de la sucursal Villa Juárez.....	27
Análisis interno de la sucursal Villa Juárez.....	28
Análisis interno de la sucursal San José de Gracia.....	28
Análisis interno de la sucursal San José de Gracia.....	29
Análisis interno de la sucursal San José de Gracia.....	30
Análisis interno de la sucursal Palo Alto.....	30
Análisis interno de la sucursal Palo Alto.....	31
Análisis interno de la sucursal Bajío de San José.....	32

Análisis interno de la sucursal Bajío de San José.....	33
Análisis interno de la sucursal de San Antonio, Tepezala.....	33
Análisis interno de la sucursal de San Antonio, Tepezala.....	34
Análisis interno de la sucursal de San Antonio, Tepezala.....	35
Análisis interno de la sucursal Luis Moya, Zacatecas.....	35
Análisis interno de la sucursal Luis Moya, Zacatecas.....	36
Análisis interno de la sucursal Luis Moya, Zacatecas.....	37
Análisis interno de la sucursal de Ojocaliente Zacatecas.....	38
Análisis interno de la sucursal de Ojocaliente Zacatecas.....	39
Análisis interno de la sucursal de Ojocaliente Zacatecas.....	40
Análisis interno de la sucursal de Trancoso Zacatecas.....	40
Análisis interno de la sucursal de Trancoso Zacatecas.....	41
Análisis interno de la sucursal de Tacoaleche Guadalupe,Zacatecas.....	42
Análisis interno de la sucursal de Tacoaleche Guadalupe,Zacatecas.....	43
Análisis interno de la sucursal de Salinas de Hidalgo, S.L.P.....	43
Análisis interno de la sucursal de Salinas de Hidalgo, S.L.P.....	44
Análisis interno de la sucursal de Salinas de Hidalgo, S.L.P.....	45
Estudio de factibilidad para apertura en Fresnillo, Zacatecas.....	45
Estudio de factibilidad para apertura en Fresnillo, Zacatecas.....	46
Estudio de factibilidad para apertura en Valparaíso, Zacatecas.....	47
Estudio de factibilidad para apertura en Valparaíso, Zacatecas.....	48
Estudio de factibilidad para apertura en Juan Aldama, Zacatecas.....	48
Estudio de factibilidad para apertura en Juan Aldama, Zacatecas.....	49
Estudio de factibilidad para apertura en Juan Aldama, Zacatecas.....	50
Conclusiones.....	51
Competencias Desarrolladas.....	52
Fuentes de información.....	53

INTRODUCCION

El presente proyecto tiene como finalidad, presentar una estrategia de crecimiento a mediano plazo para Grupo Farsanmar; esto mediante la investigación y análisis; en el cual se busca lograr la implementación de una herramienta útil que nos permita ofrecer un servicio e imagen de calidad, que no solo satisfaga las necesidades de nuestros clientes potenciales, si no que supere sus expectativas.

El plan de crecimiento se tiene proyectado en la zona sub-urbana del estado del estado de Zacatecas, se realizará aunado a ello un estudio y análisis interno de cada una de las sucursales ya existentes, ligado a un plan de marketing, para determinar sus fallas y en base a ello realizar un plan de acción y recomendaciones.

DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA Y DEL ÁREA DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE

Super Farmacias Santa María (Grupo Farsanmar S.a de C.v), es una cadena de farmacias dedicadas a la venta de medicamento de patente, gi así como la venta de equipo médico.

Inicia apertura en el estado de Aguascalientes; contando con un cedis en unas bodegas en el municipio de San Francisco de los Romo; con el paso de los años se ve en la necesidad de trasladarse a un lugar mas amplio, en el año 2000 al centro de abastos nuevo al norte del estado de Aguascalientes Viñedos Rivier realizando operaciones el cedis por 4 años; para el año 2014 de compra ya una nave industrial en el Parque Industrial del Valle de Aguascalientes y es hasta la fecha donde se encuentran los cedis de abarrotes, medicina así como oficinas.

La empresa cuenta con los departamentos de venta a empresas, mercadotecnia, recursos humanos, contabilidad, inventarios, finanzas y compras.

Área de trabajo del estudiante: La estadía se da en el departamento de mercadotecnia dentro del período agosto-diciembre. Dicho departamento se encarga de definir y gestionar la marca, realiza la gestión de eventos en sucursales e iniciativas de marketing, realiza la promoción de contenidos de marketing y promoción, crea contenidos que ayuden a la optimización de la pagina web de grupo farsanmar www.farmaciamaria.com; así como la pagina de facebook. Otra labor importante del departamento de mercadotecnia, es la realización del boletín de ofertas quincenales; donde cada 15 días se fijan productos de abarrote en promoción, medicamentos e insumos personales. Una vez diseñado el boletín se envía a imprenta donde se maquilan 2,000 por cada sucursal.

PROBLEMAS A RESOLVER

En años anteriores se realizaban aperturas de sucursales sin contar con un estudio de mercado previo; que nos determinara que tan factible era o no, abrir una sucursal. Se llegaron a inaugurar sucursales en el Boulevard Luis Donaldo Colosio, en la zona norte de Aguascalientes, Salida a San Luis, Colonia la Barranca y Tabasco Zacatecas. Las aperturas no resultaron ser exitosas y se optó por cerrarlas; es por ello que al tener nuevamente planeado aperturar sucursales se realiza un minucioso estudio de mercado.

Se tiene prospectado abrir sucursales. Comparándose con los principales competidores que son Farmacias Guadalajara y Farmacias del Ahorro, el crecimiento de Farmacias Santa María es nulo; desde el año 2017 no se ha aperturado alguna sucursal.

Se realiza también un estudio y análisis interno de cada una de las sucursales existentes, además de un plan de marketing; ya que se pretende analizar las fallas de la marca para determinar a que se debe la caída en las ventas.

OBJETIVOS, GENERAL Y ESPECIFICOS

Objetivo General.

Determinar la factibilidad existente para aperturar sucursales, saber el grado de satisfacción de la marca y del producto ante el consumidor, analizando las fallas y los aciertos de la compañía percibidos por este desde el primer contacto que tuvo con el punto de venta determinado en el proceso de venta para tomar medidas preventivas y correctivas, así como diseñar estrategias de crecimiento que nos permitan ofrecer un servicio e imagen de calidad, que no solo satisfaga las necesidades de nuestros clientes potenciales, si no que supere sus expectativas.

Objetivos específicos.

- a) Analizar preferencias de compra por parte del consumidor.
- b) Detectar el segmento de mercado que adquiere nuestros productos.
- c) Determinar el grado de percepción que se tiene hacia la marca en particular.
- d) Conocer el posicionamiento de la marca dentro del segmento.
- e) Análisis de los principales competidores a fin de detectar oportunidades y amenazas del negocio.
- f) Analizar el grado de satisfacción del consumidor en cuanto a la atención y servicio que se brinda, así como las deficiencias en este espacio.
- g) Determinar y analizar el nivel de preferencia con relación a nuestros principales competidores en la zona de influencia.
- h) Detectar las características de calidad que busca el consumidor al momento de razonar y recomendar la compra.
- i) Conocer el grado de satisfacción general del producto.
- j) Detectar posibles puntos de venta para incrementar el número de sucursales.
- k) Diseñar la una estrategia de crecimiento a mediano plazo.

JUSTIFICACIÓN

El realizar la residencia profesional permite tener un acercamiento a la realidad que se vive en el campo de trabajo, conocer las exigencias del mercado actual y las aptitudes que un egresado de la Ingeniería en Gestión empresarial debe tener.

Esta manera facilita el ingreso de los estudiantes al ámbito laboral, si bien cabe mencionar que actualmente llevo 9 años laborando en la empresa y que en determinado momento llegue a formar parte del departamento de mercadotecnia, logre percatarme del déficit que se tiene en las sucursales aunado a que en ultimas fechas no se han aperturado sucursales.

El proyecto de la elaboración de estrategia a mediano plazo en conjunto con el estudio de mercado de las sucursales ya existentes, permitió poner en practica los conocimientos adquiridos en el salón de clase, además de darme cuenta de la capacidad de respuesta ante la problemática que se puede presentar al realizar un proyecto.

Quienes serán beneficiados con este proyecto, serán las sucursales (para que se refuerce la parte débil y detectar en donde se esta fallando), otro beneficio será para la marca ya que se facilitarán los posibles puntos de apertura para ganar mas presencia de la marca.

MARCO TEÓRICO

FUNDAMENTOS TEORICOS

Farmacias Santa María es un corporativo con sede en la ciudad de Aguascalientes, inició operaciones a partir de 1999 año en que abrieron su primera sucursal, en la actualidad se encuentra presente en cuatro estados, Aguascalientes, Jalisco, San Luis Potosí y Zacatecas.

Súper Farmacias Santa María, según el Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte (SCIAN), pertenece al subsector de comercio al por menor de servicio para la salud, y a la sub-rama de Farmacia y Minisuper.

La definición que nos da SCIAN sobre el giro del negocio es la siguiente: "Farmacias con minisúper establecimientos dedicados principalmente al comercio al por menor de medicamentos alópatas para consumo humano y de preparaciones químicas realizadas en el establecimiento comercializador, combinado con el comercio de productos de perfumería, abarrotes o productos higiénicos. Los productos se encuentran organizados en secciones o pequeñas áreas de exhibición especializadas que facilitan el acceso directo del público a las mercancías."

El mercado farmacéutico en nuestro país se encuentra en una fase de cambios importantes. Esta transición obedece a factores tanto económicos como de salud pública y que buscan regular y dar certeza a todos los involucrados.

Los laboratorios extranjeros por lo general, son productores de medicamentos de patente y realizan importantes contribuciones a la investigación y desarrollo de nuevos medicamentos. En el caso de México, existen varios laboratorios extranjeros que participan tanto en el segmento de medicamentos de patente como en el de medicamentos genéricos. Por otro lado, las empresas de capital nacional tienen como actividad principal la fabricación de productos una vez que se ha vencido la patente (genéricos), si bien algunos hacen investigación básica. Este tipo de mercados "genéricos" existen en varios países de Latinoamérica y juegan un papel fundamental en la estabilización de los precios de los innovadores, ya que constituyen sustitutos muy cercanos pero con precios mucho menores.

Según la Asociación Mexicana de Industrias de la Investigación Farmacéutica, actualmente hay tres tipos de medicamentos: patentes, genéricos intercambiables y similares.

Patente: Tiene el aval científico de alrededor de 10 años de investigación de un laboratorio, y gastos de cientos de millones de dólares; y su precio es mas alto.

Genéricos intercambiables: Cuando vence la patente después de 20 años, un laboratorio puede fabricarlo y hacer pruebas de bio-equivalencia. La

Secretaría de Salud les otorga el título de sello de genérico intercambiable. Y el precio disminuye un poco.

Similares: productos con la misma sustancia activa que el producto original, pero no tienen estudio de bio-equivalencia y no se conoce la fórmula, ni los excipientes que se utilizan, su precio es hasta 75% más barato.

Las tiendas de autoservicio en México

Debido a las diferencias que hay entre las distintas tiendas de autoservicio, ANTAD (Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio); las clasifica según el tamaño del inmueble donde se ubican, las líneas de mercancías que venden y los servicios adicionales que ofrecen al consumidor.

Considerando estos elementos, se clasifican en:

*Megamercados: Tienen una superficie superior a los 10mil m² y venden todas las líneas de mercancías, a saber: abarrotes comestibles y no comestibles, productos perecederos, ropa, calzado, muebles, regalos, vinos y licores, mercería, joyería, ferretería productos para el cuidado y ase personal, juguetería, deportes y equipaje, lavadoras y demás productos para el hogar, papelería, equipos de computo, artículos para mascotas y accesorios para autos. Además ofrecen entre otros servicios adicionales (cuya existencia varía de acuerdo con las políticas internas de cada cadena comercial) como farmacia, revelado fotográfico, óptica, reparación de calzado, peluquería o estética, restaurante, taller mecánico, agencias de viajes, seguros y servicios bancarios.

*Hipermercados: Tienen una superficie entre 4,500 m²; manejan casi todas las líneas de mercancías antes mencionadas y también proporcionan algunos servicios.

*Supermercados: Pueden tener desde 500 hasta 4,500 m². Los productos que manejan son principalmente abarrotes y perecederos. Por lo general, sólo ofrecen el servicio de farmacia, fotografía, revelado fotográfico y algún otro.

*Clubes de membresía: Tienen una superficie mayor a 4,500 metros y expenden abarrotes, perecederos, ropa y mercancías generales (muebles, regalos, productos de aseo personal, electrodomésticos, entre otros); nacionales o importados, que en algunos casos están constantemente a disposición del cliente pero en otros, serán vendidos por temporada o en una única ocasión. Las tiendas presentan austeras condiciones físicas y poca decoración, manejan productos en paquetes pues su venta está enfocada en el mayoreo y medio mayoreo; pero lo más importante es que sólo pueden comprar quienes pagan con una membresía, que se otorga a través de una credencial no transferible y que debe mostrarse cada vez que se desee adquirir algún producto en el establecimiento. Ofrecen servicios adicionales como farmacia, cajero automático, fuente de sodas, entre otros.

*Bodegas: Generalmente su tamaño es de 2,500 m² pero puede ser mayor. Manejan la mayor parte de líneas de mercancías pero con un surtido y variedad entre mucho menores. Sus precios son más baratos debido a las

austeras condiciones físicas y a la poca decoración del inmueble; además , en algunas bodegas la compra de medio mayoreo implica mayor descuento. No ofrecen ningún tipo de servicio adicional que implique atención directa.

*Tiendas de conveniencia: La superficie es menor a 500 m²; comercializan principalmente alimentos y bebidas cuya variedad y surtido son limitados; funcionan las 24 horas del día y su éxito se basa justamente en que su horario permite hacer compras en el momento en el que se requiere y a la rapidez de compra.

*Mini súper: Se ubican en superficies menores de 250 metros cuadrados y venden una amplia variedad de productos: refrescos, botanas, cigarros, lácteos, cerveza, abarrotes, congelados, productos de limpieza, vinos y licores, entre otros. Por su parte, las tiendas mejor conocidas en México como "abarrotes", están esparcidas por todo el territorio nacional, principalmente en zonas urbanas y rurales.

De acuerdo con el Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE), al primer semestre de 2019 había en el territorio nacional 3,686 supermercados. Al analizar dichos datos, se hace evidente que la penetración de los supermercados registra mayor dinamismo en algunos estados del país, puesto que tan solo en 11 de ellos (Estado de México, Distrito Federal, Baja California, Nuevo León, Sonora, Jalisco, Veracruz, Chihuahua, Sinaloa y Coahuila) están concentrados alrededor del 70% de estos establecimientos.

Cadenas de supermercados como Walt-Mart, Comercial Mexicana, Soriana, Chedraui, H-e-b, se caracterizan por tener presencia a escala nacional, pero también hay un importante número de cadenas regionales dispersas en los diferentes estados

DESARROLLO

Estudio y análisis interno de cada una de las sucursales de Farmacias Santa María.

Sucursal: Jesús María, Aguascalientes.

Análisis Foda.

<p style="text-align: center;"><u>Fortalezas</u></p> <ul style="list-style-type: none">● Ubicación en una esquina.● Modelo de negocio (farmacia/abarrotes).● Promociones y ofertas.● Medicamentos de Gi y Patente.	<p style="text-align: center;"><u>Debilidades</u></p> <ul style="list-style-type: none">● No cuenta con estacionamiento.● Mala imagen exterior de la sucursal.● Desabasto.● Local muy pequeño.● No cuenta con médico.● No hay precios visibles ni verificador de precios
<p style="text-align: center;"><u>Oportunidades</u></p> <ul style="list-style-type: none">● Zona céntrica.● Localizada a un costado del templo principal.● Alta frecuencia peatonal.● Alta frecuencia vehicular.	<p style="text-align: center;"><u>Amenazas</u></p> <ul style="list-style-type: none">● Competidores especializados en abarrotes con mayor antigüedad,● Farmacia similar y farmacia Guadalajara muy cerca.● Pequeñas farmacias de genéricos muy cerca.● La sucursal no se alcanza a distinguir a lo lejos.

Observación de la sucursal

- Tamaño: pequeña.
- Imagen exterior: No se alcanza a distinguir a lo lejos la fachada y los letreros están desgastados.
- Iluminación: Hace falta mejorarla para alcanzar a distinguir con facilidad los productos.
- Ventilación: No cuenta con sistema de ventilación.
- Layout: Correcto de acuerdo al tamaño de la sucursal.
- Pasillos: Espacios reducidos.
- Precios en estantes: Los productos no cuentan con precios en los estantes.
- Promociones: Cuentan con ofertas.
- Atención al cliente: Mala.
- Recargas de tiempo aire: Si cuentan con ellas.
- Productos adicionales: Venta sugerida no la manejan (ofrecer algo mas al cliente como lo hace la competencia).

Cuando algún cliente va a la sucursal, en lo que refiere al exterior las personas buscan un lugar en el cual estacionarse y no se encuentra, debido a lo céntrico de la sucursal y las calles aledañas siempre se encuentran ya ocupadas por vehículos.

Benchmarking

	<u>F. Guadalajara</u>	<u>G. Similares</u>	<u>F. Económicas</u>	<u>G. G.I.</u>
Ubicación	Centro.	Centro.	Centro.	Centro.
Tamaño	Grande.	Pequeño.	Peueño.	Pequeño.
Médico	No.	Si.	Si.	Si.
Medicamentos	Patente y Gi.	Similares.	G.I.	Similares y G.I.
Abarrotes	Buen surtido.	No.	No.	No.
Servicio las 24 Hrs.	Si.	No.	No.	No.

Observaciones: Existen otros competidores en cuanto a venta de abarrotes, estos muchas veces ofrecen mejores precios debido a que las ofertas que suele tener Santa María en un período de dos semanas, ellos tienen esos mismos precios constantes durante todo el año.

Análisis General:

Ubicación.	Centra a un costado de la Iglesia principal, sin embargo no se alcanza a distinguir muy bien la sucursal.
Días de mayor venta.	Sábados y Domingos.
Ofertas y promociones.	Hacen falta mas ofertas publicadas.
Medios de publicidad.	Es ineficiente, se tiene que trabajar mas.
Venta de cervezas.	No se vende.
Kiosko de fotografías.	No tiene kiosko.
Área de cafetería.	No se vende.
Desabasto.	Medicamento.
Altos precios.	Competencia con mejores precios.

Observaciones: Las ofertas y promociones si dan un efecto muy positivo en los clientes y ellos acuden específicamente a buscarlas, además de que terminan llevando mas productos, pero suele pasar que hay un gran desabasto de productos que están en ofertas y los clientes suelen decepcionarse.

Los mismos empleados de la sucursal están conscientes de que se debe de mejorar el servicio al cliente, ya que ellos no recibieron capacitación al entrar y menos aún reciben actualizaciones que pudieran incrementar las ventas y el trato al cliente.

Conclusiones: La mayoría de los habitantes de Jesús María suelen comprar sus productos en Farmacias Guadalajara ya que es la farmacia que mas ubican, debido al plan de marketing que la marca invierte. Gran parte de la comunidad no conoce la Farmacia Santa María debido a que creen que esta algo escondida, aunque se encuentre en el centro histórico del pueblo.

Los habitantes creen que le hace falta una mejor ubicación, además de que les gustaría ver mas ofertas y promociones, sin embargo con una buena publicidad y mejora de las ofertas, los habitantes podrían considerar a Farmacias Santa María como una mejor opción para realizar compras.

Plan de acción y recomendaciones: El espacio de la sucursal es el principal problema que presenta, debido a que es muy reducido, los productos se ven muy juntos, el cual da un efecto de que la tienda no se encuentra ordenada aunque si lo esté.

A pesar de que se encuentra en a zona céntrica hay personas que siguen sin conocer esta sucursal debido a que se encuentra en los límites de la zona de influencia. Hace falta darle mayor empuje a la publicidad, volanteo, perifoneo, el logo de la sucursal no esta bien posicionado en la zona, debido a un alto número de competidores es algo en lo que se tiene que empezar a trabajar para poder estar posicionandose en la mente de los clientes. Repartir volantes en la zona del centro histórico y por donde se encuentra la competencia, esto sería primordial para la atracción de aquellos que no solo son los clientes de santa maría.

A la gente le gustaría ver más ofertas publicadas, ya que son la atracción principal para las compras, de igual manera los mismos empleados se han dado a la tarea de crear ofertas armadas con varios productos, los cuales han resultado positivos para la sucursal, crear más de estas ofertas seguirá siendo bueno para la sucursal y más aún si las publican y dan un reparto de volantes. Los eventos serían otro medio atractivo y efectivo para seguir atrayendo clientes y se den a conocer aún más en la zona, hacer convenios con los proveedores para que vayan de una manera constante, los domingos que es un día el cual la mayoría de las personas se encuentra por la zona podrían dar ese empuje necesario.

El letrero principal necesita tener más altura, ya que no se alcanza a distinguir que la sucursal se encuentra localizada ahí.

Maravillas:

Análisis Foda.

<p style="text-align: center;"><u>Fortalezas</u></p> <ul style="list-style-type: none">● Cuenta con estacionamiento.● Modelos de negocio.● Años de experiencia.● Sucursal conocida.● Tamaño de la sucursal.● Cuenta con médico	<p style="text-align: center;"><u>Debilidades</u></p> <ul style="list-style-type: none">● Desabasto.● Mal manejo de inventarios.● Mal control de logística.● No cuenta con consultorio médico.● No tiene venta de medicamentos controlados.● No tiene venta de bebidas alcohólicas.
<p style="text-align: center;"><u>Oportunidades</u></p> <ul style="list-style-type: none">● Alta frecuencia vehicular y peatonal.● Cerca de lugares que la gente que vive ahí visita frecuentemente.● Cada vez esa zona va creciendo más.●	<p style="text-align: center;"><u>Amenazas</u></p> <ul style="list-style-type: none">● Farmacia Similar, Guadalajara y Oxxo muy cerca.● Un pequeño supermercado Troncos.● Nuevos negocios se están estableciendo.

Observación de la sucursal:

- Tamaño: Medio.
- Imagen exterior: Dañada, deteriorada por el sol.
- Iluminación: Todos los productos están visibles.
- No se cuenta con sistema de ventilación.
- Layout: Adecuado al tamaño de la sucursal.
- Pasillos: No se puede desplazar fácilmente entre ellos.
- Precios estantes: No hay precios estantes.
- Promociones: Constantes, hay anuncios afuera de la sucursal.
- Atención al cliente: Buena sin embargo se puede mejorar.
- Recargas de tiempo aire: Si.
- Productos adicionales: No.
- Ticket de compra: En ocasiones no se les brinda al consumidor.

Observaciones: Letrero se ve muy viejo, descuidado y todos los colores se han perdido por el sol, da una mala imagen a quien pasa por ahí y no conoce la farmacia, ya que no inspira confianza y seguridad.

Benchmarking.

	<u>Farmacia Boticaria</u>	<u>Farmacia Similares</u>
Ubicación.	Av. Guadalupe.	Av. Guadalupe.
Tamaño.	Pequeño.	Pequeño.
Consultorio médico.	Si.	Si.
Medicamentos.	G.I. Poco surtido.	Similares, poco surtido
Abarrotes.	No.	No.
Servicio 24 hrs.	No.	No.

Hay otros competidores muy cercanos, ya que como se encuentra en una zona que está cerca al municipio de Aguascalientes, se encuentra con las más grandes cadenas de farmacias y venta de abarrotes.

Análisis General.

Días de mayor venta.	Sábados y Domingos.
Preferencias de compra.	Abarrotes.
Ofertas y promociones.	Constantes
Medios de publicidad.	Perifoneo, volanteo y ocasionalmente eventos.
Alcance de la publicidad.	Pobre e ineficiente.
Venta de cervezas.	No tiene.
Kiosko de fotografías	Venta regular, altos precios en fotografías.
Área de cafetería.	Presentaba desabasto, pero va mejorando.
Desabasto.	Principalmente en ofertas.

Observaciones: Este local no cuenta con venta de vinos, licores, cerveza, sin embargo los clientes han llegado a pedirla bastante debido a que a un costado se encuentra un salón de eventos "Quina los Faroles" el cual se renta seguido, éstas son las personas que van y preguntan sobre la venta.

Conclusiones: Los clientes que acuden a comprar son en su mayoría mujeres, en general. El rango de los clientes oscila entre 18 a 45 años.

A los clientes les gusta comprar principalmente por la zona en la que esta ubicada la farmacia, por el surtido y la variedad que esta ofrece, el precio y atención al cliente, estos puntos siempre tienen que estar en mejora continua para que el cliente no se decepcione.

La mayoría de los clientes son fieles, ya que cuando compran su medicamento en Farmacia Santa María es su primera opción; consideran que la atención al cliente que brindan los empleados es buena.

Una de las cosas que no les agrada a los clientes, es que no cuentan con un surtido adecuado, lo cual propicia el desabasto que es una de las razones principales de la perdida de clientes.

A los clientes les gustaría ver con mas publicidad la farmacia, que tuvieran mas ofertas y que pusieran los precios en los estantes.

Plan de acción y recomendaciones: Esta es una de las sucursales mas grandes, cuenta con una buena localización, que es la avenida principal de maravillas.

Primeramente se recomienda cambiar los anuncios ya que están en mal estado, lucen viejos, da una mala imagen a quien pasa por ahí y no conoce la farmacia; ya que no inspira confianza y seguridad.

Otro punto importante es que a la mayoría de los clientes les gustaría ver los precios en los estantes, ya que al no tener los precios retrasan el proceso de compra.

La venta de cervezas vinos y licores es algo por lo que se ha preguntado constantemente debido a que a un costado se encuentra el salón de eventos, las personas que tienen fiesta en dicho salón comúnmente suelen faltarle bebidas alcohólicas, su primera opción al preguntar será Farmacias Santa María , es imp que portante conseguir permisos, ya que se esta dejando de vender un producto que podría generar ganancias considerables.

Hace falta realizar mas eventos, estos generarían la atención de los habitantes del lugar, ya que esta cerca de una escuela, las paradas de autobuses y un iglesia que es la que la gente de la localidad suele ir a visitar. Al igual hace falta repartir volantes con las promociones en curso, esto generará la atracción de nuevos clientes.

Margaritas:

Análisis Foda.

<u>Fortalezas</u>	<u>Debilidades</u>
<ul style="list-style-type: none"> ● Modelo de negocio. ● Antigüedad de la sucursal. ● Variedad de productos. ● Poder de negociación con los proveedores. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Altos precios. ● Desabasto de productos. ● No cuenta con médico.
<u>Oportunidades</u>	<u>Amenazas</u>
<ul style="list-style-type: none"> ● Ubicación. ● Confiabilidad de las personas. ● Pocas farmacias y minisúper que se encuentren en la zona centro. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Entrada de nuevos competidores. ● Creciente mercado de la zona. ● Competidores de alto nivel de inversión.

Observaciones de la sucursal:

-Tamaño: Pequeño.

- Imagen exterior: Puede mejorar, necesita pintarse nuevamente en algunas secciones.
- Iluminación: Hay espacios en donde se necesita más luz.
- Layout: Adecuado.
- Pasillos: Reducidos.
- Precios estantes: Muy pocos productos tienen precio.
- Promociones: Ofertas las cuales se encuentran ubicadas a la entrada en las cabeceras de los estantes.
- Atención al cliente: Puede mejorar.
- Recargas de tiempo aire: Si.
- Productos adicionales: No.
- Ticket de compra: No.

Observaciones: Esta sucursal no cuenta con estacionamiento y si alguien llega en automóvil es difícil encontrar lugar, ya que por el jardín que esta enfrente la mayoría de los espacios son línea amarilla, sin embargo la mayoría de los clientes que son de la zona llegan caminando.

Durante las tardes el sol da directamente, hay aparatos electrónicos prendidos, refrigeradores y demás lo cual hace que sea un local con alta temperatura incluyendo parte de esto por su tamaño.

Existen otros competidores en cuanto a venta de abarrotes, estos muchas veces ofrecen mejores precios debido a que las ofertas que suele tener Santa María en un periodo de dos semanas, ellos tienen mismos precios constantes todo el año.

Benchmarking:

	<u>Farmacias de Genéricos</u>	<u>Farmacia Guadalajara.</u>
Ubicación.	A un costado de Farmacias Santa María.	En la entrada principal de Margaritas.
Tamaño	Pequeño.	Mediana.
Medicamentos.	.G.I Pocosurtido	G.I y Patente.
Abarrotes.	No.	Si.
Servicio las 24 horas.	No.	Si.

Análisis General:

Ubicación.	Frente al jardín principal de la zona.
Días de mayor venta.	Sábados y domingos, preferentemente en quincena.
Preferencias de compra.	Por las mañanas.
Ofertas y promociones.	Constantes y los empleados las consideran buenas.
Medios de publicidad.	Volanteo y perifoneo, ocasionalmente eventos.
Alcance de la publicidad.	Buen alcance pero se puede mejorar.
Venta de cervezas.	No. Los clientes no van a preguntar sobre la venta de alcohol.
Kiosko de fotografías.	No. La competencia ofrece mejor servicio y precios en revelado.
Área de cafetería	Presenta problemas de desabasto.
Desabasto.	Abarrotes, medicinas y ofertas.
Altos precios.	Competidores con mejor poder de negociación.

Conclusiones:

La mayoría de los clientes son mujeres.

A los clientes les gusta comprar principalmente por la ubicación, el precio y la atención al cliente, surtido y variedad estos puntos siempre tienen que estar en mejora continua, para que el cliente no se decepciones.

La mayoría de los clientes con fieles, en su mayoría las mujeres pasan a comprar después de haber dejado a sus hijos en la primaria o a la hora del almuerzo en la secundaria, que es cuando pasan a dejar los lonches.

Lo puntos para mejorar en esta sucursales es que tengan mas ofertas y variedad de productos, además a los clientes les agradaría ver un cajero automático dentro de la sucursal.

Los clientes consideran a esta sucursal en relación a la competencia como algo mejor o mucho mejor, es por eso que todos ellos han tenido un grado de satisfacción positivo cuando realizan sus compras.

Tiene una ubicación en el centro de Margaritas por lo que es la farmacia mas cerca de esta zona, sin embargo los competidores son muy fuertes ya que a la

entrada de esta comunidad hay un Mini Bodega Aurrera y una Farmacia Guadalajara.

Hay problemas en esta sucursal como en el abasto de su área de abarrotes y medicina ya que cuando existen productos en ofertas publicadas en los volantes, no llega la cantidad suficiente a la sucursal para poder complacer a la demanda del cliente, esto pasa frecuentemente y se tiene que manejar un plan de acción de urgencia para que siga evitándose esto, La planificación de ofertas se debe hacer con anticipación y preparación. Mal control de inventarios y logística por parte de la corporación.

Un manejo mas efectivo en cuanto al reparto de volantes con las ofertas, publicar mas ofertas, harían mas atractivas a esta sucursal, además de que se diera un mejor trato al cliente.

Los eventos sería otro medio efectivo para seguir atrayendo clientes y se den a conocer aún más en la zona, hacer convenios con proveedores para que vayan de una manera constante.

San Francisco de los Romo:

Análisis Foda.

<p style="text-align: center;"><u>Fortalezas</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ● El modelo de farmacia y abarrotes. ● Los años en el mercado y experiencia. ● Se encuentra en la avenida principal. ● Cuenta con cajero dentro de la sucursal. 	<p style="text-align: center;"><u>Debilidades</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ● Desabasto de productos. ● Altos precios con relación a la competencia.
<p style="text-align: center;"><u>Oportunidades</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ● Alta frecuencia vehicular. ● Avenida con los principales negocios del municipio. ● Se encuentra enfrente una gasolinera. 	<p style="text-align: center;"><u>Amenazas</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ● Competidores con alto grado de inversión en sus negocios. ● Latente crecimiento de la zona. ● Entrada de nuevos competidores.

Observaciones de la sucursal:

- Tamaño: Mediana.
- Imagen exterior: Gastada/deteriorada.
- Iluminación: Adecuada, hay que tener algunas luces prendidad.
- Ventilación: No tiene sistema de ventilación.
- Layout: Correcto, al tamaño de la sucursal.
- Pasillos: Amplios.

- Precios estantes: Los productos no tiene precios.
- Promociones: Ofertas.
- Atención a clientes: Buena.
- Recargas de tiempo aire: Si.
- Productos adicionales: No.
- Ticket de compra: No.

Observaciones: El letrero de la sucursal se ve algo desgastado, principalmente por el sol, hay que cuidar el efecto del sol que produce a la sucursal, ya que esta dando directamente la mayor parte del día, por lo que dicho establecimiento presenta temperatura alta y no cuenta con ventilación adecuada, además como puede afectar a los productos ya que golpea directamente al empaque (esto en la zona de botanas).

Benchmarking:

	<u>Oxxo</u>	<u>F. Similares.</u>	<u>Bodega A.</u>	<u>G. Guadalajara</u>
Ubicación.	Av. Juárez.	Av, Juárez.	Av. Juárez	Av. Juárez.
Tamaño.	Pequeño.	Pequeño.	Grande.	Grande.
Medicamentos	No.	Si.	Si.	Si.
Abarrotes.	Buen surtido.	No.	Si.	Si.
Servicio las 24 hrs.	No	No	No.	No.

Observaciones: En el concepto de Farmacia, Santa María ya no es considerada la única farmacia real del municipio, ya que se abren Farmacias Guadalajara y Bodega Aurrera que Bodega no maneja el mismo catálogo como Santa María, si no algo mas pequeño en cuanto a medicamentos.

Análisis General:

Ubicación.	Se encuentra a la entrada de San Francisco de los Romo, enfrente de la gasolinera.
Días de mayor venta.	Domingos y lunes.
Ofertas y promociones.	Constantes pero hacen falta mas productos.
Medios de publicidad.	Volanteo y Perifoneo.
Alcance de la publicidad.	Llega a todo el pueblo.
Venta de cervezas.	Si la venden.
Kiosko de fotografías.	Tienen mas de 4 meses s/ el kiosko.
Área de cafetería	Tiene clientes, pero presenta desabasto continuamente.
Desabasto.	Medicamentos, abarrotes y ofertas.
Altos precios.	Bodega Aurrera presenta mejores

	precios en abarrotes, así como Farmacias Guadalajara.
--	---

Conclusiones: La mayoría de los clientes suele comprar su medicamento en Farmacias Similares, esto significa que prefieren el precio sobre la calidad. La tienda de conveniencia que mas visitan es Bodega Aurrera, pertenece a Grupo Walt Mart, ofrece precios económicos al igual que surtido extenso, para hacer compras de despensa es la otra opción que prefieren.

Algo que debe tomar en cuenta Farmacias Santa María para la atracción de nuevos clientes, es cuidar el surtido y variedad de productos, monitorear los precios con la competencia, ofrecer una muy buena atención al cliente, ya que estos factores serán determinantes para un buen éxito.

Farmacias Santa María presenta un buen posicionamiento en la zona, la mayoría de los habitantes recomendaría comprar en ella.

A los clientes les gusta comprar principalmente por la zona en la que está ubicada, por el surtido y variedad que les ofrecen, el precio y la atención al cliente, estos puntos siempre tienen que estar en la mejora continua para que el cliente no se decepcione.

Sucursal Pabellón de Arteaga:

Análisis Foda.

<u>Fortalezas</u>	<u>Debilidades</u>
<ul style="list-style-type: none"> ● Ubicada en zona centro. ● Fácil de ubicar. ● Sucursal conocida 	<ul style="list-style-type: none"> ● Tamaño muy pequeño. ● Competencia a un lado. ● Precios elevados.
<u>Oportunidades</u>	<u>Amenazas</u>
<ul style="list-style-type: none"> ● Opción de cambiar la farmacia a la Av. del reloj. ● Alta frecuencia vehicular y peatonal. ● Cerca de mercado municipal 	<ul style="list-style-type: none"> ● Farmacia Similares, muy cerca. ● Competencia de Farmacias del Ahorro a un lado. ● Competencia de Farmacias Guadalajara a una cuadra.

Observaciones de la sucursal:

- Tamaño: Pequeña.
- Imagen exterior: Buena.
- Iluminación: Adecuada.

- Ventilación: No requerida dado que la sucursal es muy pequeña y cuenta con dos puertas amplias.
- Layout: Correcto al tamaño de la sucursal.
- Pasillos: Pequeños.
- Precios estantes: Si cuentan con precios.
- Promociones: Ofertas.
- Atención al cliente: Buena.
- Recargas tiempo aire: Si.
- Productos Adicionales: No.
- Ticket de compra: No lo brindan en algunas ocasiones.

Observaciones: La iluminación es la adecuada, la sucursal es pequeña por lo que no necesita de un sistema de ventilación, lo que hay que cuidar es no llenar tanto los estantes con mercancía, ya que los pasillos son muy pequeños y al pasar la gente por ellos se puede caer la mercancía.

Benchmarking:

	<u>F. del Ahorro</u>	<u>G. Similares</u>	<u>Bodega A.</u>	<u>H. Guadalajara</u>
Ubicación.	A un costado	Cerca de la Av. Del reloj	Salida a Carboneras	A una cuadra
Tamaño.	Medio.	Pequeño.	Grande.	Grande.
Medicamentos	Si.	Si.	Si.	Si.
Abarrotes.	No.	No.	Si.	Si.
Servicio las 24 hrs.	No.	No	No.	No.

Observaciones: Desde un inicio que se opto por abrir una Farmacia Santa María en el municipio de Pabellón de Arteaga, se tenía presente el riesgo que se corría, dado que la localidad cuenta con bastante competencia, si bien el lugar no es excelente donde se encuentra ubicada la sucursal, se ha ido trabajando para que poco poco gane presencia la marca y sea conocida.

Análisis General:

Ubicación.	Se encuentra ubicada a la salida de la central de combis.
Días de mayor venta.	Lunes.
Ofertas y promociones.	Constantes pero hacen falta mas productos.
Medios de publicidad.	Volanteo y Perifoneo.
Alcance de la publicidad.	Llega a todo el pueblo.
Venta de cervezas.	Si la venden.
Desabasto.	abarrotes y ofertas.

Altos precios.	Bodega Aurrera presenta mejores precios en abarrotes, así como Farmacias Guadalajara, en cuanto a medicamentos Farmacias del Ahorro suele tener mejores precios en medicamentos
----------------	---

Conclusiones: Si se trabaja un poco más en posicionar la marca, esta puede llegar a ser reconocida en cierto lapso de tiempo, aquí el detalle radica en que Pabellón es un municipio muy comercial y por ello se cuenta con bastantes competencia.

Brindar una mejor atención por parte de los empleados, ya que en la visita a la sucursal se observó como algunos clientes que no eran atendidos en su debido tiempo abandonaron la sucursal y se dirigieron a Farmacias del Ahorro.

Tratar de buscar un local más grande o realizar una ampliación al ya existente ya que la sucursal es demasiado pequeña.

Sucursal Rincón de Romos:

Análisis Foda.

<p style="text-align: center;"><u>Fortalezas</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ● Modelo de negocio, farmacia/abarrotes. ● Ofertas y promociones constantes. 	<p style="text-align: center;"><u>Debilidades</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ● Desabasto. ● No está ubicada en la calle principal. ● Poco tiempo de la sucursal en el municipio. ● No cuenta con estacionamiento.
<p style="text-align: center;"><u>Oportunidades</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ● Alta frecuencia peatonal. ● Cerca del centro histórico del municipio 	<p style="text-align: center;"><u>Amenazas</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ● Alto número de competidores en la zona. ● Latente crecimiento de la zona y posible entrada de nuevos competidores.

Observaciones de la sucursal:

-Tamaño: Media.

- Iluminación: Puede mejorar ya que hay productos que no se alcanzan a distinguir, es importante mantener las luces siempre prendidas.
- Ventilación: No cuenta con sistema de ventilación.
- Layout: Correcto.
- Pasillos: Buen Tamaño.
- Precios estantes: No cuenta con precios estantes.
- Promociones: Ofertas a la entrada.
- Atención al cliente: Buena.
- Recargas tiempo aire: Si.
- Productos adicionales: No.
- Ticket de compra: No.

Observaciones: Esta sucursal no cuenta con estacionamiento y si alguien llega en automóvil es difícil encontrar lugar ya que por la alta frecuencia vehicular, los pocos lugares que hay están ocupados. La imagen exterior no es tan notoria ya que la calle donde se encuentra es muy angosta, al pasar por la calle que está a un costado que es principal, puede que la gente no llegue a ver en su totalidad la farmacia o el anuncio que indique que se encuentra ahí.

Benchmarking

	<u>F. Guadalajara</u>	<u>Farm. Ahorro</u>	<u>Farm. Similar</u>
Ubicación.	Calle principal del centro.	Calle principal del centro.	Calle principal del centro.
Tamaño.	Grande.	Pequeña.	Mediano
Médico.	No.	Si.	Si.
Medicamentos.	Si.	G.I y Patente.	Similares.
Abarrotes.	Si.	Productos de Belleza	No.
Servicio las 24 horas.	Si.	No.	Si.
Servicio las 24 horas.	Si.	No.	Si.

Observaciones: Estos competidores se encuentran sobre la misma calle, todos están cerca uno de otros menos de 100 metros cada uno incluyendo a Farmacia Santa María, es el único local que se encuentra en una calle del costado. Están otros competidores fuertes en abarrotes como lo es Bodega Aurrera.

Análisis General:

Ubicación.	Localizada en una esquina
Días de mayor venta.	Domingos.
Preferencia de compra.	tarde y noche.
Ofertas y promociones.	Periódicas
Medios de publicidad.	Perifoneo y volantes.
Alcance la publicidad.	Se puede trabajar más en eventos.
Venta de cervezas.	Presenta buena venta, aumentando

	los fines de semana.
Kiosko de fotografías.	Se quito
Área de cafetería.	Se retiró la cafetería.
Desabasto.	Abarrotes, medicina y ofertas.

Observaciones: Esta farmacia presenta inquietudes en cuanto a la falta de personal, ya que en la actualidad no están cubriendo en su totalidad y los empleados están trabajando horas extras.

Conclusiones: Los habitantes de esta zona tienen preferencia por comprar en Farmacias Guadalajara, seguida de Farmacias del Ahorro y Farmacias Similares, la tienda de conveniencia que más visitan es Bodega Aurrera.

Algo que debe tomar en cuenta Farmacias Santa María para la atracción de clientes, es tener una adecuada ubicación, monitorear los precios con la competencia para poder ser una opción más económica y cuidar el surtido y variedad de los productos, estos factores serán determinantes para un mayor éxito.

Para mejorar el servicio se debe de tener un mejor abasto de los productos; ya que es lo que no le gusta a la gente.

Plan de acción y recomendaciones: La acción correcta inmediata es el abasto de los productos, en especial en medicamentos, ya que hay una alta competencia en la zona, que suele tener siempre un buen abasto.

Debido a que la localización está escondida, necesita de una mayor publicidad, ya que tan solo con el perifoneo no es suficiente, si se quieren repartir volantes que contengan las ofertas, se debe de hacer de manera efectiva, aquellos días que exista una mayor afluencia de personas en el centro histórico, pueden ser los domingos que los habitantes suelen ir a misa, en las horas de salidas del evento religioso.

Se tiene que mejorar las ofertas publicadas, ya que el competidor principal es Farmacia Guadalajara, ellos tienen un mayor número de ofertas publicadas, dicho competidor se encuentra a menos de 100 metros. Se pueden realizar eventos para atracción de clientes, una buena opción es que se sea patrocinador en eventos locales, esto ayudaría a posicionar la marca.

Sucursal Cosio:

Análisis Foda.

<p style="text-align: center;"><u>Oportunidades</u></p> <ul style="list-style-type: none">● Considerada la única farmacia real en el municipio.● La venta de abarrotes con más presencia en el municipio.● Latente crecimiento de la zona.	<p style="text-align: center;"><u>Amenazas</u></p> <ul style="list-style-type: none">● Posible entrada de nuevos competidores.● Bajo poder adquisitivo de la población.
<p style="text-align: center;"><u>Fortalezas</u></p> <ul style="list-style-type: none">● Modelo de negocio farmacia/abarrotes.● Ofertas y promociones constantes. <p>Cuenta con mas de 11 años establecida.</p>	<p style="text-align: center;"><u>Debilidades</u></p> <ul style="list-style-type: none">● Desabasto.● No esta ubicada en la calle principal.● Falta de diseño exterior.● Altos precios.

Observaciones de la sucursal:

- Tamaño: Mediano.
- Imagen exterior: Hace falta remodelar fachada y cambiar letreros.
- Iluminación: Adecuada.
- Ventilación: No adecuada.
- Layout: Correcto.
- Pasillos: Hay poco espacio.
- Precios estantes: No se encuentran la mayoría de ellos.
- Atención al cliente: Amables y preocupados por ofrecerle al cliente lo que necesita.
- Recargas de tiempo aire: Si.
- Productos adicionales: No.
- Ticket de compra: No suelen entregarlo.

Benchmarking

	Farmacias G.i.
Ubicación.	Centro a unos pasos del jardín principal.
Tamaño.	Pequeño.
Médico.	No tiene.
Medicamentos.	Poco surtido.
Abarrotes.	No tiene.
Servicio las 24 hrs.	No tiene.

Observaciones: Existen otro competidores en cuanto a la venta de abarrotes, estos muchas veces ofrecen mejores precios debido a que las ofertas que suele tener Santa María en un período de dos semanas, la competencia tiene precios constantes todo el año.

Análisis General

Ubicación.	Localizada en una esquina, unos pasos del jardín y presidencia municipal.
Días de mayor venta.	Viernes, Sabados y Domingos.
Preferencia de compra.	Por la mañana tarde y noche.
Ofertas y promociones.	Periódicamente se encuentran en las esquinas de los estantes.
Medios de publicidad.	Perifoneo y volantes.
Alcance la publicidad.	Se puede trabajar más, en eventos cuando tienen ventas.
Venta de cervezas.	Presenta buena venta, aumentando los fines de semana.
Kiosko de fotografías.	Se quito el kiosko porque lo cambiaron a la sucursal de Luis Moya,
Área de cafetería.	Se retiró la cafetería.
Desabasto.	Abarrotes, medicina y ofertas.

Conclusiones: La mayoría de los habitantes de Cosío suele comprar su medicamento en Farmacias Guadalajara o cuenta con servicio de salud por parte del gobierno, no hay Farmacias Guadalajara en el municipio, la más cercana se encuentra en Rincón de Romos.

A los habitantes les gustaría ver mejores precios, ya que los consideran altos, que tuvieran una mejor variedad y surtidos que ha presenciado problemas de desabasto.

Farmacias Santa María presenta un buen posicionamiento dentro de Cosío, ya que es la única opción dentro del municipio.

Recomendaciones y plan de acción: De la imagen exterior se recomienda cambiar los letreros, ya que presentan diferente colorimetría, uno de ellos ya esta algo deteriorado principalmente por la luz del sol.

Esta es una de las sucursales que podría presentar un cambio de ubicación, aunque se encuentra en una zona céntrica, esta algo escondida debido a que no es muy visible, estando más por le jardín municipal o en la calle de la entrada garantizaría mejor éxito, la sucursal esta a tiempo debido a la falta de competencia en la zona, es considerada la única farmacia del municipio, por eso un cambio de localización no afectaría en estos momentos.

Es una de las sucursales que presenta desabasto en medicamentos, entonces los clientes muchas veces ya no acuden nisiquiera a preguntar y pasan a las farmacias más cercanas, que es en Rincón de Romos. Es importante cuidar la imagen de la sucursal, a los habitantes de esta localidad les preocupan los precios debido a que los consideran altos, las personas cuidan mucho la economía debido a que este municipio no genera grandes ingresos como los que están aledaños a el.

Hay falta de motivación por parte de los empleados, ya que a pesar de la antigüedad que llevan, no se les ha brindado un aumento de sueldo, tiene que darse año con año un porcentaje relativo a la inflación, además de que se tienen que dar incentivos para que generen mayor venta, recordando siempre que ellos son los que juegan un papel vital en a estructura de la organización.

Sucursal Villa Juárez

Análisis Foda

<p style="text-align: center;"><u>Fortalezas</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ● Ubicación. ● Modelo de negocio. ● Ofertas y promociones. 	<p style="text-align: center;"><u>Debilidades</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ● Tamaño de la sucursal. ● Falta de publicidad. ● Desabasto. ● Altos precios.
<p style="text-align: center;"><u>Oportunidades</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ● Considerada la única farmacia de la zona. ● Alta frecuencia vehicular. ● Alta frecuencia peatonal. ● Pocos competidores. 	<p style="text-align: center;"><u>Amenazas</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ● Entrada de nuevos competidores

Observaciones de la sucursal:

- Tamaño: Pequeña.
- Imagen exterior: Letreros desgastados, hace falta altura al letrero principal.
- Iluminación: Se tiene que dejar siempre las luces prendidas para tener una iluminación adecuada.
- Ventilación: No cuenta con sistema de ventilación.
- Layout: Correcto para el tamaño de la sucursal.
- Pasillos: Muy reducidos.
- Precios estantes: Los productos nos tienen precios.
- Promociones: Ofertas, mismas que se encuentran en las cabeceras.
- Atención al cliente: Buena.
- Recargas tiempo aire: Si.
- Productos adicionales: No.
- Ticket de compra: No suelen otorgarlo.

Benchmarking

	<u>Farmacias Similares</u>
Ubicación.	Calle Ortiz de Domínguez.
Tamaño.	Pequeño.
Médico.	Si.
Medicamentos.	Similares.
Abarrotes	No.
Servicio 24 horas.	No.

Observaciones: En lo que respecta a los abarrotes, no existe alguna tienda que posea todo el mercado, ya que se encuentra un gran número de pequeños competidores, conocidos como la tienda de la esquina es por eso que los habitantes de esta comunidad, compran en la tienda que les queda más cerca; siendo así estas tienditas sus favoritas. Se puede aprovechar esta oportunidad para hacer crecer este modelo de negocio que es Farmacias Santa María y darle un mayor empuje a las ventas de abarrotes.

Análisis General

Ubicación.	Localizada sobre la avenida principal de Villa Juárez, aun costado del panteón municipal, posee una buena ubicación debido a que la avenida es también la carretera que comunica para Aguascalientes-Loreto-Asientos..
Días de mayor venta.	Domingos.
Preferencia de compra.	Por las mañanas y las tardes.
Ofertas y promociones.	Constantes.
Medios de publicidad.	Volanteo y perifoneo, ocasionalmente eventos.
Alcance de la publicidad.	La publicidad ha dado buen

	resultado.
Venta de cervezas.	Si.
Kiosko de fotografías.	La gente pregunta por este servicio.
Área de cafetería.	Ventas de acuerdo a temporalidad.
Desabasto	Ocasionalmente en medicamentos.

Observaciones: Uno de los principales problemas que presenta la sucursal es el reducido tamaño de la misma, ya que todo está muy junto, los pasillos son pequeños y cuando llega una cantidad considerable de clientes, es difícil ofrecer un buen servicio.

Algo de que debe tener en cuenta Farmacias Santa María para la atracción de nuevos clientes, es tener una buena ubicación, cuidar el surtido y variedad de productos, y tener buenos precios, estos factores serán determinantes para un mayor éxito.

Plan de acción y recomendaciones: Es considerada la única súper farmacia de la localidad, no hay otro establecimiento que reúna la venta de fármacos y abarrotes, este es un punto en el cual se debe aprovechar, está localizada en un punto estratégico debido a que es la carretera que conecta con Aguascalientes-Loreto-Asientos, existe una alta frecuencia vehicular a cualquier hora del día.

Debido a que está en constante tráfico de automóviles se recomienda darle más altura al anuncio de la farmacia, para que desde lejos las personas lleguen a distinguir la farmacia y si quieren hacer alguna compra puedan llegar sin problema, debido a que la visibilidad de la sucursal es hasta cuando ya se está muy cerca del punto.

Señalética en la carretera puede ayudar a mejorar el posicionamiento no solo en las personas que viven ahí, si no que se daría a conocer a todas las personas en tránsito en ese momento, esto daría un empuje a la marca.

San José de Gracia

Análisis Foda

<u>Fortalezas</u>	<u>Debilidades</u>
<ul style="list-style-type: none"> ● Venta de bebidas alcohólicas. ● Situada en un municipio turístico. ● Un concepto que reúne farmacia con abarrote. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Surtido y variedad de productos. <ul style="list-style-type: none"> ● La falta de publicidad. ● Desmotivación de empleados. <ul style="list-style-type: none"> ● Sistema de logística. ● Falta de posicionamiento. Control de inventarios.

<u>Oportunidades</u>	<u>Amenazas</u>
<ul style="list-style-type: none"> ● Alta frecuencia vehicular. ● Alta afluencia de turistas en la zona. ● Poca competencia. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Alejamiento en la zona de mayor afluencia de turistas.

Observaciones de la sucursal:

- Tamaño: Grande.
- Imagen exterior: Buena, recién re-modelada.
- Iluminación: Adecuada, todos los productos están visibles.
- Ventilación: Cuenta con sistema de ventilación.
- Layout: Correcto de acuerdo al tamaño de la sucursal.
- Pasillos: Amplios se pueden mover las personas fácilmente en toda la sucursal.
- Precios estantes: Los pasillos si cuenta con precios visibles.
- Promociones: Ofertas.
- Atención al cliente: Buena.
- Recargas de tiempo aire: Si.
- Productos adicionales: No los ofrecen.
- Ticket: Solo lo proporcionan en ocasiones.

Los estantes se veían llenos, si embargos ya cuando se observan detenidamente se percata uno de que solo esta frenteado.

Benchmarking

	<u>Farmacia Gi</u>
Ubicación.	Centro.
Tamaño.	Chica.
Médico.	Si.
Medicamentos.	Si.
Abarrotes.	No.

Análisis General

Días de mayor venta.	Fines de semana.
Preferencia de compra.	Bebidas, cigarros, enlatados, cerveza.
Ofertas y promociones.	Periódicamente.
Medios de publicidad.	Volanteo y perifoneo.
Alcance de la publicidad.	Bueno.
Venta de cervezas.	Si.
Área de cafetería.	Desabasto en vasos.
Desabasto.	Ofertas.

Altos precios.	Con relación a la competencia local.
Kiosko.	Fue retirado por no generar ventas.

Conclusión: Para mejorar el servicio, se deben de tener precios más accesibles, ya que es lo que no les gusta a los habitantes de San José de Gracia.

Plan de acción y recomendaciones: Es una sucursal que difiere de la mayoría, cuenta con buen posicionamiento dentro del municipio, la mayoría de las comunidades aledañas como la congoja etc. Bajaron a realizar sus compras a la farmacia.

El área de botanas debe de mantenerse siempre bien surtida, dado que al ser una zona turística suele consumirse este tipo de producto, así mismo la cámara fría en la puerta que corresponde a las cervezas y en general cualquier otro producto de cámara fría debe de siempre estar bien surtido y manejar ofertas en bebidas.

Palo Alto, el Llano Tepezala

Análisis Foda.

<u>Fortalezas</u>	<u>Debilidades</u>
<ul style="list-style-type: none"> ● Buena ubicación. ● Alto índice de viviendas alrededor. ● Promociones y ofertas. ● Manejan productos de patente y genérico. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Falta de surtido. ● Altos precios en relación a la competencia. ● Mal manejo de logística. ● No tiene estacionamiento.
<u>Oportunidades</u>	<u>Amenazas</u>
<ul style="list-style-type: none"> ● Zona de alta frecuencia peatonal. ● Alta presencia de amas de casa en la zona a cualquier hora del día. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Precios más competitivos por parte de la competencia. ● Alto número de pequeños competidores a la redonda.

Observaciones de la sucursal:

- Tamaño: Pequeña.
- Imagen exterior: Buena.
- Iluminación: Buena.
- Ventilación: No cuenta con sistema de ventilación.
- Layout correcto de acuerdo al tamaño de la sucursal.
- Pasillos: Espacios algo reducidos.

- Precios estantes: Los productos no cuentan con precios.
- Promociones: Volantes a la entrada de la sucursal con ofertas.
- Atención al cliente: Se puede mejorar.
- Recargas tiempo aire: Si.
- Productos adicionales: No.
- Ticket de compra: No.

Benchmarking:

	<u>Farmacias Similares</u>
Ubicación.	Calle Convención.
Tamaño.	Pequeño.
Médico.	Si.
Medicamentos.	Similares.
Abarrotes.	No.

Observaciones: En la zona de la calle convención, se pueden observar varias tiendas de abarrotes que a su vez funcionan como fruterías, afectando esto de manera directa para las ventas de la sucursal.

Análisis General:

Preferencia de compra	Abarrotes, durante todo el día se vende.
Ofertas y promociones	Periódicamente
Medios de publicidad.	Perifoneo y volanteo.
Alcance de la publicidad.	Buena.
Venta de cervezas.	No.
Desabasto.	Abarrotes.
Altos precios.	Competidores con mejores precios.
Área de cafetería.	No.

Observaciones: Para mejorar el servicio, se deben de tener precios más accesibles, ya que es lo que no les gusta a las personas, a la par activar buenas promociones.

Plan de acción y recomendaciones: La acción correctiva inmediata, es el abasto de productos, ya que hay una alta competencia en la zona, que suele tener siempre un buen abasto.

Se tiene que realizar un análisis de precios competitivos.

Bajío de San José

Análisis Foda.

<p style="text-align: center;"><u>Fortalezas</u></p> <ul style="list-style-type: none">● Modelo de negocio.● Promociones y ofertas constantes.● Buen surtido y variedad.	<p style="text-align: center;"><u>Debilidades</u></p> <ul style="list-style-type: none">● Falta de publicidad.● Desabasto ocasional.● Ubicación.● Rotación constante del personal.
<p style="text-align: center;"><u>Oportunidades</u></p> <ul style="list-style-type: none">● Alta frecuencia vehicular.● Gran zona habitacional.	<p style="text-align: center;"><u>Amenazas</u></p> <ul style="list-style-type: none">● Alto número de competidores en la zona.

Observaciones de la sucursal:

- Tamaño: La sucursal es pequeña.
- Imagen exterior: Letreros algo desgastados.
- Iluminación: Todos los productos se ven fácilmente.
- Ventilación: No cuenta con sistema de ventilación.
- Layout: Correcto.
- Pasillos: Se puede mover entre ellos bien, sin embargo si hay una cantidad considerable dentro de la sucursal, va a ser algo más complicado.
- Precios estantes: No cuenta con precios estantes.
- Promociones: Ofertas están a la entrada, en los pasillos principales.
- Atención al cliente: Puede llegar a mejorar considerablemente.
- Ticket de compra: No se entrega comúnmente a las personas.

Benchmarking

	<u>Farmacia G.I.</u>
Ubicación.	A unos cuanto pasos de Farmacias Santa María.
Tamaño.	Pequeña.
Consultorio Médico.	Si.
Medicamentos.	Si.
Abarrotes.	No.

Observaciones: Existen otros competidores en cuanto a la venta de abarrote, estos muchas veces ofrecen mejores precios, debido a que las ofertas que suele tener Farmacias Santa María en un periodo de dos semanas, ellos tienen mismos precios constantes todo el año.

Análisis General:

Días de mayor venta.	Todos los días se vende una cantidad similar.
Preferencia de compra	Abarrotes.
Ofertas y promociones.	Constantes pero, no suficientes.
Medios de publicidad.	Volanteo y perifoneo, ocasionalmente eventos.
Desabasto.	Medicamentos.
Área de cafetería.	No.

Observaciones:La ubicación es el factor determinante para que los consumidores realicen dichas compras en esta sucursal.

Plan de acción y recomendaciones:El surtido de medicamentos es de suma importancia, si los clientes no encuentran algún medicamento y esto les sucede constantemente, dejaran de comprar en la sucursal.

Se recomienda realizar una remodelación a la sucursal, ya que algunos estantes se encuentran algo oxidados, presentado esto una mala imagen al consumidor.

Capacitar al personal en brindar un servicio de calidad al cliente.

San Antonio

Análisis Foda.

<p style="text-align: center;"><u>Fortalezas</u></p> <ul style="list-style-type: none">● Modelo de negocio farmacia/abarrotes.● Se encuentra en zona de afluencia de personas.	<p style="text-align: center;"><u>Debilidades</u></p> <ul style="list-style-type: none">● Desabasto en productos.● Altos precios en relación a la competencia.
<p style="text-align: center;"><u>Oportunidades</u></p> <ul style="list-style-type: none">● Considerada la única farmacia en forma de la localidad.	<p style="text-align: center;"><u>Amenazas</u></p> <ul style="list-style-type: none">● Latente crecimiento de la zona.● Posible entrada de nuevos competidores.

Observaciones de la sucursal:

- Tamaño: Mediana.
- Imagen exterior: Buena.
- Iluminación: Adecuada.
- Ventilación: No.
- Layout: Correcto de acuerdo al tamaño de la sucursal.
- Pasillos: Amplios.
- Precios estantes: Los productos no tienen precios.
- Promociones: Ofertas.
- Atención al cliente: Buena.
- Recarga tiempo aire: Si.
- Productos adicionales: No los ofrecen.
- Ticket de compra: No lo otorgan.

Benchmarking

	<u>Farmacias Similares</u>
Ubicación.	A dos cuadras de Farmacias Santa María.
Tamaño.	Mediano.
Médico.	Si.
Medicamentos.	Si.
Abarrotes.	No.

Observaciones: El concepto de Farmacias Santa María es considerado el más fuerte en la localidad, por lo que puede aprovecharse esta oportunidad para lograr un mejor posicionamiento.

Análisis General

Ubicación.	Buena.
Días de mayor venta.	Fines de semana.
Ofertas y promociones.	Constantes.
Medios de publicidad.	Volanteo y perifoneo.
Alcance de la publicidad.	Llega a todo el pueblo.
Venta de cervezas.	Si.
Desabasto.	Medicamentos.
Altos precios.	En relación con la competencia.
Kiosko de fotografías	No.

Conclusiones: La mayoría de los habitantes suelen comprar sus medicamentos en farmacias similares, esto significa que prefieren el precio sobre la calidad.

Plan de acción y recomendaciones: La sucursal reúne todos los factores para ser exitosa, ya que es considerada la única farmacia en forma de la localidad, se debe de aprovechar esto para lograr un buen posicionamiento y

que los clientes prefieran realizar la compra de medicamento en Farmacias Santa María.

Se recomienda realizar eventos, sobre todo los días con poca venta.

Luis Moya, Zacatecas

Análisis Foda.

<p style="text-align: center;"><u>Fortalezas</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ● Modelo de negocio farmacia/abarrotes. ● Venta de medicamento de patente. ● El negocio de abarrotes, bien establecido. <ul style="list-style-type: none"> ● Antigüedad. ● Ubicación en Av. principal 	<p style="text-align: center;"><u>Debilidades</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ● Sucursal pequeña. ● No cuenta con médico. ● Falta de estacionamiento. ● Diseño exterior deteriorado.
<p style="text-align: center;"><u>Oportunidades</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ● Alta frecuencia vehicular. ● Alta frecuencia peatonal. ● Posibilidad de expansión. ● Considerada la única farmacia real del pueblo. 	<p style="text-align: center;"><u>Amenazas</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ● Entrada de nuevos competidores.

Observaciones de la sucursal:

- Tamaño de la sucursal: Es mediana.
- Imagen exterior: Desgastada, necesita un cambio ya que los letreros se ven desgastados.
- Iluminación: Adecuada.
- Ventilación: No tienen sistema de ventilación, hay dos entradas que es por donde llega a circular el aire.
- Layout: Adecuado al tamaño de la sucursal.
- Pasillos: Con suficiente espacio entre ellos.
- Precios estantes: Muy pocos productos tienen precios.
- Promociones: Ofertas, las cuales se encuentran ubicadas en la entrada principal de la farmacia.
- Atención al cliente: Adecuada.
- Recargas tiempo aire: Si.
- Productos adicionales: No.

-Ticket de compra: No.

No cuenta con estacionamiento la sucursal lo cual puede dificultar a aquellos consumidores que lleguen en automóvil.

Benchmarking:

	<u>Farmacias Similares</u>	<u>Super los tres Pepes</u>	<u>Oxxo</u>
Ubicación.	Zona centro.	Zona centro.	A la entrada y zona centro.
Tamaño.	Pequeño.	Grande.	Medianos.
Consultorio medico.	Tiene un médico.	No.	No.
Medicamentos.	Solo similares.	No.	No.
Abarrotes.	No.	Extenso surtido.	Básicos del hogar
Servicio las 24 hrs.	No.	Horario limitado.	No.

Observaciones: Los competidores son pocos, es por ello que Farmacias Santa María es considerada la única farmacia en Luis Moya.

Análisis General:

Ubicación.	Localizada en la calle principal, que es la carretera que une a los municipios de Cosío, Aguascalientes y Ojocaliente Zacatecas, a unos cuantos pasos del centro histórico.
Días de mayor venta.	Fines de semana.
Preferencia de compra.	Abarrotes.
Ofertas y promociones.	Constantes.
Medios de publicidad.	Perifoneo, volanteo y ocasionalmente eventos.
Alcance de la publicidad.	Funciona bien, pero se puede mejorar sustancialmente.
Venta de cervezas.	Se desplaza lentamente debido a una fuerte presencia de depósitos cervecedores en la zona.
Kiosko de fotografías.	Funciona correctamente y los clientes preguntan frecuentemente por el servicio.
Desabasto.	Abarrotes, medicinas y cuando hay ofertas no llega el producto suficiente para cubrir la demanda.
Altos precios-.	Debido a que los habitantes comparan precios con farmacias de venta de genéricos y similares, los

	precios pueden parecer altos para ellos. En abarrotes competidores locales, están ofreciendo mejores precios.
--	---

Observaciones: Actualmente los empleados muestran inquietud sobre el personal que trabaja en la sucursal, ya que ellos consideran que son pocos, la demanda de la gente requiere que haya un mayor número de personal, debido a que los descansos que tienen no los consideran suficientes y tienen que trabajar por turnos extra.

Los empleados consideran que el establecimiento es bueno y la venta de abarrotes es lo más fuerte, es por eso que se recomienda buscar otro lugar para poder ofrecer un mejor servicio de abarrotería.

Recomendaciones y plan de acción: Es considerada la única super farmacia del municipio, no hay otro establecimiento que reúna la venta de fármacos y abarrotes, este es un punto el cual se debe de aprovechar, la sucursal esta bien posicionada, genera buenas ventas sobre todo en el área de abarrotes, es por eso que se deben de cuidar detalles importantes debido a que es un municipio el cual se encuentra cerca de Cosío, Aguascalientes y Ojocaliente Zacatecas, puede ser muy probable que se establezcan nuevos competidores, debido a que es un mercado atractivo por falta de competencia, sobre todo aquellos especializados en la venta de fármacos, tal como farmacia Guadalajara.

Lo que más llama la atención es su fachada, la sucursal se encuentra en un estado pésimo, ambos anuncios están en mal estado, las plantas superiores dan mala imagen debido a que su pintura ya luce vieja y no va de acuerdo al concepto de farmacia Santa María. El tamaño de la sucursal es muy pequeña para el nivel de ventas que maneja, debido a que si hay demasiadas personas es difícil moverse entre pasillos, la iglesia principal se encuentra a espaldas, si se desea repartir volantes con promociones se recomienda sea los días domingos a la hora en que la gente se reúne en la plaza principal.

Ojocaliente, Zacatecas:

Análisis Foda.

<p style="text-align: center;"><u>Fortalezas</u></p> <ul style="list-style-type: none">● Ubicada sobre la carretera que conecta a los municipios aledaños.● Modelo de negocio farmacia/abarrotes.● Ofertas y promociones constantes.	<p style="text-align: center;"><u>Debilidades</u></p> <ul style="list-style-type: none">● Desabasto.● Falta de diseño exterior para dar un mejor posicionamiento.● No cuenta con estacionamiento.
<p style="text-align: center;"><u>Oportunidades</u></p> <ul style="list-style-type: none">● Alta frecuencia peatonal.	<p style="text-align: center;"><u>Amenazas</u></p> <ul style="list-style-type: none">● Inseguridad en el municipio y carreteras.

Observaciones de la sucursal:

- Tamaño: Mediana.
- Imagen exterior: Deteriorada, hace falta modificarla.
- Iluminación: Tiene entradas de luz natural.
- Ventilación: No cuenta con sistema de ventilación.
- Layout: Es correcto de acuerdo al tamaño de la sucursal, pero hacen falta nuevos estantes.
- Pasillos: Amplios.
- Precios estantes: No cuenta con precios.
- Promociones: Constantes, productos con ofertas a la entrada.
- Atención al cliente: Buena.
- Recargas tiempo aire: Si.
- Productos adicionales: Si.
- Ticket de compra: Si.

Observaciones: La sucursal no cuenta con estacionamiento, está en una avenida de alta frecuencia vehicular, si alguien llega en automóvil es difícil encontrar buen lugar.

Alto número de negocios se encuentran por la zona, el mercado municipal está enfrente de la sucursal, lo que hace que haya un alto número de peatones por esa zona.

Benchmarking:

	<u>Farmacias Similares (2)</u>	<u>Farmacia Guadalajara</u>	<u>Bodega Aurrera</u>
Ubicación.	Cerca de Farmacia Santa María.	Frente a la iglesia principal de municipio.	Enfrente de Farmacia Santa María.
Tamaño.	Pequeña.	Grande.	Grande.
Médico.	Si.	No.	No.
Medicamentos.	Si.	G.I y Patente.	Si.
Abarrotes.	No.	Buen surtido.	Si.

Observaciones: En abarrotes existen otros competidores, los cuales son fuertes debido a la presencia y tiempo que han estado en el municipio.

Análisis General:

Días de mayor venta.	Domingos.
Preferencia de compra	Medicamentos, lácteos y productos del hogar.
Ofertas y promociones.	Constantes, pero no hay una buena planeación.
Medios de publicidad.	Perifoneo y volanteo.
Alcance de la publicidad.	Poca.
Venta de cervezas.	Si.
Kiosko de fotografías.	No.
Área de cafetería.	No.
Desabasto.	Medicamentos y productos de ofertas.
Altos precios.	Fuertes competidores con precios mejores.

Recomendaciones y plan de acción: Aunque no se encuentra en el centro histórico tiene una buena ubicación; ya que esta a un costado del mercado municipal, sobre la avenida que es la carretera que va hacia Aguascalientes.

Ambos anuncios se encuentran algo deteriorados, esta es una de las sucursales que debe de tener un excelente abasto de productos, debido a que hay una alta competencia en la zona, si hay personas que llegan a comprar en esta sucursal y no encuentran algún producto, terminarán por irse con la competencia y probablemente lo hagan definitivamente, en abarrotes enfrente de la sucursal se encuentra un Mi Bodega Aurrera, cualquier producto que no se encuentre en abarrotes se terminará por comprar en dicha tienda de autoservicio, hacen falta nuevos estantes para los productos, ya que hay productos que literalmente se encuentran prácticamente en el piso esto debido a la falta de espacio, es una acción correctiva para la sucursal.

Realizar eventos más seguido para estar más presentes que la competencia, un reparto de volantes periódicamente en la zona del centro histórico, mercado municipal y aquellos puntos principales de la cabecera municipal.

Trancoso, Zacatecas:

Análisis Foda.

<p style="text-align: center;"><u>Fortalezas</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ● Modelo de negocio farmacia/abarrotes. ● Los años en el mercado y la experiencia. ● Posicionamiento. 	<p style="text-align: center;"><u>Debilidades</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ● Alto precios con relación a la competencia. ● No cuenta con estacionamiento.
<p style="text-align: center;"><u>Oportunidades</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ● Se encuentra en la avenida principal. ● Alta frecuencia vehicular. 	<p style="text-align: center;"><u>Amenazas</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ● Latente crecimiento de la zona y posible entrada de nuevos competidores. ● Violencia e inseguridad en el municipio.

Observaciones de la sucursal:

- Tamaño: Mediana.
- Imagen exterior: Buena, la sucursal acaba de cambiar de lugar.
- Iluminación: Adecuada.
- Ventilación: No cuenta con sistema de ventilación.
- Layout: Correcto al tamaño de la sucursal.
- Pasillos: Amplios.
- Precios estantes: No cuenta con precios.
- Promociones: Ofertas a la entrada de la sucursal.
- Atención al cliente: Buena.
- Recargas tiempo aire: Si.
- Productos adicionales: Si.
- Ticket de compra: Si.

Observaciones: Esta sucursal no cuenta con estacionamiento y si alguien llega en automóvil es difícil encontrar lugar, ya que por la alta frecuencia vehicular, los pocos lugares que hay están ocupados, además de que se encuentra cerca del sitio de taxis del pueblo, prácticamente enfrente.

Solo hay una entrada que es la única ventilación de la sucursal, por lo que en temporada de calor pudiese llegar a ser un problema, ya que constantemente hay gente circulando dentro de a sucursal.

El tiempo de espera en cajas puede ser muy largo debido a la alta cantidad de clientes que usan el servicio de recargas electrónicas.

Benchmarking:

	<u>Farmacia Similar</u>
Ubicación.	Centro.
Tamaño.	Pequeño.
Médico.	Si.
Medicamentos.	Similares.
Abarrotes.	No.

Observaciones:En lo que respecta a abarrotes no existe alguna tienda que posea todo el mercado.

Observaciones de la sucursal:

- Días de mayor venta: Fines de semana.
- Preferencia de compra: Por las tardes se genera mayor venta.
- Ofertas y promociones: Constantes.
- Medios de publicidad: Volanteo, perifoneo, ocasionalmente hay eventos.
- Alcance de la publicidad: Los empleados creen que se da una buena publicidad.
- Venta de cerveza: Se vende bien.
- Kiosko de fotografías:No.
- Área de cafetería: No.
- Desabasto: Desde que se cambio de ubicación la farmacia, no se ha presentado este problema.
- Altos precios: Los habitantes creen que los precios son un poco altos.

Observaciones:En general esta sucursal no presenta grandes problemas, pero se tienen que estar reforzando todas aquellas actividades para lograr la posición del consumidor en el pueblo, ya que al bajo índice de la economía de la zona, la primera opción en farmacia será la farmacia similar.

Recomendaciones y plan de acción:Esta sucursal presenta una gran cantidad de clientes en lo que son las recargas electrónicas a teléfonos celulares, básicamente a cualquier hora del día se pueden hacer largas filas para esperar por las recargas, es por eso que se puede mostrar inconformidad para para los clientes que van a comprar abarrotes o medicinas, las filas pueden durar más de 5 minutos; se recomienda tener una caja exclusiva para recargas telefónicas, se esta manera se resolverá un problema con la atención al cliente. Existe el espacio para la instalación de esta caja, para dar unicamente este servicio, además de que se podría utilizar para los demás pagos que se quieran realizar , así se le daría más un empuje al pago de servicios que ofrece la sucursal.

Tacoaleche, Guadalupe, Zacatecas:

Análisis Foda.

<p style="text-align: center;"><u>Fortalezas</u></p> <ul style="list-style-type: none">● Modelo de negocio.● Ofertas constantes.● Cuenta con estacionamiento.	<p style="text-align: center;"><u>Debilidades</u></p> <ul style="list-style-type: none">● Alejada del centro de esta zona.<ul style="list-style-type: none">● Altos precios.
<p style="text-align: center;"><u>Oportunidades</u></p> <ul style="list-style-type: none">● Pocos competidores.● Alta frecuencia vehicular.● Considerada la única super farmacia de esa zona.	<p style="text-align: center;"><u>Amenazas</u></p> <ul style="list-style-type: none">● Entrada de nuevos competidores.● Violencia e inseguridad en el municipio.

Observaciones de la sucursal:

- Tamaño: Mediana.
- Imagen exterior: En buenas condiciones.
- Iluminación: Adecuada.
- Ventilación: No cuenta con sistema de ventilación.
- Layout: Correcto al tamaño de la sucursal.
- Pasillos: Amplios.
- Precios estantes: Los productos no tienen precios.
- Promociones: Ofertas que están a la entrada, en pasillos principales.
- Atención al cliente: Buena.
- Recargas tiempo aire: Si.
- Productos adicionales: No
- Ticket de compra: No lo otorgan los cajeros.

Hace falta más ventilación en el área, ya que solo cuenta con una entrada la sucursal y no hay ventanas por donde pueda circular el aire.

Benchmarking:

	<u>Farmacias similares</u>	<u>Oxxo</u>
Ubicación.	Cerca de la zona centrica.	A la entrada de Tacoaleche.
Tamaño.	Pequeño.	Mediano.
Médico.	Si.	No.
Medicamentos.	Si.	No.
Abarrotes.	No.	Si.
Servicio las 24 hrs.	No.	No.

Análisis General:

Días de mayor venta.	Domingos.
Preferencia de compra	Compras por las tardes-noches, medicamentos y productos de ofertas.
Ofertas y promociones.	Constantes.
Medios de publicidad.	Volanteo, perifoneo y en ocasiones eventos.
Alcance de la publicidad.	Buena.
Venta de cervezas.	Si se vende
Kiosko de fotografías.	No.
Área de cafetería.	No tiene.
Desabasto.	Ocasionalmente en medicamento.
Altos precios.	Precios iguales en la zona.

Observaciones: Un factor que llegó a afectar el municipio fue la inseguridad que se llegó a vivir en la zona.

Plan de acción y recomendaciones: Se recomienda tener una mayor publicidad efectiva, como los son los eventos, ya que la sucursal se encuentra a la entrada de la comunidad.

Salinas de Hidalgo, San Luis Potosí:

Análisis Foda.

<p style="text-align: center;"><u>Fortalezas</u></p> <ul style="list-style-type: none">● Ubicación.● Modelo de negocio.● Promociones y ofertas constantes.	<p style="text-align: center;"><u>Debilidades</u></p> <ul style="list-style-type: none">● Altos precios.● Desabasto.
<p style="text-align: center;"><u>Oportunidades</u></p> <ul style="list-style-type: none">● Av. de alta frecuencia vehicular.● Alto número de peatones en la zona.● Zona con mayor negocios del municipio.● La única super farmacia de Salinas.	<p style="text-align: center;"><u>Amenazas</u></p> <ul style="list-style-type: none">● Posible entrada de nuevos competidores.

Observaciones de la sucursal:

- Tamaño: Mediano.
- Iluminación: Adecuada.
- Ventilación: No cuenta con sistema de ventilación.
- Layout : Correcto de acuerdo al tamaño.
- Pasillos: Adecuados.
- Precios estantes: Los productos no tienen precio.
- Promociones: Ofertas a la entrada de la sucursal.
- Atención al cliente: Buena.
- Recargas tiempo aire: Si.
- Productos adicionales: No los ofrecen.
- Ticket de compra: No.

Benchmarking:

	<u>Farmacia Sta. Cruz</u>	<u>Guadalupe I y Guadalupe II</u>	<u>Similares</u>	<u>San Francisco.</u>
Ubicación.	Centro.	Centro.	Centro.	Centro.
Tamaño.	Pequeño.	Mediano.	Pequeño.	Pequeño.
Médico.	No.	No.	Si.	No.
Medicamentos.	Gi.	Gi. y patente.	Similares.	Gi. y patente.
Abarrotes.	No.	Productos de belleza.	No.	No.
Servicios las 24 hrs.	No.	No.	No.	No.

Observaciones: Existen otros competidores en cuanto a la venta de abarrotes, estos muchas veces ofrecen mejores precios.

Análisis General:

Días de mayor venta.	Fines de semana.
Preferencias de compra.	Mañana y tarde.
Ofertas y promociones.	Periódicamente.
Medios de publicidad.	Volanteo y perifoneo.
Alcance de la publicidad.	Puede llegar a ser mejor.
Kiosko de fotografías.	No.
Desabasto.	Ofertas y medicamentos.
Altos precios.	En ocasiones la competencia presenta mejores precios.

Plan de acción y recomendaciones: Es un municipio de San Luis Potosí, el cual esta en crecimiento, Farmacias Santa María se encuentra dentro de la zona centro de su centro histórico, principalmente esta sucursal luce deteriorada en su imagen exterior, necesita un cambio de anuncios ya que el sol deterioro la imagen.

Necesita tener una publicidad más efectiva, ya que de todas las farmacias importantes, es la que se encuentra más alejada de la zona. El abasto de medicamentos es de suma importancia, se debe de contar siempre con los productos que se necesitan.

Estudio de factibilidad de apertura para sucursal en Fresnillo, Zacatecas



Se realizó un estudio para poder determinar la posibilidad de establecer una nueva sucursal de Super Farmacias Santa María, en Fresnillo Zacatecas.

Demografía de Fresnillo:

Fresnillo es un municipio de 213,139 habitantes (104,348 hombres y 108,791 mujeres), situado en el estado de Zacatecas.

Estructura social: Derecho a atención médica por el seguro social, tienen 92,626 habitantes de fresnillo.

En fresnillo hay un total de 46,754 hogares.

Economía y empleo:

Porcentaje de población (de más de 12 años) económicamente activa 49.79% el 74,30% de los hombres y 26,29% de las mujeres estaban trabajando o buscando empleo.

Porcentaje de la población activa que está ocupada 95.75% (el 95,03% de los hombres y 97,69% de las mujeres activas económicamente tienen empleo)

Fresnillo cuenta con las siguientes farmacias:

- *Farmacias Benavides.
- *Farmacias Guadalajara.
- *Farmacias Ahuacatlan.
- *Farmacias Similares.
- *Farmacias de Guanajuato.
- *Farmacias Guadalupe.
- *Farmacias del Sol.
- *Farmacias Sumar.
- *Farmacia San Rafael.
- *Farmacia Xime.
- *Farmacia issstezac número 9.
- *Farmacia de la Esperanza.
- *Farmacia de la Plata.
- *Farmacia del Rocio.
- *Farmacia del Carmen.
- *Farmacia Hombres Ilustres.
- *Farmacia San Judas Tadeo.
- *Farmacia Baez.
- *Farmacia Benito Juárez.
- *Farmacia del Tepeyac.
- *Farmacia Paris.
- *Farmacia Mónica.

Son 22 farmacias, de las cuales solo se pueden considerar como real competencia Farmacias Benavides y Farmacias Guadalajara, ya que el concepto de Super Farmacias Santa María abarca abarrotes/medicamento, las 20 farmacias restantes su venta viene siendo solo de medicamento genérico y de patente quedando excenta la parte de abarrotes.

En cuestiones de logística para el surtido de abarrotes por parte del cedis, ubicado en el Parque Industrial del Valle de Aguascalientes no habría inconveniente alguno ya que la ruta que va para Salinas de Hidalgo perfectamente podría pasar a surtir a Fresnillo. Los proveedores de medicamento que surten a Grupo Farsanmar tienen su logística, entregan pedidos de medicamento en cada una de las sucursales, motivo que tampoco generaría problema alguno (Nadro, Marzan, Fármacos Nacionales, Almacén de Drogas).

Estudio de factibilidad de apertura para sucursal en Valparaíso, Zacatecas.



Se realizó un estudio para poder determinar la posibilidad de establecer una nueva sucursal de Super Farmacias Santa María en Valparaíso, Zacatecas.

Demografía de Valparaíso, Zacatecas: Valparaíso es un municipio de 33,323 habitantes (16,349 hombres y 16,974 mujeres) situado en el Estado de Zacatecas.

Demografía: en los siguientes cuatro pueblos vive el mayor número de personas

Valparaíso (11,676 habitantes).

Lobatos (1,199 habitantes).

J. Jesús González Ortega (San Mateo) (1,155 habitantes).

San Antonio de Padua (836 habitantes).

Valparaíso cuenta con 138 localidades, de las cuales las mencionadas anteriormente son las que cuentan con mayor índice población.

Número de viviendas en Valparaíso 13,133

Economía y Empleo: Porcentaje de población (de más de 12 años) económicamente activa, 42,10% (el 70,10% de los hombres y 15,14% de las mujeres estaban trabajando o buscando empleo) Porcentaje de la población

activa que está ocupada: 94,47% (el 93,80% de los hombres y 97,45% de las mujeres activas económicamente tienen empleo).

Valparaíso cuenta con las siguientes farmacias:

- *Farmacias Ahuacatlan.
- *Farmacias Guadalajara.
- *Farmacias Similares.
- *Farmacia de Fátima.
- *Farmacia Aurora.
- *Farmacia Sagrado corazón.
- *Farmacia Varela.
- *Farmacia Gi.
- *Farmacia San Rafael.
- *Farmacia Ameca.
- *Farmacia Jardin.

En este municipio si se encuentra presente uno de los principales competidores de Super Farmacias Santa María, sin embargo el que tenga presencia Farmacias Guadalajara no demerita que no sea factible aperturar.

En cuanto a la logística, tendría que planearse una ruta en especifico para proveer de mercancía, ya que queda desfasado el municipio de la ruta actual que se tiene para llegar hasta Salinas San Luis Potosi.

Estudio de factibilidad de apertura para sucursal en Juan Aldama, Zacatecas.



Se realizó un estudio para poder determinar la posibilidad de establecer una nueva sucursal de Super Farmacias Santa María en Juan Aldama, Zacatecas.

Demografía de Juan Aldama, Zacatecas: Juan Aldama es un municipio de 20543 habitantes (9,947 hombres y 10,596 mujeres) situado en el Estado de Zacatecas.

Demografía: estos son los cuatro pueblos más importantes en cuanto a población:

Juan Aldama (13,848 habitantes).

Ojitos (1,342 habitantes).

General Juan José Ríos Ciénega de San Fco (1,142 habitantes).

Espíritu Santo (708 habitantes).

El municipio de Juan Aldama cuenta con 35 localidades, de las cuales las anteriormente mencionadas son las que cuentan con mayor índice de población.

Número de viviendas 6,836.

Economía y empleo: Porcentaje de población (de más de 12 años) económicamente activa: 47,98% (el 71,95% de los hombres y 25,48% de las mujeres estaban trabajando o buscando empleo).

Porcentaje de la población activa que está ocupada 95,84% (el 94,73% de los hombres y 98,77% de las mujeres activas económicamente tienen empleo).

Juan Aldama cuenta con las siguientes farmacias:

- *Farmacias Similares.
- *Farmacias Ahuacatlan.
- *Farmacias Mixtas.
- *Farmacias Genéricos intercambiables.
- *Farmacia el Alamo.
- *Farmacia la Divina Providencia.
- *Farmacia Rex.
- *Farmacia del centro.
- *Farmacia María Elena.
- *Farmacia San Juan Bautista.
- *Farmacia Centenario.
- *Farmacia San Judas Tadeo.
- *Farmacia Cosmos.
- *Farmacias Rodríguez.
- *Farmacia del Rey.
- *Farmacia sin nombre.
- *Farmacia San Juan.
- *Farmacia Vida Ahorro.
- *Farmacia Issstezac número 15.

Un buen punto a favor en este este municipio, es que no se encuentran posicionados los principales competidores de Super Farmacias Santa María.

En cuanto a la logística, tendría que planearse una ruta en específico para proveer de mercancía, ya que queda desfasado el municipio de la ruta actual que se tiene para llegar hasta Salinas San Luis Potosi.

CONCLUSIONES.

El mercado objetivo de Super Farmacias Santa María es de los más amplios que puedan existir, ya que para la venta de fármacos son productos que se llegan a necesitar (indispensables) en cualquier rango de edad, el bienestar y salud de las personas es lo primordial.

La venta de productos de abarrotes es algo que se da constantemente y los clientes siempre van a buscar dichos productos, ya que son básicos para el hogar. Es por ello que siempre un modelo de negocio como lo es el de Grupo Farsanmar funcionara, desarrollando siempre y cuando una buena estrategia comercial y realizando un análisis previo a aperturar, para no caer en situaciones ya suscitadas.

La cadena de farmacias en general cuenta con una buena ubicación estratégica. Es de suma importancia siempre presentar el abasto correcto en medicamentos, debido que a lo que se pone en juego es el estado y salud del cliente, al no presentar un abasto correcto el cliente difícilmente regresará a la sucursal.

La carencia en competencia en los municipios establecidos, hace que sea un mercado atractivo el modelo de Super Farmacias Santa María, como se menciono anteriormente el mercado objetivo.

Se tienen que implementar las acciones correctivas mencionadas en el estudio de cada una de las sucursales ya establecidas, de esta manera se logrará una mejor operación.

La experiencia profesional adquirida al desarrollar el proyecto fue que, siempre al querer realizar alguna apertura, ya sea de cualquier tipo de negocio debe de realizarse un estudio previo, no se trata de tener simplemente la intuición de que algo funcionara y a cualquier negocio que ya esta establecido se le debe realizar periódicamente un estudio y análisis interno.

COMPETENCIAS DESARROLLADAS.

Aplique un plan de marketing para cada una de las sucursales, lo que fue un análisis de las 4P's (producto, precio, plaza y promoción).

Realice un análisis de la competencia para determinar sus puntos fuertes, así como sus debilidades.

Implemente un análisis foda para determinar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de las sucursales ya existentes.

Utilice la herramienta denominada en mercadotecnia como mystery shopper, para conocer el servicio que brinda el personal en las sucursales.

FUENTES DE INFORMACIÓN.

Referencias de Internet.

Instituto Nacional de Estadística y Geografía www.inegi.org.mx pagina oficial del INEGI donde se ofrece información estadística, geográfica y económica a nivel nacional y por entidad federativa.

Instituto Nacional de Estadística y Geografía www.inegi.org.mx/app/scian Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte.