UNIVERSIDAD DEL AZUAY
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

"Estrategias para la potencialización de las ventas en farmacias, aplicado a SINAIFARM."

TESIS PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL

AUTOR:
ANA MARÍA MARTÍNEZ C.

DIRECTOR:
Ingeniera Comercial, MBA
Castro Rivera María Elena

CUENCA - ECUADOR, 2015

DEDICATORIA

Este trabajo de investigación primeramente está dedicado a Dios, ya que gracias a Ti tengo la bendición de cumplir mis metas.

A mis padres María Augusta y Fernando, porque no podría tener mejor suerte al tenerles como mis padres, por ser mi ejemplo y gracias a ustedes tengo la oportunidad de cumplir mis sueños.

A mis hermanos Fernando Andrés y Juan Francisco, por todo su apoyo y por siempre estar conmigo.

A mi abuela Lola por su preocupación, cariño y por ser una persona muy importante en mi vida. También a mi abuelo Jorge a quien siempre tengo presente, que aunque no esté aquí sé que siempre me ha estado conmigo y sé que estaría muy orgulloso de mí.
A Juan José quien me ha acompañado a lo largo de este camino, quiero compartir con él este gran momento en mi vida.

Finalmente a todas esas personas especiales en mi vida que han estado junto a mí a lo largo de este período, gracias por su cariño y apoyo.

Ana María Martínez Coello

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar quiero agradecer a Dios por ser mi guía y acompañarme en este camino, a mis padres por su apoyo incondicional y por darme la oportunidad de cumplir esta meta y a toda mi familia por la motivación y su preocupación a lo largo de este camino.

Quiero agradecer también a todos los docentes de la carrera de Administración de Empresas por compartir sus conocimientos y orientarme durante toda la carrera. Un agradecimiento especial para mí tutora de tesis la Ing. María Elena Castro quien me ha ayudado y apoyado a lo largo de esta investigación, por su tiempo, dedicación y sobre todo sus conocimientos que han sido guía durante este proceso.

A la Corporación Médica Monte Sinaí y SINAIFARM por abrirme las puertas para lograr este trabajo de investigación.

Ana María Martínez Coello

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Dedicatoria ii
Agradecimientos iii
Índice de contenidos iv
Índice de ilustraciones, gráficos y anexos v
Índice de tablas vi
Resumen vii
Abstract viii

Introducción 9

CAPÍTULO I: SITUACIÓN ACTUAL DE LA EMPRESA 11
1.1. Antecedentes 11
1.1.1. Descripción de la empresa 11
1.1.2. Cadena de valor 11
1.1.3. Ventas históricas y presentes 12
1.2. Base teórica de las estrategias de marketing y de las ventajas competitivas 24
1.3. Análisis de datos 33
1.3.1. Análisis interno (FODA) 33
1.3.1.1. Matriz de lineamientos estratégicos (foda cruzado) 35
1.3.2 Análisis externo sectorial porter 37
1.3.2.1. Estrategia genérica del negocio: liderazgo en costos, diferenciación y segmentación 40

CAPÍTULO II: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN 46
2.1. Descripción de la metodología de investigación cualitativa a utilizar 46
2.2. Técnicas de investigación cualitativa 46
2.2.1. Observación directa 46
2.2.2. Entrevista a grupo focal 52
2.2.3. Entrevista a expertos 58
2.3. Identificación y análisis de los mejores prescriptores 63
2.4. Rotación de medicamentos 66
2.5. Diagrama de Pareto 68
2.6. Evaluación y calificación a proveedores 68
2.7. Análisis de plan de medicación continúa 70
2.8. Conclusiones del capítulo 72

CAPÍTULO III: RESULTADOS 75
3.1. Estrategias del negocio 75
3.2 Plan operativo anual del área de SINAIFARM 75

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 84
BIBLIOGRAFÍA 86

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES, GRÁFICOS Y ANEXOS

ILUSTRACIÓN 1 12
ILUSTRACIÓN 2 27
ILUSTRACIÓN 3 28
ILUSTRACIÓN 4 28
ILUSTRACIÓN 5 28
ILUSTRACIÓN 6 29
ILUSTRACIÓN 7 29
ILUSTRACIÓN 8 29
ILUSTRACIÓN 9 29
ILUSTRACIÓN 10 29
ILUSTRACIÓN 11 33
ILUSTRACIÓN 12 33
ILUSTRACIÓN 13 35
ILUSTRACIÓN 14 41
ILUSTRACIÓN 15 76
ILUSTRACIÓN 16 90
ILUSTRACIÓN 17 101
ILUSTRACIÓN 18 110

GRÁFICO 1 18
GRÁFICO 2 19
GRÁFICO 3 20
GRÁFICO 4 21

ANEXO 1 89
ANEXO 2 90
ANEXO 3 91
ANEXO 4 92-93
ANEXO 5 94-110
ANEXO 6 111-114
ANEXO 7 115
ANEXO 8 116

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1 13
TABLA 2 14
TABLA 3 16
TABLA 4 17
TABLA 5 17
TABLA 6 17
TABLA 7 18
TABLA 8 19
TABLA 9 21
TABLA 10 22
TABLA 11 22
TABLA 12 22
TABLA 13 23
TABLA 14 23
TABLA 15 32
TABLA 16 64
TABLA 17 65
TABLA 18 66
TABLA 19 67
TABLA 20 71
TABLA 21 72
TABLA 22 84
TABLA 23 91
TABLA 24 92-93
TABLA 25 94-100
TABLA 26 102-109
TABLA 27 112-113
TABLA 28 114
TABLA 29 115

RESUMEN

El objetivo principal de este trabajo de tesis es "Estrategias para la potencialización de las ventas en farmacias, aplicado a SINAIFARM", para alcanzarlo se generó un estudio de los factores internos y el entorno del mercado que envuelve a la empresa, con el fin de conocer la situación actual de la misma para finalmente generar estrategias que permitan posicionarse en el mercado.

Se utilizaron técnicas de investigación cualitativa que son las entrevistas a expertos y grupo focal; además de la técnica de observación directa, con el fin de conocer el comportamiento que tiene esta empresa con sus clientes internos y externos, y en el mercado en el que desarrolla. La investigación del mercado farmacéutico permitió comprender la posición que tiene SINAIFARM frente a su entorno con el fin de poder facilitar la elaboración de estrategias para alcanzar el objetivo final.

Palabras claves: Estrategia, Ventas, Competencia, Productos farmacéuticos, Mercado farmacéutico.

ABSTRACT

The main objective of this research paper is to present the "Strategies for empowering pharmacy sales, applied to *SINAIFARM*". In order to achieve this objective, we conducted a study of the company's internal factors and market environment to know its current situation to generate strategies in order to position the company in the market. We used qualitative research techniques such as interviews to experts and focus groups, as well as direct observation techniques, in order to know the company's behavior towards its internal and external customers and the market in which it develops. The pharmaceutical market research allowed us to understand the position that SINAIFARM has in relation to its environment so as to facilitate the development of strategies to achieve its ultimate goal.

Keywords: Strategy, Sales, Competition, Pharmaceutical Products, Pharmaceutical Market

UNIVERSIDAD DEL AZUAY
Dpto. Idiomas

Translated by:
Lic. Lourdes Crespo

INTRODUCCIÓN

Este trabajo de tesis partió de la pasantía realizada en la Corporación Médica Monte Sinaí en la empresa de SINAIFARM S.A., ubicada en la dirección Miguel Cordero 6-140 y Av. Solano, a partir de la fecha 30 de Septiembre del 2013 y fue concluida el 26 de Febrero del 2014. El plan de trabajo que me fue asignado y lo estuve realizando durando los meses de pasantías fue la "Potencialización de las ventas de las SINAIFARM", para esto se planteó importante conocer principalmente el ranking de médicos prescriptores y sus laboratorios o proveedores más fuertes. Se plantea crear alianzas estratégicas con los proveedores para tener un stock suficiente de los productos a precios más económicos, y así se creará mayor satisfacción por parte de sus clientes. Sin embargo, se me permitió profundizar más el tema para el desarrollo de estrategias que permitan alcanzar el objetivo que la empresa busca, por esta razón accedí hacer parte de este proyecto. Para poder llegar al cumplimiento de este objetivo, se tuvieron que realizar varias actividades las cuales serán presentadas a continuación en el siguiente trabajo.

Gracias al apoyo que esta empresa me ha brindado, con el soporte del Ing. Javier Vega, Gerente General de la Corporación Médica Monte Sinaí, y el Ing. Leonardo Sánchez, Gerente de SINAIFARM, me han abierto sus puertas para poder obtener la información necesaria para el desarrollo de mi trabajo de tesis. De manera que ellos también sean beneficiados al implementar las estrategias propuestas.

Parte de la información en este ensayo será presentada con nombres ficticios, debido a que se ve importante no interferir en la privacidad de la Corporación y especialmente en la confidencialidad con sus médicos.

CAPÍTULO I:
SITUACIÓN ACTUAL DE LA EMPRESA

CAPÍTULO I: SITUACIÓN ACTUAL DE LA EMPRESA

1.1. Antecedentes:

1.1.1. Descripción de la empresa:

La empresa SINAIFARM S.A., propietaria de la Cadena de Farmacias Sinaí, se construyó en 1998, con la premisa de dotar a la Ciudad de Cuenca y al Austro de calidad y eficacia en la atención en salud, nuestras instalaciones fueron concebidas para ofrecer servicios profesionales de alta calidad en modernas instalaciones y con una atención permanente que cuenta con un stock completo de medicamentos comerciales y genéricos, preparados magistrales, suministros hospitalarios, artículos de cuidado personal, perfumería, cosméticos y de regalo.

Misión:

Nuestra misión es la de ofrecer un servicio diferenciado, trato personalizado, rápido y eficiente contando para ello con un completo stock de medicinas las 24 horas y servicio a domicilio.

Visión:

Nuestra visión es posicionarnos como una Cadena de Farmacias en la Región del Austro, garantizando un servicio de calidad para la total satisfacción de nuestros clientes.

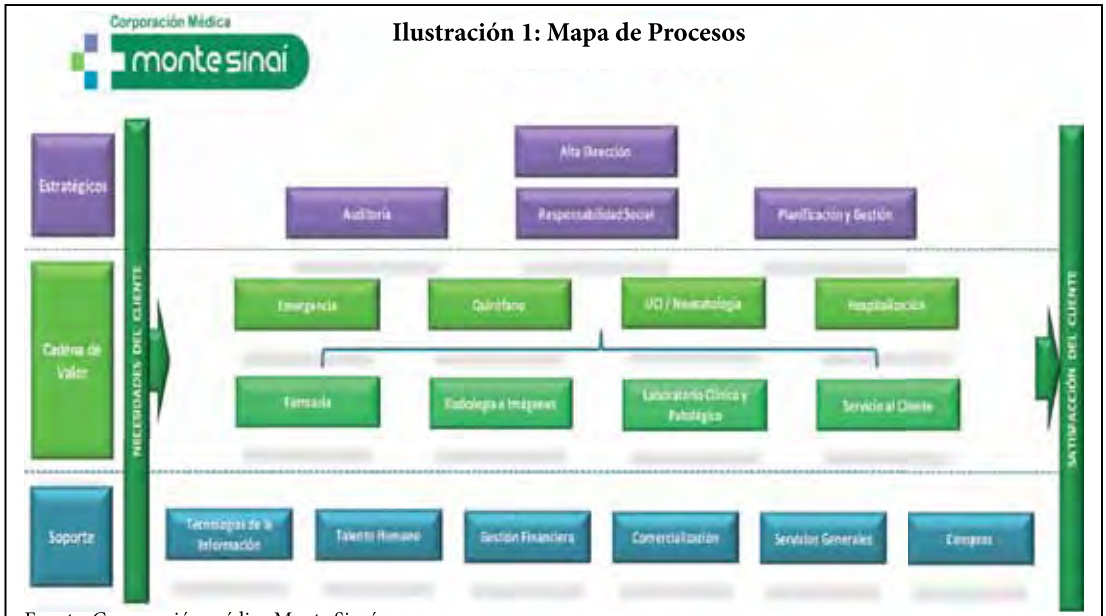
1.1.2. Cadena de valor

De acuerdo a Michael Porter, en su obra "Ventaja Competitiva", se describe a la cadena de valor como un modelo que permite describir, en manera de encadenamiento, el desarrollo de actividades productivas, buscando añadir valor a un bien o servicio, en función del costo-beneficio. Las actividades en las que se clasifica la cadena de valor son: actividades primarias y actividades de apoyo.

Las actividades primarias, que describen la parte principal de la empresa, es decir, la actividad misma de una empresa, son las que generan valor a un negocio y lo hace más atractivo junto a la búsqueda de una ventaja competitiva. Por otra parte, las actividades de apoyo, como su mismo nombre lo dice, son las que dan soporte a las actividades primarias, estas acciones no dan ningún valor agregado, sin embargo es importante su sustento a las demás actividades.

Dentro del Mapa de procesos la Corporación Médica Monte Sinaí, las Farmacias Sinaí están ubicadas dentro de la cadena de valor como una actividad primaria, debido a que es un área que genera valor a la Corporación, satisfaciendo la necesidad del cliente, en este caso, ofreciendo los medicamentos o insumos médicos necesarios. Debido a la función que la empresa SINAIFARM tiene dentro de la Corporación es importante que se estudie correctamente el mercado, ya que junto con las demás áreas es la imagen que se brinda a los clientes, por lo que cada una de ellas está en la obligación de buscar la menara de mejorar y ser más atractivos para el cliente.

Ilustración 1: Mapa de Procesos



Fuente: Corporación médica Monte Sinaí.

1.1.3. Ventas históricas y presentes:

Para entender el comportamiento que Farmacias Sinaí han tenido, se presentará un análisis de las ventas de los años 2012, 2013 y 2014; con el fin de realizar un análisis comparativo entre los distintos años y también por cada sucursal de la empresa. De esta manera, esta información ayudará a identificar los problemas y necesidades que tiene SINAIFARM y al mismo tiempo facilitará determinar la ventaja competitiva que existe.

Es importante indicar las diferentes sucursales que se muestran en las tablas a continuación. La primera con el nombre de "H1", es la farmacia ubicada en el edificio Torre I del Hospital Monte Sinaí (HOMSI). La siguiente expresada con el nombre de "BODEGA", son las ventas realizadas al Hospital Monte Sinaí, ya que SINAIFARM es el principal proveedor del mismo, por lo que esta sub bodega únicamente indica las ventas que se realizan a la empresa antes mencionada. Y finalmente "MEGAFARMACIA" es aquella farmacia ubicada en la Torre II de Consultorios Monte Sinaí. En el 2012 e inicios del 2013 también se encuentra la sucursal "MALL DEL RÍO", pero para el análisis siguiente no se le da mayor importancia, ya que además de su baja participación en los ingresos para SINAIFARM, actualmente esta agencia ya no funciona, por lo tanto no se puede tener una referencia considerándola.

Tabla 1: Ventas SINAIFARM 2012

	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
HI	200.395,88	198.024,18	211.340,97	203.566,38	189.491,44	190.132,85	185.026,79	171.144,35	163.740,25	175.755,81	166.822,68	178.489,43	2.233.931,01
%Partic	41,17	39,84	38,11	38,86	39,23	41,15	39,86	37,89	39,12	33,39	34,48	38,57	
BODEGA (VTAS AL HOMSI)	122.013,86	139.267,60	162.715,91	160.803,19	107.734,48	91.316,81	102.324,39	112.595,64	90.459,99	125.617,18	149.514,44	108.871,41	1.473.234,90
%Partic	25,06	28,02	29,34	30,70	22,30	19,76	22,04	24,93	21,61	25,44	30,90	23,53	
MEGAFARMACIA	$ 140.191,78	$ 132.828,88	$ 149.586,71	$ 128.939,92	$ 154.998,74	$ 153.260,11	$ 147.669,10	$ 139.632,17	$ 136.631,54	$ 159.813,57	$ 138.125,75	$ 141.553,22	1.723.231,49
%Partic	28,80	26,72	26,97	24,62	32,09	33,17	31,81	30,92	32,64	32,36	28,55	30,59	
MALL DEL RIO	$ 24.195,37	$ 26.912,39	$ 30.970,34	$ 30.482,23	$ 30.820,90	$ 27.309,83	$ 29.213,59	$ 28.281,97	$ 27.727,83	$ 32.603,55	$ 29.396,21	$ 33.865,78	351.779,99
%Partic	4,97	5,41	5,58	5,82	6,38	5,91	6,29	6,26	6,62	6,60	6,08	7,32	
TOTAL GENERAL (SIN MALL)	$ 462.601,52	$ 470.120,66	$ 523.643,59	$ 493.309,49	$ 452.224,66	$ 434.709,77	$ 435.020,28	$ 423.372,16	$ 390.831,78	$ 461.186,56	$ 454.462,87	$ 428.914,06	5.430.397,40
TOTAL GENERAL	$ 486.796,89	$ 497.033,05	$ 554.613,93	$ 523.791,72	$ 483.045,56	$ 462.019,60	$ 464.233,87	$ 451.654,13	$ 418.559,61	$ 493.790,11	$ 483.859,08	$ 462.779,84	5.782.177,39
total%participación	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	
VENTAS AL HOSPITAL	$ 122.013,86	$ 139.267,60	$ 162.715,91	$ 160.803,19	$ 107.734,48	$ 91.316,81	$ 102.324,39	$ 112.595,64	$ 90.459,99	$ 125.617,18	$ 149.514,44	$ 108.871,41	1.473.234,90
TOTAL SIN VENTAS A HOMSI	$ 364.783,03	$ 357.765,45	$ 391.898,02	$ 362.988,53	$ 375.311,08	$ 370.702,79	$ 361.909,48	$ 339.058,49	$ 328.099,62	$ 368.172,93	$ 334.344,64	$ 353.908,43	4.308.942,49
% Particip. Sin Hospital	74%	72%	71%	69%	78%	80%	78%	75%	78%	75%	69%	76%	
CRECIMIENTO GENERAL		2,10%	11,58%	-5,56%	-7,78%	-4,35%	0,48%	-2,71%	-7,33%	17,97%	-2,01%	-4,36%	
CRECIMIENTO SIN VTAS HOMSI		-1,92%	9,54%	-7,38%	3,39%	-1,23%	-2,37%	-6,31%	-3,23%	12,21%	-9,19%	5,85%	

Fuente: Corporación médica Monte Sinaí. Elaborado por: Ana María Martínez.

Tabla 2: Ventas SINAIFARM 2013

	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
H1	$ 188.356,24	$ 175.089,19	$ 188.709,06	$ 194.119,09	$ 181.933,14	$ 168.461,49	$ 198.063,73	$ 185.115,42	$ 163.052,51	$ 182.793,90	$ 181.099,24	$ 185.139,54	**$ 2.191.932,55**
%Partic.	37,54	37,97	39,57	38,96	39,48	38,53	37,43	36,72	32,51	33,72	37,88	35,53	
BODEGA (VTAS AL HOMSI)	$ 128.632,80	$ 127.621,93	$ 119.557,33	$ 133.342,77	$ 123.614,65	$ 122.862,47	$ 161.868,37	$ 152.372,10	$ 164.083,99	$ 191.774,20	$ 139.933,86	$ 160.942,13	**$ 1.726.606,60**
%Partic.	25,64	27,68	25,07	26,76	26,82	28,10	30,59	30,23	32,71	35,38	29,27	30,88	
MEGAFARMACIA	$ 158.071,99	$ 140.878,87	$ 168.616,35	$ 170.851,83	$ 155.274,41	$ 145.919,03	$ 169.269,91	$ 166.571,14	$ 174.460,40	$ 167.507,11	$ 157.044,20	$ 175.054,00	**$ 1.949.519,24**
%Partic.	31,51	30,55	35,36	34,29	33,70	33,37	31,99	33,05	34,78	30,90	32,85	33,59	
MALL DEL RIO	$ 26.630,51	$ 17.500,37	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	**$ 44.130,88**
%Partic.	5,31	3,80	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
TOTAL GENERAL (SIN MALL)	$ 475.061,03	$ 443.589,99	$ 476.882,74	$ 498.313,69	$ 460.822,20	$ 437.242,99	$ 529.202,01	$ 504.058,66	$ 501.596,90	$ 542.075,21	$ 478.077,30	$ 521.135,67	**$ 5.868.058,39**
TOTAL GENERAL	$ 501.691,54	$ 461.090,36	$ 476.882,74	$ 498.313,69	$ 460.822,20	$ 437.242,99	$ 529.202,01	$ 504.058,66	$ 501.596,90	$ 542.075,21	$ 478.077,30	$ 521.135,67	**$ 5.912.189,27**
total %participación	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	
VENTAS AL HOSPITAL	$ 128.632,80	$ 127.621,93	$ 119.557,33	$ 133.342,77	$ 123.614,65	$ 122.862,47	$ 161.868,37	$ 152.372,10	$ 164.083,99	$ 191.774,20	$ 139.933,86	$ 160.942,13	**$ 1.726.606,60**
TOTAL SIN VENTAS AL HOMSI	$ 373.058,74	$ 333.468,43	$ 357.325,41	$ 364.970,92	$ 337.207,55	$ 314.380,52	$ 367.333,64	$ 351.686,56	$ 337.512,91	$ 350.301,01	$ 338.143,44	$ 360.193,54	**$ 4.185.582,67**
% Particip. Sin Hospital	79%	72%	75%	73%	73%	72%	69%	70%	67%	65%	71%	69%	
CRECIMIENTO GENERAL		-8,09%	3,43%	4,49%	-7,52%	-5,12%	21,03%	-4,75%	-0,49%	8,07%	-11,81%	9,01%	
CRECIMIENTO SIN VTAS HOMSI		-10,61%	7,15%	2,14%	-7,61%	-6,77%	16,84%	-4,26%	-4,03%	3,79%	-3,47%	6,52%	

Fuente: Corporación médica Monte Sinaí. Elaborado por: Ana María Martínez.

Presupuesto SINAIFARM:

El presupuesto es un instrumento de planificación que permite coordinar e integrar áreas de responsabilidad y constituye una herramienta de comunicación y de control de la actividad empresarial. Su implantación, realización y control deben ser los adecuados, porque, de lo contrario, perderá toda su efectividad como herramienta de gestión y planificación. Sin esta herramienta será muy difícil que una empresa, en la actualidad, afronte el futuro, dado que los ingresos son difíciles de conseguir y los gastos son, en muchos casos, un lastre difícil de reducir u optimizar. Las ventajas que existen al tener un control presupuestario, según Luis Muñiz **(Muñiz)**son las siguientes:

• Proporciona estimaciones monetarias de los diferentes ingresos y gastos.
• Puede ser adaptado a los cambios a los que está sometida toda organización.
• Sirve como elemento básico de implicación y motivación del personal.
• Permite prever situaciones futuras, lo que hace posible elaborar soluciones o planes alternativos a priori si es necesario.
• Se trata de una herramienta de control, ya que permite analizar las desviaciones entre lo previsto y lo que realmente ha ocurrido.
• Ayuda al seguimiento de los objetivos fijados en la estrategia.
• Es un instrumento que permite medir la capacidad para asignar recursos y controlarlos posteriormente.
• Es un indicador de los recursos económicos necesarios para llevar a cabo las diferentes actividades.
• Obliga a pensar rigurosamente sobre las consecuencias de la planificación de las diferentes actividades.
• Permite controlar los ingresos, los gastos y las inversiones para poder determinar así los diferentes problemas con cierta antelación.[1]

Para SINAIFARM es muy importante tener un presupuesto sobre todo en el área de Ventas, de tal manera que sea posible controlar que el margen de incremento en ventas se cumpla en cada una de las sucursales. También el presupuesto de ventas ayuda a determinar la sucursal que necesita un mayor enfoque estratégico para poder mejorar en sus ventas y de esta manera sea posible alcanzar el objetivo deseado.

1 Harvard Deusto. Muñiz, Luis- La importancia del control presupuestario en tiempos de crisis [citado 2014-08-12]. Disponible en: http://insight.ipae.edu.pe/media/contents/articulos/file/003514100%201334794102.pdf

Tabla 3: VENTAS SINAIFARM 2014								
	ENERO	**FEBRERO**	**MARZO**	**ABRIL**	**MAYO**	**JUNIO**	**JULIO**	**TOTAL**
H1	200.076,91	185.886,35	188.765,81	183.389,92	187.939,79	179.745,18	$ 174.246,94	**1.300.050,90**
%Partic.	34,36%	35,42%	34,96%	32,07%	33,60%	31,61%	36,91%	
BODEGA (VTAS AL HOMSI)	198.628,13	158.478,94	179.026,27	182.849,63	175.516,50	185.777,27	$ 100.434,12	**1.180.710,86**
%Partic.	34,11%	30,20%	33,15%	31,97%	31,38%	32,67%	21,28%	
MEGAFARMACIA	$ 183.536,14	$ 180.376,40	$ 172.198,83	$ 205.613,57	$ 195.852,02	$ 203.043,85	$ 197.369,46	**1.337.990,27**
%Partic.	31,52%	34,37%	31,89%	35,96%	35,02%	35,71%	41,81%	
TOTAL GENERAL	$ 582.241,18	$ 524.741,69	$ 539.990,91	$ 571.853,12	$ 559.308,31	$ 568.566,30	$ 472.050,52	**3.818.752,03**
total %participación	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	
VENTAS AL HOSPITAL	$ 198.628,13	$ 158.478,94	$ 179.026,27	$ 182.849,63	$ 175.516,50	$ 185.777,27	$ 100.434,12	**1.180.710,86**
TOTAL SIN VENTAS A HOMSI	$ 383.613,05	$ 366.262,75	$ 360.964,64	$ 389.003,49	$ 383.791,81	$ 382.789,03	$ 371.616,40	**2.638.041,17**
% Particip. Sin Hospital	66%	70%	67%	68%	69%	67%	79%	
CRECIMIENTO GENERAL		-9,88%	2,91%	5,90%	-2,19%	1,66%	-16,98%	
CRECIMIENTO SIN VTAS HOMSI		-4,52%	-1,45%	7,77%	-1,34%	-0,26%	-2,92%	

Fuente: Corporación médica Monte Sinaí. Elaborado por: Ana María Martínez.

Presupuesto año 2014:

Para el presupuesto del año 2014, la Alta Dirección de SINAIFARM decidió crecer en un 10% frente al año 2013. Lo que al comienzo pareció un objetivo ostentoso, con el paso del tiempo se vio que era un objetivo alcanzable. A continuación en la Tabla 4 se verá el presupuesto establecido para el año 2014, y en las tablas 5 y 6 se evaluará el cumplimiento por cada sucursal:

Tabla 4: PRESUPUESTO 2014

	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	TOTAL
H1	$ 207.191,86	$ 192.598,11	$ 207.579,97	$ 213.531,00	$ 200.126,45	$ 185.307,64	$ 217.870,10	$ 2.411.125,81
BODEGA (VTAS	$ 141.496,08	$ 140.384,12	$ 131.513,06	$ 146.677,05	$ 135.976,12	$ 135.148,72	$ 178.055,21	$ 1.899.267,26
MEGA	$ 173.879,19	$ 154.966,76	$ 185.477,99	$ 187.937,01	$ 170.801,85	$ 160.510,93	$ 186.196,90	$ 2.144.471,16
TOTAL	$ 522.567,13	$ 487.948,99	$ 524.571,01	$ 548.145,06	$ 506.904,42	$ 480.967,29	$ 582.122,21	$ 3.653.226,12

Fuente: Corporación médica Monte Sinaí. Elaborado por: Ana María Martínez.

Tabla 5: VENTAS VS PRESUPUESTO

	Plan Ene	Venta Ene	%cump	Plan Feb	Venta Feb	%cump	Plan Mar	Venta Mar	%cump	Plan ABR	Venta ABR	%cump
H1	$ 207.191,86	$ 200.076,91	96,57%	$ 192.598,11	$ 185.886,35	96,52%	$ 207.579,97	$ 188.765,81	90,94%	$ 213.531,00	$ 183.389,92	85,88%
BODEGA (VTAS AL HOMSI)	$ 141.496,08	$ 198.628,13	140,38%	$ 140.384,12	$ 158.478,94	112,89%	$ 131.513,06	$ 179.026,27	136,13%	$ 146.677,05	$ 182.849,63	124,66%
MEGA	$ 173.879,19	$ 183.536,14	105,55%	$ 154.966,76	$ 180.376,40	116,40%	$ 185.477,99	$ 172.198,83	92,84%	$ 187.937,01	$ 205.613,57	109,41%
TOTAL	$ 522.567,13	$ 582.241,18	111,42%	$ 487.948,99	$ 524.741,69	107,54%	$ 524.571,01	$ 539.990,91	102,94%	$ 548.145,06	$ 571.853,72	104,33%

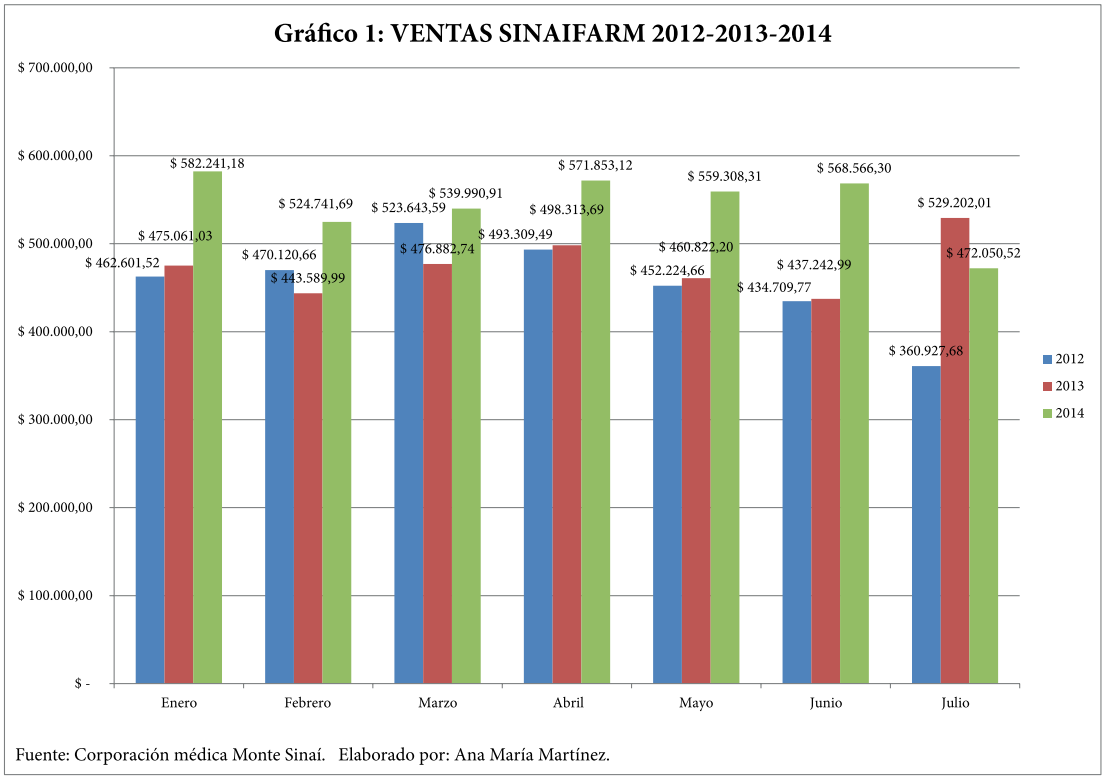
Fuente: Corporación médica Monte Sinaí. Elaborado por: Ana María Martínez.

Tabla 6: VENTAS VS PRESUPUESTO

	Plan ABR	Venta ABR	%cump	Plan May	Venta May	%cump	Plan Jun	Venta Jun	%cump	Plan Sem	Venta Sem	%cump	Plan Jul	Venta Jul	%cump
H1	$ 213.531,00	$ 183.389,92	85,88%	$ 200.126,45	$ 187.939,79	93,91%	$ 185.307,64	$ 179.745,18	97%	$ 1.206.335,03	$ 1.125.803,96	93%	$ 217.870,10	$ 174.246,94	80%
BODEGA (VTAS AL HOMSI)	$ 146.677,05	$ 182.849,63	124,66%	$ 135.976,12	$ 175.516,50	129,08%	$ 135.148,72	$ 185.777,27	137%	$ 831.195,15	$ 1.080.276,74	130%	$ 178.055,21	$ 100.434,12	56%
MEGA	$ 187.937,01	$ 205.613,57	109,41%	$ 170.801,85	$ 195.852,02	114,67%	$ 160.510,93	$ 203.043,85	126%	$ 1.033.573,73	$ 1.140.620,81	110%	$ 186.196,90	$ 197.369,46	106%
TOTAL	$ 548.145,06	$ 571.853,72	104,33%	$ 506.904,42	$ 559.308,31	110,34%	$ 480.967,29	$ 568.566,30	118%	$ 3.071.103,90	$ 3.346.701,51	109%	$ 582.122,21	$ 472.050,52	81%

Fuente: Corporación médica Monte Sinaí. Elaborado por: Ana María Martínez.

VENTAS POR SUCURSAL
Resultado Ventas Total SINAIFARM:



Fuente: Corporación médica Monte Sinaí. Elaborado por: Ana María Martínez.

Tabla 7

VENTAS TOTALES	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	TOTAL
2012	$ 462.601,52	$ 470.120,66	$ 523.643,59	$ 493.309,49	$ 452.224,66	$ 434.709,77	$ 360.927,68	$ 3.197.537,37
% de crecimiento		102%	111%	94%	92%	96%	83%	
2013	$ 475.061,03	$ 443.589,99	$ 476.882,74	$ 498.313,69	$ 460.822,20	$ 437.242,99	$ 529.202,01	$ 3.321.114,65
% de crecimiento		93%	108%	104%	92%	95%	121%	
2014	$ 582.241,18	$ 524.741,69	$ 539.990,91	$ 571.853,12	$ 559.308,31	$ 568.566,30	$ 472.050,52	$ 3.818.752,03
% de crecimiento		90%	103%	106%	98%	102%	83%	

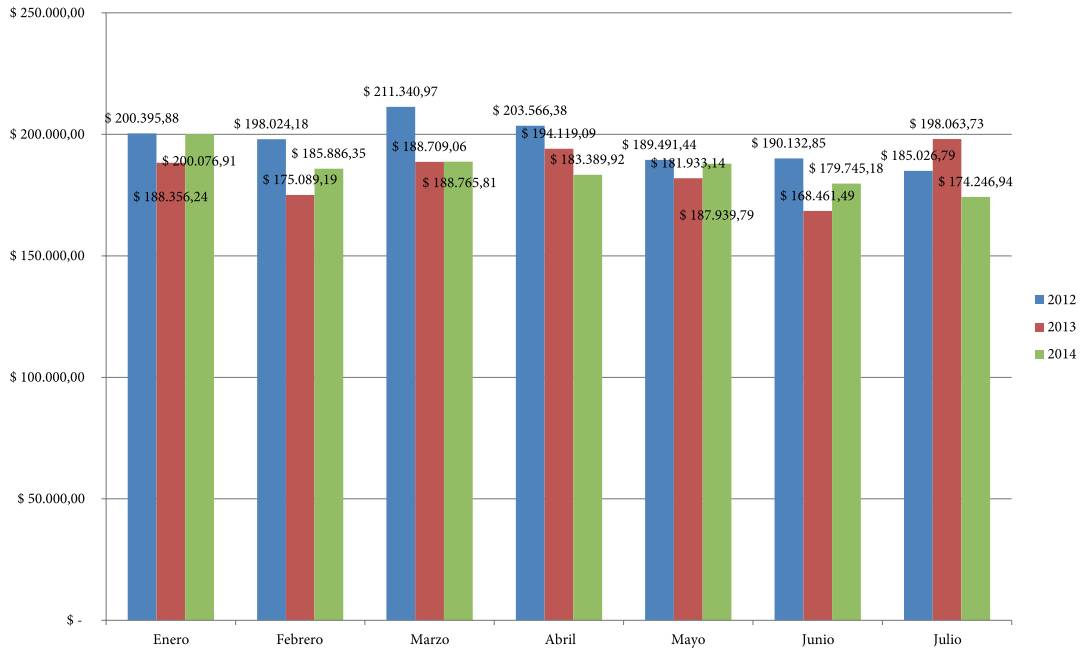
Fuente: Corporación médica Monte Sinaí. Elaborado por: Ana María Martínez.

Como se puede observar en el gráfico 1, el año 2014 en general ha tenido un incremento en las ventas alcanzando el presupuesto establecido, logrando inclusive en los meses de Marzo, Abril y Junio tener un cumplimiento superior. Lo esencial fue buscar estrategias que permitan vender más, manteniendo el gasto de la empresa sin incrementos; o vender exactamente lo mismo del año anterior, disminuyendo los gastos de la empresa. La decisión que tomaron los directivos para este año fue centrarse en las ventas, al buscar vender en mayor volumen manteniendo el gasto frente al año 2013.

Dentro del primer semestre se ha visto un aumento constante en las ventas con respecto a los años anteriores, sin embargo, en el mes de junio de dicho año, las ventas han disminuido notoriamente frente al año 2013, existen tres motivos principales para

explicar lo ocurrido. La primera causa que explica este comportamiento tiene mucho que ver con la relación que existe entre las otras empresas que tiene la Corporación Médica Monte Sinaí, en este caso, el Hospital Monte Sinaí. Durante este período de tiempo, los directivos de esta empresa han decidido aumentar los costos de los servicios brindados hacia pacientes y médicos, lo que ha ocasionado que los clientes vean a este hospital como "caro" frente a la competencia de este mercado, y de la misma manera, al incrementar el costo para los médicos por el uso de quirófano, insumos y equipos necesarios para realizar su trabajo, tampoco les conviene ya que el incremento de sus costos genera que el gasto sea mayor para sus pacientes. En conclusión, esto ha sido el causante de que disminuya el número de pacientes hospitalizados en el Hospital Monte Sinaí, generando menor utilización de insumos y medicamentos que el Hospital Monte Sinaí compra a SINAIFARM, siendo ellos el principal cliente para la empresa. La segunda causa, es que la Corporación Médica Monte Sinaí finalizó el convenio con el IESS a nivel de todas las empresas, lo que genera una gran disminución en el número de ventas ya sea en el punto de venta (sucursales) o a través del Hospital Monte Sinaí por las cirugías o intervenciones realizadas. Y, finalmente la última causa es la temporada, ya que es una época del año en donde las ventas se ven afectadas por vacaciones a nivel general en la ciudad de Cuenca y a nivel del Austro.

Gráfico 2: VENTAS FARMACIA H1



Fuente: Corporación médica Monte Sinaí. Elaborado por: Ana María Martínez.

Tabla 8

ANÁLISIS COMPARATIVO DE VENTAS ENTRE SUCURSALES								
H1	**Enero**	**Febrero**	**Marzo**	**Abril**	**Mayo**	**Junio**	**Julio**	**TOTAL**
2012	$ 200.395,88	$ 198.024,18	$ 211.340,97	$ 203.566,38	$ 189.491,44	$ 190.132,85	$ 185.026,79	$ 1.192.951,70
% de crecimiento		99%	107%	96%	93%	100%	97%	
2013	$ 188.356,24	$ 175.089,19	$ 188.709,06	$ 194.119,09	$ 181.933,14	$ 168.461,49	$ 198.063,73	$ 1.096.668,21
% de crecimiento		93%	108%	103%	94%	93%	118%	
2014	$ 200.076,91	$ 185.886,35	$ 188.765,81	$ 183.389,92	$ 187.939,79	$ 179.745,18	$ 174.246,94	$ 1.125.803,96
% de crecimiento		93%	102%	97%	102%	96%	97%	

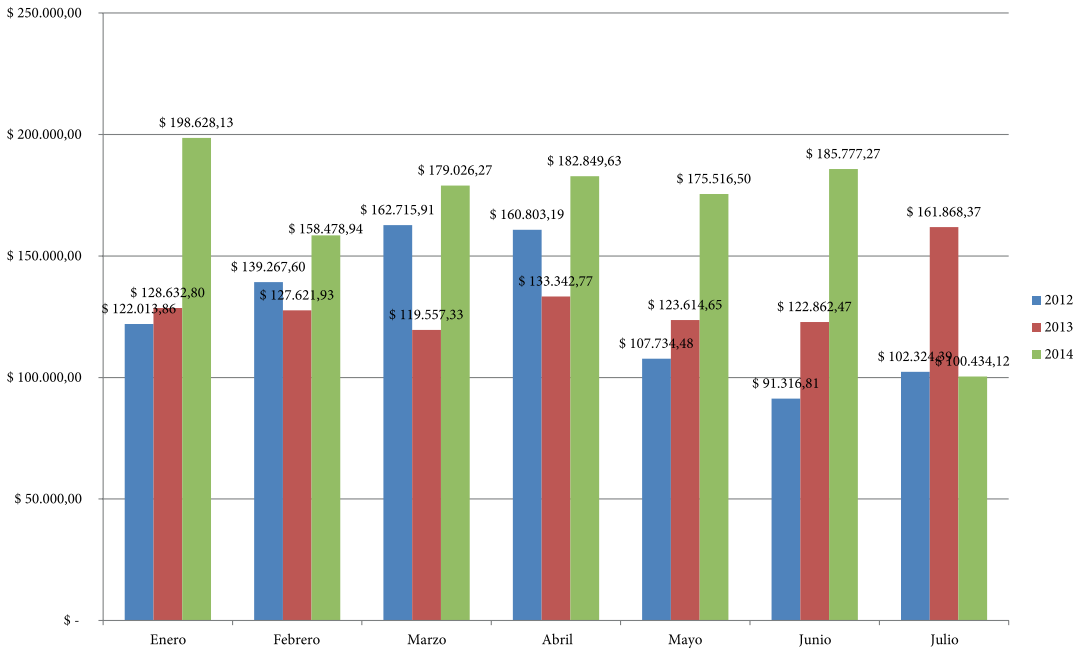
Fuente: Corporación médica Monte Sinaí. Elaborado por: Ana María Martínez.

Esta sucursal es la más preocupante para SINAIFARM, ya que su promedio de crecimiento de las ventas del año 2014 es de un 97,83%, lo que indica que las ventas se mantienen y no existe un crecimiento importante para este punto de venta, y lo más destacado es que no alcanzan el presupuesto establecido. El causante principal de esto es que la sucursal H1, se limita de cierta manera a seguir creciendo ya que los médicos que en encuentran en la Torre I de consultorios (la misma en donde se encuentra esta farmacia), ya han llegado a su límite de pacientes por lo que alcanzar un 10% más de ventas es bastante complicado para esta farmacia. Además, al ser en espacio esta sucursal más pequeña que la MEGAFARMACIA, no permite tener el espacio suficiente para tener más cajas para atender a clientes y al mismo tiempo el espacio es reducido para poder exponer ciertos productos que sí se los expone en la MEGAFARMACIA. Igualmente al encontrarse la sucursal de H1 dentro del Hospital Monte Sinaí, no es permitido por el Ministerio de Salud tener ciertos productos como son los productos de bazar o comestibles, por esta razón de cierta manera (sin tener mayor relevancia) sus ventas son menores a la otra sucursal.

Al ser su crecimiento en promedio lineal, es importante enfocarse en esta sucursal para poder detectar el área que permitirá que crezca y de esta manera también afectara al incremento de las ventas generales de SINAIFARM, así se podrá crear una estrategia que pueda lograr dicho objetivo.

Resultado Ventas Total Bodega (Ventas HOMSI):

Gráfico 3: VENTAS BODEGA (Vtas HOMSI) 2012-2013-2014



Fuente: Corporación médica Monte Sinaí. Elaborado por: Ana María Martínez.

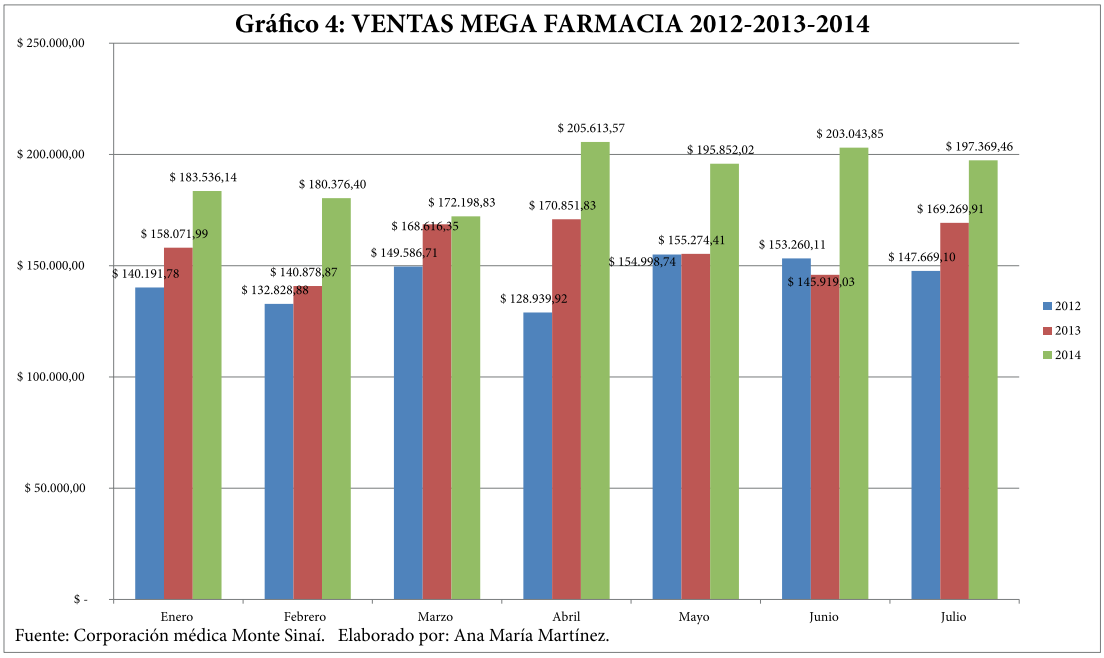
Tabla 9								
BODEGA (Vtas HOMSI)	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	TOTAL
2012	$ 122.013,86	$ 139.267,60	$ 162.715,91	$ 160.803,19	$ 107.734,48	$ 91.316,81	$ 102.324,39	$ 783.851,85
% de crecimiento		114%	117%	99%	67%	85%	112%	
2013	$ 128.632,80	$ 127.621,93	$ 119.557,33	$ 133.342,77	$ 123.614,65	$ 122.862,47	$ 161.868,37	$ 755.631,95
% de crecimiento		99%	94%	112%	93%	99%	132%	
2014	$ 198.628,13	$ 158.478,94	$ 179.026,27	$ 182.849,63	$ 175.516,50	$ 185.777,27	$ 100.434,12	$ 1.080.276,74
% de crecimiento		80%	113%	102%	96%	106%	54%	

Fuente: Corporación médica Monte Sinaí. Elaborado por: Ana María Martínez.

Esta sucursal como ya lo expliqué anteriormente, únicamente funciona con la intención de vender los insumos y medicamentos necesarios para el consumo del Hospital Monte Sinaí. La manera en la que funciona esto es la siguiente: SINAIFARM realiza las compras de los productos que el Hospital Monte Sinaí necesita para la atención de sus pacientes, y gana un porcentaje por realizar esta gestión. Sin embargo, SINAIFARM es la encargada de asumir el costo de inventario de almacenamiento y gastos administrativos para el ingreso de los productos, ya que el HOMSI únicamente adquiere los productos al momento que necesita. Es esta la razón que afecta a SINAIFARM, cuando el HOMSI no tiene suficientes pacientes o actividad, ya que la empresa farmacéutica adquiere los productos y adquiere una deuda con proveedores y es responsable de la mercadería hasta que el HOMSI la adquiera.

Como se puede observar en este primer semestre, los meses que no llegan a tener un incremento significativo son febrero y julio, a pesar de esto el mes más preocupante es julio, ya que su incremento de ventas es la mitad del mes anterior. Aquí se enfatiza la situación del HOMSI en la disminución de las ventas, lo que perjudica notoriamente a las ventas también de SINAIFARM, ya que el 28% de sus ventas son al HOMSI.

Resultado Ventas Total Mega Farmacia:



Fuente: Corporación médica Monte Sinaí. Elaborado por: Ana María Martínez.

Tabla 10

MEGA FARMACIA	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	TOTAL
2012	$ 140.191,78	$ 132.828,88	$ 149.586,71	$ 128.939,92	$ 154.998,74	$ 153.260,11	$ 147.669,10	$ 859.806,14
% de crecimiento		95%	113%	86%	120%	99%	96%	
2013	$ 158.071,99	$ 140.878,87	$ 168.616,35	$ 170.851,83	$ 155.274,41	$ 145.919,03	$ 169.269,91	$ 939.612,48
% de crecimiento		89%	120%	101%	91%	94%	116%	
2014	$ 183.536,14	$ 180.376,40	$ 172.198,83	$ 205.613,57	$ 195.852,02	$ 203.043,85	$ 197.369,46	$ 1.140.620,81
% de crecimiento		98%	95%	119%	95%	104%	97%	

Fuente: Corporación médica Monte Sinaí. Elaborado por: Ana María Martínez.

Esta sucursal es la que mejor comportamiento ha tenido durante el primer semestre del año, como se puede ver en ambos gráficos su crecimiento es bastante significativo mes a mes e incluso comparado con los años anteriores. Como su nombre lo dice es una megafarmacia, en la que se encuentra todo tipo de productos como son los medicamentos e insumos, y también productos comestibles y de bazar. Una de las fortalezas de esta farmacia es que está ubicado en la Torre II de Consultorios, donde se encuentra un amplio portafolio de médicos. SINAIFARM al caracterizarse como una farmacia de especialidad, aprovecha su staff de médicos de alta calidad que tiene dentro de las instalaciones de la Corporación Médica Monte Sinaí, para crear estrategias que direccionen la mayor parte de las prescripciones hacia la farmacia, de esta manera es como se ha permitido crecer notablemente.

GASTOS HISTÓRICOS Y PRESENTES:

Tabla 11: GASTOS SINAIFARM

AÑO	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	TOTAL	% de crecimiento
2012	$ 429.880,66	$ 448.056,06	$ 518.131,20	$ 489.425,15	$ 456.057,36	$ 440.354,20	$ 443.815,73	$ 3.225.720,36	
% de crecimiento		104%	116%	94%	93%	97%	101%		99%
2013	$ 457.407,49	$ 427.296,17	$ 449.295,67	$ 480.339,65	$ 432.992,15	$ 447.354,76	$ 486.918,56	$ 3.181.604,45	
% de crecimiento		93%	105%	107%	90%	103%	109%		110%
2014	$ 510.432,86	$ 483.634,05	$ 524.550,38	$ 519.259,05	$ 525.322,58	$ 505.755,49	$ 443.550,42	$ 3.512.504,83	
% de crecimiento		95%	108%	99%	101%	96%	88%		

Fuente: Corporación médica Monte Sinaí. Elaborado por: Ana María Martínez.

Tabla 12: GASTOS 2012

CUENTA	VALOR
15% Participación a trabajadores	$ 54.286,30
Costo Insumos	$ 824.968,21
Costo Medicamentos	$ 3.462.931,29
Bono Personal	$ 93.007,74
Gasto Impuesto a la Renta Corriente	$ 74.980,43
Horas Extras	$ 53.225,80
Publicidad	$ 64.141,43
Servicios Prestados	$ 59.949,75
Sueldo Nominal	$ 149.626,63
TOTAL	**$ 4.837.117,58**
GASTO TOTAL 2012	**$ 5.644.246,70**

Fuente: Corporación médica Monte Sinaí. Elaborado por: Ana María Martínez.

Tabla 13: GASTOS 2013

CUENTA	VALOR
15% Participación a trabajadores	$ 55.441,07
Costo Insumos	$ 905.949,08
Costo Medicamentos	$ 3.433.424,88
Costo Varios	$ 303.636,01
Bono Personal	$ 94.433,48
Gasto Impuesto a la Renta Corriente	$ 73.524,79
Horas Extras	$ 53.792,66
Publicidad	$ 66.145,41
Servicios Prestados	$ 128.324,69
Sueldo Nominal	$ 146.843,22
TOTAL	**$ 5.261.515,29**
GASTO TOTAL 2013	**$ 5.763.940,46**

Fuente: Corporación médica Monte Sinaí. Elaborado por: Ana María Martínez.

Tabla 14: GASTOS 2014

CUENTA	VALOR (Hasta Julio/14)
Asesorias Corporativas	$ 63.696,92
Costo Insumos	$ 596.425,08
Costo Medicamentos	$ 2.152.210,38
Costo Varios	$ 179.818,29
Bono Personal	$ 51.487,62
Horas Extras	$ 30.418,05
Publicidad	$ 30.738,55
Sueldo Nominal	$ 89.244,58
TOTAL	**$ 3.194.039,47**
GASTO TOTAL 2014	**$ 3.513.369,09**

Fuente: Corporación médica Monte Sinaí. Elaborado por: Ana María Martínez.

Durante el año 2012 y 2013 los gastos realizados han sido prácticamente el mismo con una mínima diferencia de $119.693,76. Si analizamos de igual manera el año 2014 con los años anteriores, se puede apreciar que el gasto total tampoco ha aumentado de manera considerativa; ya que si analizamos únicamente el primer semestre podemos apreciar que es bastante lineal, con una variación poco representativa. Esto significa que la empresa como ya se explicó anteriormente utilizó la estrategia en el que los gastos se mantengan y se enfoquen en aumentar las ventas.

Los gastos más significativos son los rubros de pagos a personal y también el costo de la mercadería, la cual sobre sale el costo de medicamentos. Por esta razón se debe trabajar en estas áreas para poder encontrar la manera estratégica de mantener estos valores e incluso mediante negociaciones con proveedores intentar disminuir los costos para poder tener una mayor rentabilidad en las ventas.

1.2. Base teórica de las estrategias de marketing y de las ventajas competitivas.

El concepto de Marketing podemos definirlo de la siguiente forma según Emilio Atmetlla (Atmetlla, y otros, 2003, pág. 3): Una filosofía de empresa y un conjunto de técnicas y actividades dirigidas a satisfacer las necesidades del consumidor:

1. Mejor que su competencia.
2. A través de la gestión integrada y coordinada de todos los elementos de la empresa de forma organizada y planificada.
3. Obteniendo un beneficio.[2]

Para poder llevar a cabo un plan de marketing que nos permita conseguir lo mencionado anteriormente, es necesario definir qué es una estrategia.

Según Michael Porter (Porter, Youtube, 2010), una estrategia es lo que hará diferente a una compañía de otra brindando ventaja competitiva, es la manera de encontrar diferentes maneras de competir, creando un valor distinto para el consumidor. Además es muy importante que se tenga un conocimiento de la industria en la que se compite, y al final, todo esto permitirá a la empresa prosperar y lograr una superior rentabilidad. El autor hace énfasis al indicar que muchos gerentes de diferentes empresas siempre confunden a una estrategia con intentar ser el mejor, y la realidad es que no existe el mejor, ya que ninguna empresa puede satisfacer todas las necesidades de sus clientes. Por lo que se podría decir que estrategia no es ser el mejor, sino ser único; brindar "algo" que la competencia no pueda darles y mantenerlas sostenibles en el tiempo y difíciles de igualar o imitar.[3]

En toda estrategia es importante comenzar con la evaluación interna de la empresa debido a que es necesario conocer su situación actual, además de identificar qué es lo que la pone en ventaja y desventaja frente a sus competidores, a lo que se le llama fortalezas y debilidades. De igual manera es fundamental familiarizarse con todo aquello que se localiza externamente a la compañía, el entorno, entendiéndose estos factores como oportunidades y amenazas. Estos componentes son los que pueden permitir o dificultar el cumplimiento de la misión, visión, objetivos y las metas que tiene planteada la organización (Borello, 1994).[4] Una vez recolectada toda la información sobre la empresa y al tener conocimiento de su estructura, y todos los componentes que pueden permitir de manera más fácil y sencilla poder crear estrategias que sean factibles realizarlas dentro de la compañía para poder alcanzar el éxito del cumplimiento propuesto de poder incrementar las ventas de SINAIFARM.

2 Atmetlla, Emilio. Marketing farmacéutico, pág 3.
3 Youtube. Michael Porter- ¿Qué es una estrategia? [citado 2014-08-12]. Disponible en: https://www.youtube.com/watch?v=0E0e6NqcT0M
4 Borello, Antonio. El plan de negocios, págs. 157- 158.

La parte interna de una empresa indudablemente es mucho más fácil de controlar que el entorno que envuelve a la misma. Dentro de los factores internos podemos definir claramente los puntos fuertes y débiles de una compañía, por lo tanto, la toma de decisiones es más fácil, ya que son variables que dependen de quien las controle. Por otro lado, los factores externos requieren un estudio más ¿extenso y profundo ya que son variables que no dependen del control de la empresa, por lo que se debe tener la habilidad de aprovechar las oportunidades que se presenten para poder tener un mejor posicionamiento como empresa, y a la vez tener el poder de defenderse de las amenazas que el mercado presente.

Como primer punto la marca, que es la identificación que tiene una empresa, la cual se relaciona con el servicio que se le ofrece al cliente. En el caso de SINAIFARM, el usuario al escuchar este nombre lo relaciona directamente con venta de medicamentos, a pesar de brindar otros servicios. Según Dennis Carter "la estrategia de marca debe seguir a la estrategia de negocio". Y por supuesto que debe ser así, por la razón de que la marca es la que da la identidad sobre cómo es la empresa, su razón de ser y hacia dónde quiere llegar. En el caso de SINAIFARM, se ha caracterizado por ser una Farmacia en la que se encuentra todo lo que se necesita en cuanto a medicinas, ya que muchas de las veces se escucha a la gente decir es: "si no hay en SINAIFARM, no hay en ninguna otra parte de la ciudad de Cuenca", y esa es la imagen que la marca quiere ofrecer a sus consumidores. Sin embargo, según David Aaker (Aaker, 2005), la identidad de la marca no debe prometer aquello que la estrategia no pueda suministrar. No hay nada más insensato y perjudicial que desarrollar una identidad o visión basada en imperativos estratégicos que no serán financiados. Una promesa de identidad vacía es más perjudicial que no tener promesas.[5]

Dentro del liderazgo de la marca, es necesario conocer ¿qué es lo que impulsa al cliente a que realice su compra?, y buscar la forma de que la identidad de la marca lo transmita para lograr una fidelidad con la persona que consume los productos de la empresa. Pues sin el conocimiento pleno de los clientes, no se puede desarrollar una identidad, ya que la empresa debe saber hacia qué dirección ir para poder lograr satisfacer la necesidad del mayor número de sus consumidores. Otra manera también de llegar a los clientes reales y clientes potenciales es a través de los medios de comunicación, y en este caso el encargado o líder de marca es quién debe evaluar dónde serían los canales más apropiados para publicitar la marca. En estos últimos tiempos las redes sociales han sido muy cotizadas en cuanto a lo que se refiere a la publicidad de marca debido a la frecuencia con la que las personas utilizan este medio de comunicación, lo que las convierte en un medio que puede brindar una alta probabilidad de éxito en cuanto a la publicidad de la marca. Otra opción son los medios de comunicación de la televi-

5 Aaker, David. Liderazgo de marca, pág. 24.

sión, cuñas radiales, vallas publicitarias, etc; finalmente las promociones también es un atractivo para los clientes, ya que muchas de las veces las personas al ver esta palabra automáticamente se incentiva la compra, sin embargo, es importante que sea bien direccionado para poder tener la mayor probabilidad de éxito. Y así, al manejar todos estos factores, la compañía podrá tener un mejor posicionamiento dentro del mercado, teniendo un mayor liderazgo sobre su competencia.

No se puede dejar de lado, el valor que tiene la marca, definiéndose de acuerdo a lo que indica David Aaker (David, 2005), como los activos (o pasivos) vinculados al nombre y símbolo de la marca que se incorporan (o sustraen) al producto o servicio. Estos activos pueden agruparse en cuatro dimensiones: reconocimiento de la marca, calidad percibida, asociaciones de la marca y fidelidad de la marca.[6] Una vez entendido el concepto, se analizará cada uno de estos puntos aplicados a la empresa de SINAIFARM.

• Reconocimiento de la marca: La estimación del público a la marca. Al escuchar la marca Farmacias Monte Sinaí, el cliente inmediatamente asocia este nombre con un lugar en donde encontrará todo lo que necesita, como es una entidad dedicada al área de salud, lo primero en lo que se piensa generalmente son los medicamentos, pero también se pueden encontrar insumos hospitalarios, productos ortopédicos y productos varios como artículos de higiene personal, bazar, entre otros. Por lo que el cliente asimila ese como un lugar completo en variedad de productos, y con un stock suficiente como para abastecer a quien necesita del servicio de la empresa.

• Calidad percibida: Tipo de producto que oferta. Sobrepasa la expectativa del consumidor.
• Asociaciones de la marca: Todo lo que relaciona a la marca: medicamentos y otros accesorios.
• Fidelidad de la marca: Abierto 24 hrs, primera opción para la compra de medicamentos.

Una fortaleza de tener un valor de marca es que también crea un valor financiero, ya que mientras mejor posicionamiento de marca y liderazgo de marca tenga una empresa; mayores podrán ser sus ventas, ya que las personas al identificar el producto del cual tienen necesidad, inmediatamente lo asocian a un lugar dónde puedan satisfacer esa necesidad. Por esta razón la calidad del servicio y productos que ofrezca la marca debe ser muy alto, ya que es la manera de fidelizar al cliente y así los precios sean altos, la persona seguirá acudiendo al mismo lugar por la calidad garantizada en todo sentido. Este es el motivo por el cual se debe trabajar en el liderazgo de la marca, ya que es un punto fuerte que tiene una empresa que lo ha trabajado bien para poder crecer en el

6 Aaker, David. Liderazgo de marca, pág. 33.

mercado. A continuación, se presentarán las funciones de liderazgo de marca que tiene SINAIFARM basado en el esquema que presenta el autor David Aaker.

1. Estructura de procesos organizativos:

• El responsable de la marca está a cargo de la persona encargada del área de marketing junto a un diseñador gráfico, quien se responsabiliza de crear el arte de los diferentes proyectos de marketing que se realice en la corporación. A nivel corporativo el Gerente General de la Corporación Médica Monte Sinaí es quien toma las decisiones en cuanto a aceptación de las diferentes opciones que se le presente y el presupuesto, y a nivel de cada empresa de la corporación el Gerente que se encuentre a cargo de cada una.

• El proceso de gestión de marca consiste en que cuando una de las empresas de la corporación solicita asesoramiento en el área de marketing se comunica con marketing para el correcto asesoramiento, la idea es reunirse con varias personas que formen parte del proyecto para que puedan dar ideas de lo que la empresa necesita hacer conocer a sus usuarios, como es el caso de atención las 24 horas y con servicio a domicilio, o el plan de medicación continua. De manera que esto se vea atractivo para los clientes y que atraiga a las personas para que consuman en la farmacia SINAIFARM.

2. Arquitectura de la marca:

• La marca es Monte Sinaí, la cual está divida en la siguientes submarcas: Sociedad Médica del Austro, Laboratorios Monte Sinaí, Farmacias Sinaí, Imágenes Monte Sinaí, Hospital Monte Sinaí, Cedapsinaí, Neurolab, Repreaustro, Fundación Fe y Salud, Consultorios Monte Sinaí. Cada una de ellas es una empresa que forma parte de la Corporación Médica Monte Sinaí, brindando diferentes servicios.

• De acuerdo a cada empresa se presentan los servicios y clientes a los que cada una se dedica:

Ilustración 2
PRODUCTOS Y SERVICIOS
CORPORACION MEDICA MONTE SINAI

SERVICIOS	PRODUCTOS	TIPO DE CLIENTES
Sinaifarm (Farmacias Sinaí)	Servicio 24 horas Servicio a domicilio Medicación contínua Formulaciones Magristrales Insumos Hospitalarios Medicinas, aseo personal, belleza, regalos	Clientes privados Seguros Privados Corporativas Clientes Internos

Fuente: Corporación médica Monte Sinaí.

Ilustración 3
PRODUCTOS Y SERVICIOS
CORPORACION MEDICA MONTE SINAI

SERVICIOS	PRODUCTOS	TIPO DE CLIENTES
Austroimágenes (Radiología e Imágenes)	Rayos X Tomografía Ecografia Densitometría Mamografía Panorámicas Dentales	Clientes privados Convenio IESS Convenio Ministerio de Salud Pública Seguros Privados Corporativas Cliente Interno

Fuente: Corporación médica Monte Sinaí.

Ilustración 4
PRODUCTOS Y SERVICIOS
CORPORACION MEDICA MONTE SINAI

SERVICIOS	PRODUCTOS	TIPO DE CLIENTES
Hospital Monte Sinaí	Servicio de Cardiología Servicio de Cirugía Laparoscópica Servicio de Cirugía Plástica Servicio de Cuidados Intensivos Servicio de Emergencia Servico de Gastroenterología Servicio de Ginecología y Obstetricia Servicio de Hemodiálisis Servicios de Hospitalización Servicio de Neonatología Servicio de Neurocirugía Servicio de Obesidad Mórbida Servicio de Oftalmología Servicio de Otorrinolaringología Servicio de Otoneurología Servicio de Pediatría Servicio de Traumatología y Ortopedia Servicio de Urología Litotripsia Intracorpórea Litotripsia Extracorpórea Servicio de Nutrición Servicio de Cafetería Servicio de Lavandería Servicio de Hotelería Servicio de Mantenimiento Servicio de Limpieza Servicio de Parqueadero (HOMSI)	Convenio IESS Convenio Ministerio de Salud Pública Seguros Privados Corporativas Cliente Interno

Fuente: Corporación médica Monte Sinaí.

Ilustración 5
PRODUCTOS Y SERVICIOS
CORPORACION MEDICA MONTE SINAI

SERVICIOS	PRODUCTOS	TIPO DE CLIENTES
Sinailab S.A. (Laboratorio Clínico)	Elemental microscópico Hemograma Química Uroanálisis Ancas Anti CCP Cultivos Endocrinometabólicos Encimas Heces Hemostasia Marcadores Tumorales Cero Inmunlogía	Clientes privados Convenio IESS Convenio Ministerio de Salud Pública Seguros Privados Corporativas Cliente Interno

Fuente: Corporación médica Monte Sinaí.

Ilustración 6
PRODUCTOS Y SERVICIOS
CORPORACION MEDICA MONTE SINAI

SERVICIOS	PRODUCTOS	TIPO DE CLIENTES
Cedapsinaí (Laboratorio Patológico)	Patología de Rutina Patología Oncológica Estudios Citológicos (PAP) Citología en base líquido Estudios en líquidos Biología Molecular Inmuno Histoquímica	Clientes privados Convenio IESS Convenio Ministerio de Salud Pública Seguros Privados Corporativas Cliente Interno

Fuente: Corporación médica Monte Sinaí.

Ilustración 7
PRODUCTOS Y SERVICIOS
CORPORACION MEDICA MONTE SINAI

SERVICIOS	PRODUCTOS	TIPO DE CLIENTES
Neurolab (Neurofisiología Clínica)	Electroencefalograma Electromiografía Potenciales Evocados Polisomnografía Video monitorización EEG	Clientes privados Convenio IESS Convenio Ministerio de Salud Pública Seguros Privados Corporativas Cliente Interno

Fuente: Corporación médica Monte Sinaí.

Ilustración 8
PRODUCTOS Y SERVICIOS
CORPORACION MEDICA MONTE SINAI

SERVICIOS	PRODUCTOS	TIPO DE CLIENTES
SOMEDICA	Servicio de Internet Inalámbrico Chequeos Ejecutivos Chequeos Ocupacionales Chequeos Preventivos	Clientes privados Seguros Privados Corporativas Cliente Interno

Fuente: Corporación médica Monte Sinaí.

Ilustración 9
PRODUCTOS Y SERVICIOS
CORPORACION MEDICA MONTE SINAI

SERVICIOS	PRODUCTOS	TIPO DE CLIENTES
Fundación Fe y Salud	Cirugías Específicas Brigadas Médicas Ayuda social Proyectos de Salud	Personas de escasos recursos económicos

Fuente: Corporación médica Monte Sinaí.

Ilustración 10
PRODUCTOS Y SERVICIOS
CORPORACION MEDICA MONTE SINAI

SERVICIOS	PRODUCTOS	TIPO DE CLIENTES
Repreaustro	Compra de equipos e insumos Compra de muebles y enseres Compras de útiles de oficina	Cliente Interno

Fuente: Corporación médica Monte Sinaí.

3. Identidad y posicionamiento de la marca:

• La submarca de SINAIFARM pretende ser vista como la farmacia en la que se encuentra todo lo que el cliente busca, mantener un stock adecuado en cuanto a los productos con el fin de no tener más ni menos de lo que se necesite, y de esta manera satisfacer la necesidad de todos quien la visiten.

• Es importante hacer conocer a los clientes que la empresa busca compromiso total con el bienestar de cada uno, es por eso que ofrece un servicio a domicilio 24 horas, los 7 días a la semana; y de igual manera la farmacia la encontrar abierta en los mismos horarios.

4. Planes de construcción de marca: Los canales de comunicación que la marca de Farmacias Sinaí ha utilizado para llegar a los consumidores, de manera de posicionarse mejor en el mercado, aumentar sus ventas e informar a sus clientes sobre los servicios que ofrece; son los siguientes:

• Medios de comunicación, como cuñas radiales, espacios de publicidad en programas de televisión del canal UNISIÓN TELEVISIÓN y publicidad en periódicos.
• Anuncios en las páginas amarillas.
• Publicidad en medios de transporte masivos, en este caso en buses de la ciudad de Cuenca.
• Vallas publicitarias.

Por otro lado, es importante resaltar la actividad que hay entre el cliente y el personal de la farmacia, ya que es ese el punto de partida que tenemos para poder alcanzar una fidelización con el cliente, por la relación directa que hay entre ambas partes (cliente-vendedor), debido a que es su habilidad de vender la que genera que el cliente realice la compra. Por lo que, "el concepto de venta afirma que si se les deja solos, los consumidores generalmente no comprarán suficientes productos de la organización, por tanto, ésta debe emprender un esfuerzo agresivo de ventas y promoción". **(Kotler, 2006)** [7] Y dentro del mercado farmacéutico está dirigida de la siguiente manera:

• En los medicamentos de prescripción, la publicidad puede estar dirigida solo a los médicos a través de la visita médica, ya que ellos serán quienes puedan derivar los medicamentos a sus pacientes. Sin embargo, los farmacéuticos también deben tener conocimiento, ya que ellos serán quienes faciliten el alcance del medicamento y nego-

7 Kotler, Philip. Dirección de la mercadotecnia, pág. 16.

cien con los proveedores para poder tener mayores bonificaciones o promociones de acuerdo al nivel de compra.

• Los medicamentos que no necesitan de prescripción, puede tener una publicidad dirigida a todo el público, pero se debe constatar que sea veraz y con la ayuda del personal de la farmacia se podrá explicar de mejor manera su uso e incluso incentivar la compra. **(Costillas, 2010)** [8]

En la actualidad las empresas buscan ofrecer al cliente algo innovador y que le dé un valor agregado lo que buscan para poder satisfacer una necesidad. Es por esta razón, que es sumamente importante la creación de estrategias que permitan alcanzar una ventaja competitiva para la institución. Esto se consigue a través del marketing, que como funciones de una empresa farmacéutica debe responsabilizarse de las siguientes tareas de acuerdo a Emilio Atmella **(Atmetlla, y otros, 2003, pág. 5)**:

a) "Investigación comercial.
b) Planificación.
c) Puesta en marcha y control". [9]

a) Investigación comercial:
En esta primera etapa la empresa reúne la información necesaria para poder tomar una decisión, creando una base para la planificación de las diferentes actividades que se deberán realizar para poder lograr el fin establecido por la misma. En el caso SINAIFARM, el objetivo principal es lograr potencializar las ventas para lo que se necesitará conocer el manejo y tendencia del mercado farmacéutico, la competencia, precios, distribución, entre otros.

b) Planificación:
Aquí se definen los objetivos para poder alcanzar lo establecido por la empresa, y a su vez los médicos para poderlos cumplir, conocidos como estrategias y tácticas.

Las estrategias son las que guiarán a la empresa para poder alcanzar con los objetivos, las cuales según el autor Emilio Atmetlla son dos: 1) El mercado objetivo que no es más que el grupo de prescriptores a los que hay que dirigirse, ya que son ellos los que deben conocer del producto para poderlos derivar a sus pacientes de acuerdo a la patología y

8 Ordieres, Enrique. Todo lo que debe saber sobre Marketing farmacéutico, pág. 243.
9 Atmetlla, Emilio. Marketing farmacéutico, pág. 5.

caso que presente cada uno. 2) También la ventaja competitiva, el cuál es el análisis del posicionamiento que tiene la empresa dentro del mercado.

c) Puesta en marcha y control:

La última fase analiza los resultados obtenidos de todo este proceso, evalúa que el cumplimiento de los objetivos se haya logrado a cabalidad para poder alcanzar un fin. En el caso de que se presente algún error o desviación, se tomarán las medidas necesarias para corregirlas y poderse encarrillar nuevamente hacia la búsqueda del resultado esperado.

El mercado farmacéutico no es un mercado muy diferente a los demás, pero sin embargo tiene diferencias en ciertos puntos, que serán presentados en la tabla que se muestra a continuación:

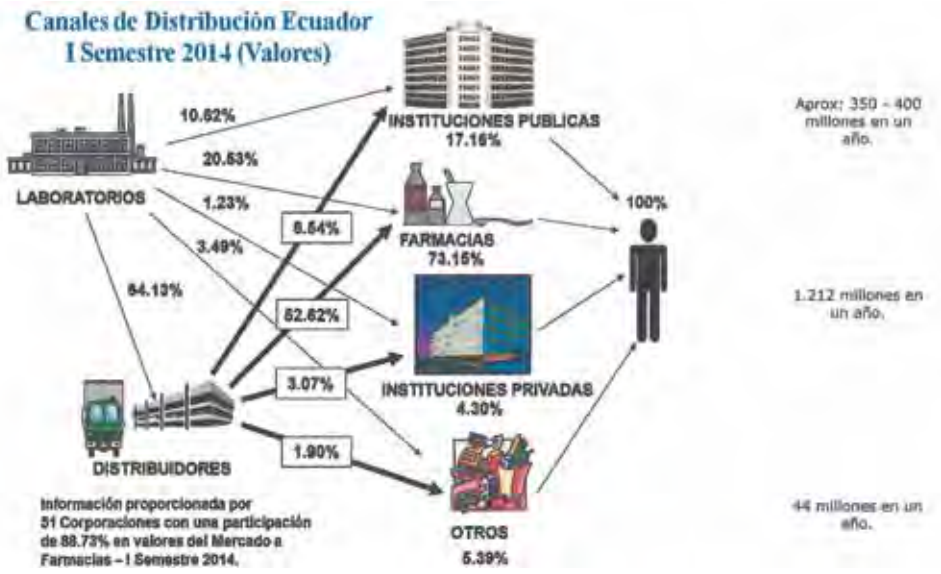
Tabla 15: DIFERENCIAS ENTRE PRODUCTOS DE CONSUMO, PRODUCTOS INDUSTRIALES Y MEDICAMENTOS DE RECETA

	Productos de consumo	**Productos industriales**	**Medicamentos de receta**
Proceso de compra	El consumidor decide	Organización de compras compleja dentro de la empresa.	Proceso complejo: **1. Prescriptor:** Médico. **2. Influenciadores:** Autoridades sanitarias (reembolso), líderes de opinión, farmacias, enfermeras, etc. **3. Consumidor:** Paciente.
Financiación compra	Consumidor.	Empresa compradora.	Parcialmente el paciente y el resto del sector público.
Normativa legal	Importancia relativa.	Importancia relativa.	Muy importante: Afecta a todos los elementos del marketing mix.
Patentes	Poco importantes	Importantes en algunos casos.	Muy importantes.
Investigación y Desarrollo	No es tan decisiva como en los productos industriales y farmacéuticos.	Puede ser importante. No obstante la mayoría de nuevos productos procede de sugerencias de los clientes.	Costosa, larga, arriesgada. El desarrollo es complicado y con severo control legal, porque los nuevos productos tienen que ensayarse en seres humanos.
Mix de comunicación	Importancia de la comunicación masiva. TV, radio, prensa general	Importancia de la venta personal. Folletos, prensa especializada.	Importancia de la venta personal. Folletos, prensa médica, congresos, simposios.

FUENTE: Atmetlla, Emilio. Marketing farmacéutico, pág. 13.

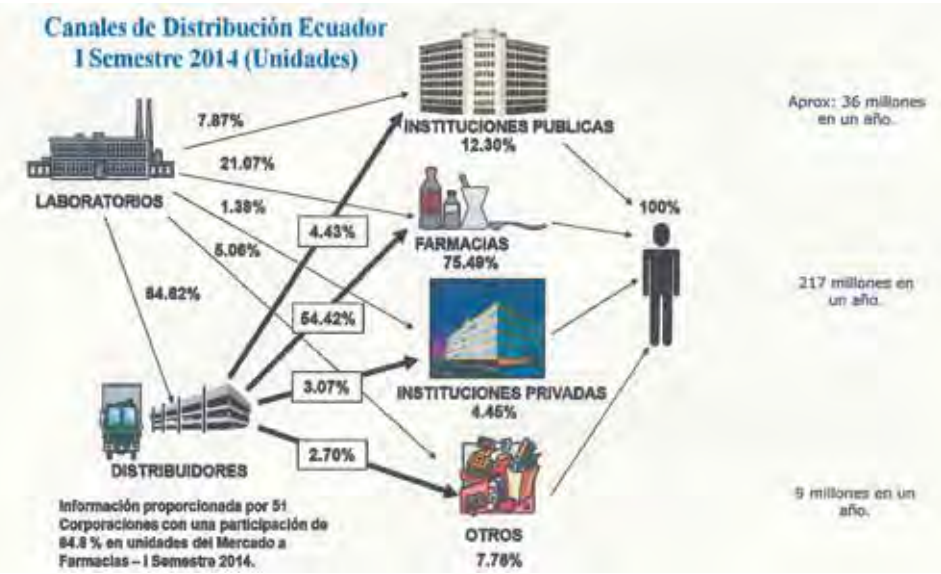
Canales de distribución de medicamentos en Ecuador:

Ilustración 11



FUENTE: IMS, Canales de distribución Ecuador I Semestre 2014 (Valores)

Ilustración 12



FUENTE: IMS, Canales de distribución Ecuador I Semestre 2014 (Unidades)

1.3. Análisis de datos

1.3.1. Análisis interno (FODA)

Fortalezas:

1. Tener un amplio portafolio de médicos dentro de la Corporación en el que se puede determinar su necesidad y tener abastecida a la farmacia con esos productos.
2. Contar con una marca reconocida en el mercado.

3. Brindar servicios adicionales como es el servicio a domicilio y la atención las 24 horas al día, 7 días a la semana.
4. Ofrecer un amplio stock y variedad en los productos.
5. Fuerte poder de negociación con proveedores y laboratorios.
6. Buena coordinación entre los diferentes departamentos.
7. Cuenta con el Know-How para desarrollarse en el mercado.
8. Cuenta con el apoyo de otras empresas dedicadas al área de salud dentro de la corporación, que encadena diferentes necesidades que pueda tener un paciente.

Debilidades:

1. Tener una alta rotación de personal.
2. Alta afluencia de clientes en horas pico que no pueden ser atendidos a tiempo.
3. Deficiencia en el sistema de la empresa para brindar servicios adicionales.
4. Estancamiento en el crecimiento de ventas en la Farmacia H1.
5. Falta de control en los productos de farmacia que genera descuadres en el inventario.
6. Bajo poder adquisitivo en ciertos productos que no permiten tener mayores bonificaciones o descuentos.
7. Depender de los médicos de la Corporación Médica Monte Sinaí en mayor parte para la actividad de SINAIFARM.
8. Bajo control en las alianzas estratégicas de los proveedores y laboratorios con los médicos de la corporación.
9. Altos precios comparados con la competencia debido a la menor capacidad adquisitiva de los productos.

Oportunidades:

1. Necesidad de instituciones públicas y privadas en tener convenios con instituciones dedicadas al área de salud para obtener un crédito para sus empleados en las compras que realicen.
2. Visita de clientes de ciudades vecinas como Loja y Machala que buscan atención en las Farmacias Sinaí.
3. Futura unificación de precios en los medicamentos por la nueva disposición gubernamental.
4. Personas en búsqueda de plazas de trabajo.
5. Laboratorios y proveedores con intenciones de ingresar sus productos dentro de las Farmacias Sinaí.

Amenazas:

1. Fuerte competencia dentro del mercado farmacéutico y la cercana ubicación de empresas fuertes, como por ejemplo la cadena farmacéutica PHARMACYS a la empresa SINAIFARM.
2. Nuevas disposiciones gubernamentales en el control de medicamentos, insumos y productos varios para importación.
3. Falta de cupos para abrir nuevas farmacias, evitando expandir a la marca abriendo nuevas sucursales.
4. Relaciones estratégicas que existe entre el médico, proveedores y/o laboratorios.
5. Fuerte control sobre las empresas del área de salud por parte del Gobierno.

1.3.1.1 Matriz de lineamientos estratégicos (foda cruzado)

Matriz de prioridades de situaciones:

Ilustración 13: MATRIZ DE PRIORIDAD DE SITUACIONES

FORTALEZAS	Efecto o impacto en la organización			
Probabilidad de ocurrencia		Alto	Medio	Bajo
	Alta	P. Alta 1,3, 5,7	P. Alta 6	P. Media
	Media	P. Alta 2,4,8	P. Media	P. Baja
	Baja	P. Media	P. Baja	P. Baja

DEBILIDADES	Efecto o impacto en la organización			
Probabilidad de ocurrencia		Alto	Medio	Bajo
	Alta	P. Alta 1	P. Alta 2,4, 6 ,8	P. Media
	Media	P. Alta 7	P. Media 5	P. Baja
	Baja	P. Media 3,9	P. Baja	P. Baja

OPORTUNIDADES	Efecto o impacto en la organización			
Probabilidad de ocurrencia		Alto	Medio	Bajo
	Alta	P. Alta	P. Alta	P. Media 6
	Media	P. Alta 1,2, 3,5	P. Media 4	P. Baja
	Baja	P. Media	P. Baja	P. Baja

AMENAZAS	Efecto o impacto en la organización			
Probabilidad de ocurrencia		Alto	Medio	Bajo
	Alta	P. Alta 1,2,4,5	P. Alta 7	P. Media
	Media	P. Alta	P. Media	P. Baja 6
	Baja	P. Media	P. Baja 3	P. Baja

Elaborado por: Ana María Martínez

La Matriz de Prioridades me permite categorizar los diferentes factores (fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas) de acuerdo al efecto o impacto en la organización y la probabilidad de ocurrencia. De acuerdo a su probabilidad (Alta, Media, Baja) permite conocer los puntos con mayor importancia y sobre los que se debe trabajar primero. Los números de cada cuadro representan el número con el que cada factor está numerado.

Resumen de análisis de factores internos y externos:

Esta matriz pondera y califica cada factor para finalmente tener una calificación ponderada. La ponderación consiste en dar un porcentaje de acuerdo a la priorización que tiene cada factor para la empresa. Por otro lado la calificación tiene una escala del 1 al 5, donde 1 es la más baja y 5 es la más alta, esto depende de la importancia que cada factor tiene de acuerdo a mi criterio ti. El resultado de la multiplicación de la ponderación y calificación es la calificación ponderada la cual indica en qué posición se encuentra la empresa de acuerdo al control de eficacia de los factores.

Ver ANEXO # 1:
a. Resumen de analisis de factores internos y externos
Nivel de eficacia con que la empresa controlo los factores internos y externos:

En este punto hablamos sobre el nivel de eficacia con la que la empresa controla los factores internos y externos, en el cual de acuerdo a la calificación que es sobre 5 puntos, 3 es el promedio. En lo que respecta a los factores internos SINAIFARM tiene un control de 3.7, por otro lado en el control de factores externos la calificación es de 6.68; calificaciones que indican que se encuentra "sobre el promedio". Ya que las calificaciones del nivel de eficacia sobre el control de los factores tanto internos como externos prácticamente la misma se podría dar una conclusión conjunta. Se recomienda tener un mejor manejo sobre los factores internos y externos, ya que a pesar de tener buenos resultados al encontrarse sobre el promedio, existen ciertos puntos en los que la empresa debe enfatizar su trabajo con el fin de asegurar los resultados que espera SINAIFARM.

Ver Anexo # 2:
a. Nivel de eficacia con que la empresa controlo los factores internos y externos.
Foda matricial:

En esta matriz se evalúan todos los criterios en conjunto, de manera de poder crear estrategias que permitan aprovechar las fortalezas de la empresa, combatir contra las debilidades, tomar ventaja de las oportunidades el mercado y disminuir el riesgo de las amenazas.

Ver Anexo #3:
a. Foda matricial.

1.3.2 Análisis externo sectorial porter.

1. Ingreso de nuevos competidores al mercado:

El ingreso de nuevos competidores a la industria farmacéutica es bastante difícil debido a que las barreras de entrada existentes en este mercado son muy amplias. El Ministerio de Salud Pública permitirá la apertura de nuevas farmacias únicamente en lugares donde no han sido atendidos por estos servicios, por esta razón han zonificado los diferentes sectores de manera de poder definir dónde se puede otorgar un nuevo permiso de funcionamiento; este punto puede ser revisado en el Registro Oficial N° 69, N° 00004014.[10]

El capital para ingresar a sector farmacéutico es fuerte, por la amplia inversión que es necesaria para la compra de medicamentos, insumos y productos, además de los de otros gastos fundamentales para tener un negocio como este. Sus permisos de funcionamiento son muy complejos y los trámites que se deben realizar son largos y en ocasiones problemáticos, es así que toma mucho tiempo obtenerlos. Además el gran poder de los grupos económicos reconocidos del país, impiden la entrada de nuevos competidores a través de sus estrategias y contactos con el medio en el que se desenvuelven.

2. Productos sustitutos:

Los productos sustitutos son bienes que cumplen funciones que logran satisfacer de manera similar la necesidad que tiene una persona. Tomando en cuenta que la venta de medicamentos es la razón de ser de la empresa, podríamos decir que como sustituto se podrían encontrar lo siguiente (Atmetlla, y otros, 2003, pág. 32):

- Medicamentos sin necesidad de receta médica: Especialidades farmacéuticas publicitarias.
- Plantas y hierbas medicinales.
- Acciones sanitarias de tipo preventivo: Chequeos médicos regulares, dieta, ejercicio físico moderado, reducción de consumo de alcohol y tabaco, etc.
- Concienciación progresiva de los consumidores por su salud.
- Acupuntura, etc.[11]

En general los sustitutos no representan una fuerte amenaza para SINAIFARM, ya que por lo general las personas que asisten a la empresa es por qué sabe que encontrará medicamentos de calidad y los que su médico le prescribe, ya que una de las ventajas de Farmacias Sinaí es que no se cambian las recetas de los médicos sin previa autorización. Otra forma comparativa que se tiene en relación a los productos sustitutos es la valo-

10 Revista Judicial- derechoecuador.com. Registro Oficial N° 69- jueves 29 de agosto de 2013 [citado 2014-10-22]. Disponible en: http://www.derechoecuador.com/productos/producto/catalogo/registros-oficiales/2013/agosto/code/30091/registro-oficial-no-69---jueves-29-de-agosto-de-2013#No00004014
11 Atmetlla, Emilio. Marketing farmacéutico, pág. 32.

ración que los clientes dan al producto, como es el caso de la calidad, precio, servicio, atención, etc. Lo que quiere decir, depende de la percepción que la persona tenga sobre su experiencia en la compra dentro de las farmacias, que al ser positiva, ayuda a poder disminuir el atractivo del sustituto.

3. Poder de negociación de los compradores:

Para una organización es de suma importancia el poder de negociación que tiene con los clientes, debido a la ventaja competitiva que esto implica para la empresa. En primer lugar se debe identificar el número de clientes que demandan al producto, en el caso de nuestra empresa los principales clientes son médicos de la Corporación médica Monte Sinaí, los pacientes de los médicos de la corporación, clientes en general que acuden a las farmacias en busca de la medicina que necesiten, y empresas afiliadas con SINAIFARM.

Para la empresa de SINAIFARM, es importante que todos sus clientes encuentren el producto que necesitan, al momento que lo necesitan; por esta razón el staff de personal que trabaja dentro la misma siempre busca la manera de conseguir el producto para lograr la mayor satisfacción posible de sus consumidores. La coordinación entre los auxiliares de farmacia y el departamento de compras es clave ya que constantemente el personal informa los requerimientos que tienen los clientes en caso de que el producto no se encuentre en stock en ese momento. Además el servicio a domicilio que ofrecen las farmacias es una ventaja ya que una vez obtenido el producto el cliente lo podrá recibir en la puerta de su casa.

Farmacias Sinaí, al ser una marca reconocida dentro del mercado farmacéutico, se facilita la identificación del producto, y el objetivo es que al momento que una persona necesite adquirir un medicamento piense en que dentro de sus instalaciones lo podrá conseguir.

Debido a la gran cantidad de oferentes en el mercado el poder de negociación de los compradores se vuelve mayor. Los clientes tienen múltiples opciones de marcas para elegir, por lo que es vital que se fortalezca el poder de negociación con los clientes que la empresa ya ha adquirido y mediante estrategias lograr conseguir algunos más.

4. Poder de negociación de los proveedores:

Esta etapa se refiera a la capacidad de negociación con los proveedores, la cual podría depender del volumen de compra necesaria para la empresa. En el caso de SINAIFARM,

cuenta con varios proveedores fuertes, por lo que el portafolio de proveedores es bastante amplio, permitiendo buscar y presionar a los diferentes distribuidores precios más bajos, con el fin de poder brindar precios más bajos de igual manera al público.

Una importante fortaleza de SINAIFARM, es ser una empresa a la que se le toma como referencia a nivel del Austro en especial, ya que es conocida como una farmacia que tiene todos los productos, o al menos la mayoría de ellos, en cuanto a medicamentos e insumos. Por esta razón los laboratorios contantemente buscan promocionar sus productos, otorgando precios con promoción o bonificación que permitan brindarle precios más bajos al cliente final.

5. Rivalidad entre los jugadores existentes:

Esta parte del análisis es determinante dentro de las cinco fuerzas de Porter, de aquí se parte para que las empresas tomen acciones para poder fortalecer su posicionamiento en el mercado y proteger su posición competitiva en relación a sus rivales. La situación actual del mercado viene marcada por la competencia entre las diferentes marcas dentro de esta industria y la influencia de esta en la generación de beneficios, con relación al buen servicio, calidad, precios, y atención.

La rivalidad entre los competidores define la rentabilidad de un sector: cuanto menos competido se encuentre un sector, normalmente será más rentable y viceversa. Es importante considerar para este análisis lo siguiente:

• **Poder de los competidores:**

En este mercado existen amplias cadenas nacionales que son marcas muy reconocidas por las personas. Al ser empresas que tienen un amplio poder adquisitivo es más probable que puedan tener mayor capacidad de conseguir productos en mayor volumen para adquirir mayores descuentos y bonificaciones, incrementando su rentabilidad. Adicionalmente siendo empresas que tienen un fuerte capital, están en la capacidad de poder importar directamente ciertos productos.

• **Diversidad de competidores:**

Dentro de los principales competidores se enlistan los siguientes:

⁕ FARCOMED (Fybeca y Sana Sana),

⁕ GRUPO DIFARE (Pharmacy y Cruz Azul),

⁕ CORDESFA (INNFA),

⁕ FARMASOL,
⁕ FARMACIA SANTA MARTA,
⁕ FARMACIAS POPULAR,
⁕ Otras farmacias más pequeñas de la Ciudad de Cuenca.

• **Barreras de entradas que podrían usarse para crearle a la organización una ventaja competitiva**:
El hecho de que el cupo para la apertura de nuevas farmacias está cerrado, de cierta manera crea una ventaja competitiva ya que evita que existan más farmacias dentro de la ciudad de Cuenca, por lo que impide tener mayor competencia para la empresa, de acuerdo al Registro Oficial N° 69, N° 00004014, Artículo 5.

• **Política gubernamental:**
Por un lado, las políticas gubernamentales de cierta manera han afectado a la empresa, ya que la limitante en importaciones ha impedido que ciertos productos lleguen a las farmacias. Sin embargo, el provecho que se le puede sacar a las nuevas disposiciones gubernamentales, es que, una vez que la nueva ley de unificación de precios en las farmacias a nivel nacional, permitirá explotar otras áreas de la empresa como es el servicio, y la venta de productos varios; y con una buena estrategia lo que hará diferente a una empresa de la otra será la atención y servicio que se brinde al cliente.

1.3.2.1. Estrategia genérica del negocio: liderazgo en costos, diferenciación y segmentación.
De acuerdo a Michael Porter (Porter, Estrategias competitivas genéricas, 2010), las estrategias genéricas tienen como finalidad alcanzar el éxito y ser superior a la competencia, de manera de poder sobresalir en la industria en la que participa. Generalmente las empresas dentro del mercado se destacan en una sola, y es muy raro pueda hacerlo en más de una.

1. Liderazgo en costos:
La estrategia de liderazgo en costos consiste en tener una ventaja frente a la competencia en lo que respecta a alcanzar una economía a escala, un buen control en costos y lograr minimizar los gastos fijos y variables. Esto se logrará si se consigue mantener un amplio volumen de ventas, ya que al ofrecer precios más bajos a los clientes que la competencia, beneficiará a la empresa para poder obtener un rendimiento superior. Es importante que no se descuide la calidad y servicio que se brinda, ya que estos factores además del precio también son fundamentales para fidelizar a los clientes. Ya que son los costos los que

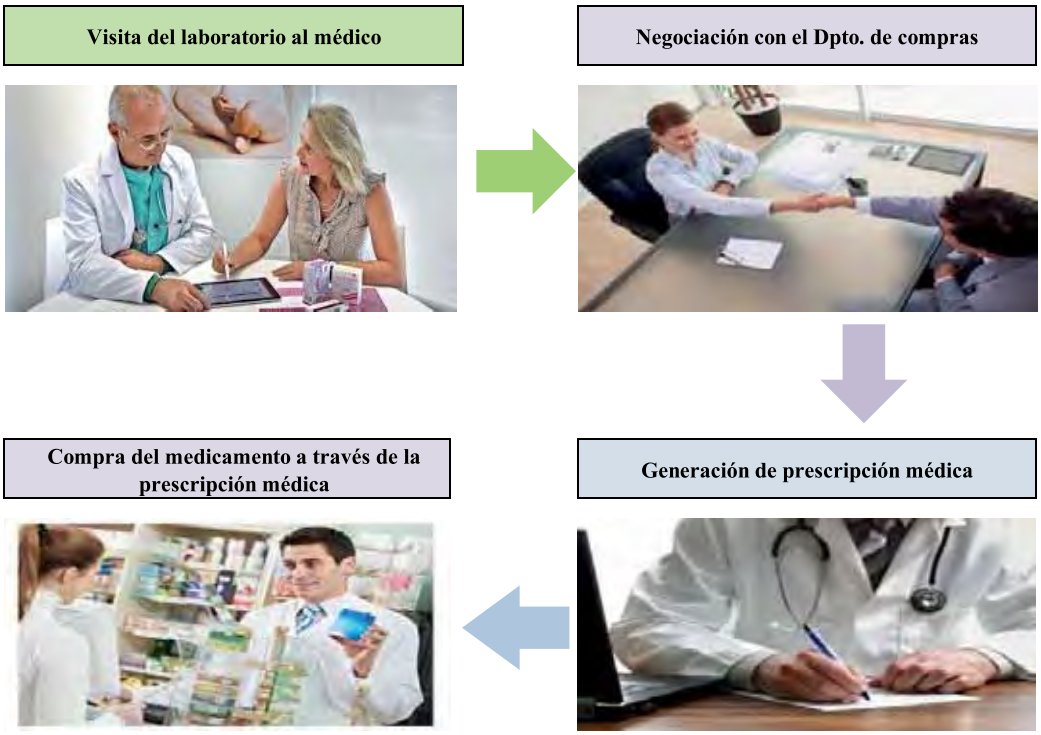
permitirán alcanzar lo anteriormente mencionado, la inversión y la reinversión de capital será un requerimiento significativo para un liderazgo en costos en el mercado.

En conclusión, el liderazgo en costes la protege contra las cinco fuerzas competitivas, porque la negociación seguirá erosionando las utilidades hasta eliminar las del siguiente rival más eficiente y porque éste será el primero en sufrir las presiones competitivas **(Porter, Estrategias competitivas genéricas, 2010, pág. 78)**.[12]

En SINAIFARM, esta estrategia es uno de los objetivos importantes que se plantea alcanzar, sin embargo es un punto un tanto complicado de poderlo cumplir a cabalidad. Las razones son debido a que "Farmacias Sinaí" al ser farmacias de especialidades y tener como principal cliente a los médicos de la Corporación Médica Monte Sinaí, depende mucho de los médicos para poder obtener los medicamentos que ellos necesiten. De acuerdo a un análisis realizado por la dirección de SINAIFARM, las farmacias depende un 80% de las recetas médicas y un 20% del público en general, y son los médicos quienes son los que dan el punto de partida para la compra de medicamentos.

Como una explicación breve de la manera en que el proceso de compra influye en SINAIFARM, presentaré el siguiente gráfico:

Ilustración 14



Elaborado por: Ana María Martínez

12 Porter, Michael. Estrategia competitiva, pág. 78.

1. Visita del laboratorio al médico: Este punto consiste en que un representante de un laboratorio visita al médico y presenta cierto medicamento de acuerdo su especialidad. Expone el compuesto químico del fármaco, las ventajas y beneficios que puede crearle al paciente al momento que lo consuma. En la mayoría de ocasiones el laboratorio le ofrece al médico un reconocimiento por las prescripciones que realice.

2. Negociación con el Departamento de Compras: Posteriormente a la visita del laboratorio al médico, el laboratorio recurre al Departamento de Compras de SINAIFARM, donde le explica a la persona encargada detalladamente el medicamento al igual que lo hizo con el médico. La política de la empresa es que al momento que se introduce un medicamento nuevo, se necesita que se genere prescripción médica y de esta manera se comprará el medicamento, esto se hace como una protección para la farmacia para comprar únicamente lo necesario para los médicos, caso contrario se compra medicamentos que no tienen rotación, generando la compra de un inventario sin movimiento. A continuación a esto, el distribuidor del laboratorio presenta el precio de venta a la farmacia y la bonificación o descuento que adquiere por cierto volumen de compra. Para poder tener un precio atractivo a los clientes, este punto es fundamental, ya que el jefe de compras necesita comprar en un volumen que permita ofrecer un precio competitivo y al mismo tiempo que genere un beneficio para la empresa.

Este punto es el que muchas veces crea problemas para SINAIFARM, y el que permite que esta estrategia no pueda ser la utilizada dentro de su actividad diaria, ya que constantemente los laboratorios se encuentran innovando y desarrollando nuevos productos, por esta razón el médico también continuamente (no aplica en todos los casos) cambia el medicamento de su prescripción para el paciente. Esta es la razón por la que no se pueden adquirir grandes volúmenes de compra hasta estar seguros que será un medicamento de rotación, sin embargo, permite que no se logre alcanzar un descuento o bonificación en la compra; o en el caso que se adquiera el producto con los descuentos y bonificaciones, si el medicamento no genera movimiento, la farmacia se hace acreedora a un inventario muerto, o si el producto pueda ser devuelto, genera un costo también que de todas formas hace que la empresa no se beneficie un rendimiento.

3. Generación de prescripción médica: El médico una vez haya aceptado el medicamento propuesto por el laboratorio, procede a recetarlo a su paciente.

4. Compra del medicamento a través de la prescripción médica: Cuando el paciente tiene la receta que su médico prescribió y acude a Farmacias Sinaí para obtener su

medicamento, el Auxiliar de Farmacia le entrega lo solicitado a un precio competitivo y con un descuento si el cliente tiene la "tarjeta de descuento", de no ser así, puede solicitarla en ese momento y de igual manera aplicará el descuento. En el caso de ser un producto nuevo, debido a la política se necesita primero de una prescripción médica, el Auxiliar de Farmacia informa a la Jefe de Compras, quien realizará la compra en ese momento, y ya que los distribuidores que tiene SINAIFARM son calificados la entrega del medicamento a la empresa es por lo general casi inmediata, y en el caso que se demore un tiempo superior al que el paciente puede esperar, se aprovecha el servicio a domicilio que la empresa ofrece, y el medicamento es enviado al momento que el producto llegue a las farmacias.

2. Diferenciación:

En la segunda estratégica genérica se encuentra la diferenciación, la cual se basa en diferenciar el producto o servicio que ofrecemos, creando así algo que en toda la industria se percibe como único… Cuando se logra la diferenciación, se convierte en una estrategia útil para conseguir rendimientos superiores al promedio **(Porter, Estrategias competitivas genéricas, 2010, pág. 80)**.[13]

Esta estrategia tiene como objetivo verse diferente ante la competencia, de manera de crear una ventaja competitiva que fidelice al cliente, para que así prefiera a la empresa por el servicio o producto que brinda y los factores como el precio queden en un segundo plano, cuando saben que lo que se ofrece es calidad ante todo. Según Michael Porter (Porter, Estrategias competitivas genéricas, 2010, pág. 80), la diferenciación genera márgenes más altos de beneficio para enfrentarse al poder de los proveedores; disminuye además el poder de negociación de los clientes ya que éstos no disponen de opciones similares y, por tanto, son menos sensibles al precio.[14]

La diferenciación intenta que las empresas realicen un conjunto de actividades distintas que la guíen a alcanzar el objetivo de ser únicos en el mercado. El benchmarking ha sido la estrategia más utilizada para poder estar al mismo nivel de la competencia, sin embargo, esto solo ha permitido que las empresas cada vez sean más homogéneas, creando industrias más destructivas **(Porter, Havard Bussiness Review, 1996)**.[15]

En la empresa SINAIFARM S.A. lo que la diferencia en el mercado es que es una farmacia de "especialidad", es decir, es una farmacia que al encontrarse dentro de una de las instituciones de salud más grande a nivel del Austro, toma provecho de su amplio portafolio de médicos y les brinda un servicio en el que buscan abastecer la necesidad

13 Porter, Michael. Estrategia competitiva, pág. 80.
14 Porter, Michael. Estrategia competitiva, pág. 80.
15 Harvard Bussiness Review [citado 2014-12-27]. Disponible en: http://www.ucipfg.com/Repositorio/MAES/MAES-03/Unidad1/ESTRATEGIA%20MPORTER%202011.pdf

en cuanto a medicamentos de acuerdo a las especialidades. Esto genera que siempre contemos con un stock suficiente de producto, de esta manera, los clientes saben que en las Farmacias Sinaí encontrarán lo que su médico recetó sin tener problema en alterar la prescripción del médico, en el mayor de los casos. Actualmente, debido a los problemas de importación y el la limitante del cupo de importación, se ha notado una gran ausencia de medicamentos en el mercado, para lo que el personal encargado de SINAIFARM se ha preocupado por informar a los médicos, así se puede buscar una solución conjunta que permita la satisfacción tanto del médico como de sus pacientes. Por esta razón mi criterio, y de acuerdo a la experiencia que he vivido en estos meses de trabajo en esta institución, la estrategia genérica que se aplica para la misma es la diferenciación.

3. Segmentación:

La tercera estrategia genérica es la segmentación, la cual se centra en un grupo de clientes, en un segmento de línea de productos o en un mercado geográfico **(Porter, Estrategias competitivas genéricas, 2010, pág. 81)**.[16] La misma busca la satisfacción de un grupo específico, ya que la intención es que se le preste mayor atención a un segmento concreto que a lo que toda la industria en general se preocupa. Una empresa que haya logrado alcanzar esta estrategia podrá percibir de rendimientos superiores al promedio de la industria. Para lo que se necesita de un plan y procedimiento que pueda guiar diferentes a actividades a conseguirlo.

Se requiere de estrategias firmes para poder conseguir tener una estrategia de segmentación, ya que, no es el volumen lo que genera rendimientos para la empresa; sino la calidad y satisfacción que el servicio o producto brinde a su nicho de mercado.

En Farmacias Sinaí esta estrategia no aplica, ya que lo que se busca es atraer al mayor volumen de clientes (que abarca la industria) para que se fidelice con la marca. Ya que si únicamente se centrará un segmento del mercado, los costos serían más elevados, debido a que, como lo explique anteriormente, mientras más volumen de compra se adquiera al proveedor, mejor son los descuentos o bonificaciones. Por lo tanto, esa es la razón por la que esta estrategia no se alinea al objetivo que tiene la empresa de SINAIFARM S.A.

16 PORTER, Michael. Estrategia competitiva, pág. 81.

CAPÍTULO II:
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

CAPÍTULO II: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. Descripción de la metodología de investigación cualitativa a utilizar.

La metodología de investigación cualitativa permite recoger información necesaria y preliminar para poder tener conocimiento a profundidad sobre qué factores son los afectan a la empresa, tanto oportunidades como amenazas, con el fin de poder tomar una decisión. Además ayuda mucho para poder entender a los consumidores, lo que le impulsa a comprar y lo que ellos buscan satisfacer cuando adquieren un producto o servicio.

A continuación presentaré las características que presentan las técnicas cualitativas (Trespalacios, Vásquez, & Bello, 2005):

1. Obtener información de un grupo reducido de personas que permite ser utilizada como una guía para la investigación que se está realizando.
2. Los resultados obtenidos de la investigación cualitativa permiten entender el porqué y el cómo; de manera de comprender al consumidor.
3. Es una metodología abierta y flexible que da la oportunidad de profundizar, ya que su principal característica es la riqueza de la palabra; ya que cada opinión de los involucrados serán bastante útiles para la investigación que se realiza.
4. Depende de la manera en la que el investigador decida realizar su investigación, la forma en la que la persona pueda captar las ideas importantes para poder conseguir los objetivos esperados de la misma.[17]

2.2. Técnicas de investigación cualitativa

2.2.1. Observación directa.

La observación es una técnica que permite obtener información mediante el registro de las características o comportamientos de un grupo de individuos sin establecer un proceso de comunicación y, por tanto, sin la necesidad de colaboración por parte del grupo analizad. Se puede afirmar que permite obtener información cuantitativa y cualitativa en función de su planteamiento metodológico (Trespalacios, Vásquez, & Bello, 2005).[18]

Esta técnica será muy útil para el estudio del comportamiento que tiene el personal de SINAIFARM con sus clientes y viceversa, lo que ayudará a identificar cuáles son los aspectos que deben mejorar por parte de la empresa para atraer constantemente al cliente tanto

17 TRESPALACIOS, Juan A.; VÁZQUEZ, Rodolfo; BELLO, Laurentino. Investigación de mercados, pág. 56.
18 TRESPALACIOS, Juan A.; VÁZQUEZ, Rodolfo; BELLO, Laurentino. Investigación de mercados, pág. 85.

interno como externo, ya que el objetivo principal para poder realizar una venta en ofrecer un buen servicio y al mismo tiempo poder satisfacer una necesidad, lo que en el área de la salud es algo de mucha importancia. Desde mi perspectiva, el punto de partida para poder realizar la investigación es la técnica de observación, es así que yo podré conocer cómo es el proceso de venta para la empresa y cuáles son las reacciones por parte de los clientes al ser atendido. Para esta observación se tomaron dos tipos de posiciones para obtener la información necesaria, la primera simplemente se analizó la conducta de los participantes sin tener ninguna participación; y por otra parte también se observó lo sucedido de manera en que la participación sea totalmente neutra con los involucrados para no alterar los resultados de esta investigación.

De acuerdo a los autores Juan A. Trespalacios, Rodolfo Vásquez y Lauterino Bello, (Trespalacios, Vásquez, & Bello, 2005) existen dos procedimientos alternativos para realizar la Observación, que son las siguientes:

• **Observación humana:** Consisten en que mediante los canales visuales y auditivos, le sea permitido al investigador obtener la información necesaria.

• **Observación mecánica o electrónica:** En este procedimiento, el investigador obtiene la información necesaria a través de aparatos como cámaras de fotos o video, cámara ocular, audímetro, entre otros.

Aplicación a SINAIFARM:

La técnica de observación directa tuvo un período de realización de 3 meses, debido a que se buscó conocer un patrón de comportamiento para entender la relación entre el personal de ventas y los clientes. Una vez comprendido el procedimiento, se pueden establecer las recomendaciones del caso, y las estrategias que podrían mejorar las ventas de la empresa para lograr el objetivo principal.

Como un dato inicial, es relevante que se conozca que han existido quejas por parte de los médicos y sobre todo los accionistas mayoristas acerca de la atención que el personal de ventas de SINAIFARMA tiene hacia los clientes, ya que ellos han vivido la experiencia de esta deficiente atención, debido a que una de las falencias de la empresa es que el personal no conoce a sus accionistas, sin embargo todos los clientes deberían tener una buena atención sin importar la persona que fuera. La constante comparación entre la atención que los clientes tienen en las grandes cadenas farmacéuticas como

FYBECA (principalmente) y PHARMACYS, deja una alta expectativa para los clientes sobre los empleados de SINAIFARM, ya que sus accionistas buscan cada vez más la perfección para seguir creciendo y posicionándose dentro de la industria.

Se consideró importante evaluar la atención del personal cuando existe poca afluencia de clientes y en horas pico, para determinar su comportamiento con los clientes.

Dentro de la Megafarmacia, ubicada en la Torre II de los Consultorios Monte Sinaí, existen cinco cajas abiertas en cada turno de trabajo y la atención es de lunes a viernes de 07h00 a 22h00 y sábado de 08h00 a 20h00. Por otro lado en la farmacia H1, ubicada en la Torre I del Hospital Monte Sinaí, cuenta con cuatro cajas y su atención es veinte y cuatro horas, los siete días de la semana. Las observaciones que se extrajeron de esta investigación fueron las siguientes:

o El comportamiento de atención de los auxiliares de farmacia durante las horas de poca a normal afluencia es más atenta y existen menos errores en el despacho de los productos, en lo que respecta cruces. Así mismo, la coordinación como el control de los turnos para la atención a los clientes es ordenado ya que es posible informar a las personas sobre el uso del turnero para poder ser atendido por el personal. En el caso de no existir un producto en la farmacia se facilita la comunicación con el personal de compras y bodega para coordinar la logística y para poder satisfacer al cliente. Y, lo más importante el personal de farmacia puede seguir todos los procedimientos, como es: iniciar con un saludo cordial, verificar correctamente del producto que el cliente necesita, facturación de acuerdo a la venta realizada y finalizar con un saludo para motivar a una siguiente compra.

o En el caso de las horas pico, es muy frecuente presenciar estrés por parte del personal de farmacia, lo cual genera que los procedimientos no se sigan correctamente generando errores que pueden causar una mala satisfacción para los clientes. Y, sobre todo la atención no es la adecuada, ya que el cansancio que genera en el personal es transmitido al cliente, cosa que no puede ocurrir porque perjudica la apreciación que el cliente tenga de la empresa.

o Otro punto a resaltar es que, Farmacias Sinaí al ser una marca reconocida por el mercado cuencano y a nivel del Austro como una farmacia donde se encuentran todos los productos que el cliente necesite, se vuelven muy exigentes al momento de su compra. Sobre todo para los médicos, quienes son los principales clientes, es mucho más difícil entender cuando existe escasez de producto o discontinuidad, ya que como se explicó

anteriormente las limitantes de importación a nuestro país ha afectado de igual manera al área de la salud. Es por esto que el personal de compras necesita buscar un sustituto inmediatamente para poderlo presentar al momento de reclamos.

o En cuanto al control de inventario, es preocupante el desinterés del personal al momento de existir cruce (se refiere al error al momento del despacho de un medicamento por otro), faltante o sobrante. La política de la empresa es descontar al personal de auxiliar de farmacia cuando existe faltante o sobrante de inventario de manera compartida. Debido a esta política la jefe de farmacia no ha sido informada el momento que existe sobrante de inventario, desconociendo lo que se realiza con el mismo y falta de interés cuando existe un descuadre de faltante en el inventario. He podido observar que los auxiliares de farmacia asignan una parte de su sueldo para poder cubrir esta cuota de inventario, lo que muestra claramente que no existe compromiso con la empresa para poder disminuir errores.

o Después de las quejas presentadas por parte de los miembros del Directorio de SINAIFARM, el Ing. Leonardo Sánchez, Gerente General, expuso esto al personal con el fin de motivarlos a que ellos pueden realizar un mejor trabajo. Se creó modificó el procedimiento de atención al cliente para los Auxiliares de Farmacia por parte de Talento Humano para que la atención hacia los clientes sea de calidad y además el personal pueda tener un orden en el que se puedan evitar errores.

o SINAIFARM es una empresa abierta a recibir pasantes, sobretodo con la escuela de Bioquímica de la Universidad de Cuenca, con la que existe un convenio para ayudar a la formación de los estudiantes. Esto ha podido beneficiar también a la farmacia, ya que estas personas tienen la responsabilidad de revisar que el medicamento despachado al cliente sea el correcto de acuerdo a la receta del médico y la factura.

o Durante este período de observación se ha visto una gran rotación de personal, sobre todo en lo que se refiere a auxiliares de farmacia. De acuerdo a los comentarios de la Jefatura de Talento Humano, siempre ha existido una rotación de personal importante en SINAIFARM, sin embargo, este año ha aumentado dicho factor, para lo cual aún se continúa estudiando las causas para poder crear estabilidad para la empresa.

Conclusión:

SINAIFARM es una empresa que tiene una gran fortaleza que es tener el mejor stock del mercado del Austro, sin embargo se ha visto una debilidad en la atención al cliente, lo que

genera que el servicio no sea de calidad. Por esta razón, la empresa debe trabajar ampliamente en su capital humano debido a que ellos son la imagen que se presenta hacia el público y serán quienes motiven la compra del cliente y así mismo incentivar a que regresen.

En este último mes se ha notado una mejora debido a la modificación de los procedimientos realizado por el departamento de Talento Humano. Además la motivación que constantemente el gerente, la jefatura y coordinación de las farmacias realizan ayuda a la motivación del personal para que cada vez se comprometan más con la empresa.

He podido constatar como la dirección de SINAIFARM, se preocupa de velar por los derechos que tienen los empleados de la farmacia, ya que ellos son los responsables de generar ventas para esta empresa farmacéutica. Así mismo, se plantean metas fijando un cupo de ventas para que los empleados puedan alcanzar mensualmente, el cual son analizados de acuerdo al comportamiento del mercado actual.

El comportamiento del personal de auxiliares de farmacia hacia los clientes me parece que no demuestra mostrar interés sobre entender realmente cuál es la verdadera necesidad del cliente, sin embargo una de las causas podrían ser las metas fijadas en las ventas de cada uno. Ya que no es posible eliminar las metas fijadas para los auxiliares de farmacia, es necesario crear estrategias que generen menos estrés en el personal. Desde mi punto de vista, la relación laboral entre el personal es bastante competitiva a la hora de realizar una venta, por esta razón muchas de las veces el personal no tiene recesos pequeños entre la jornada de trabajo que inclusive mejorarían su salud mental y física, y se sentirían más gustosos de realizar su trabajo evitando la rotación tan alta del personal. Para lograr una armonía en el ambiente laboral, la jefatura y coordinación de farmacia deberían organizar pausas activas para los empleados para evitar la fatiga y así la atención que le brindan a cada cliente será de calidad y permitirá motivar a que la persona confíe en Farmacias Sinaí y piense en este nombre al momento de necesitar sus productos.

Es importante tomar en cuenta que dentro de la empresa de SINAIFARM podrían estar viviendo el Síndrome de Burnout. El término inglés "burnout", hace referencia a una disfunción psicológica que parece suceder de forma más común, entre los trabajadores cuya labor se realiza en relación directa con la gente. Es la consecuencia de altos niveles de tensión en el trabajo, frustración personal e inadecuadas actitudes de enfrentamiento a las situaciones conflictivas. Supone un coste personal, organizacional y social importante. (Alvarez Gallego & Fernandez Ríos, 2015). Ya que el personal está constantemente presionado por cumplir una meta de ventas, están prestos a tener

inconvenientes con clientes o médicos, tener precaución con el inventario y el dinero en su caja, ya que los descuadres son reconocidos por el mismo empleado; y además la persona debe ser muy minucioso(a) en su trabajo, debido a que en este mercado los errores deben ser mínimos ya que no se puede cometer errores importantes con la salud de una persona. Por lo tanto la persona intenta precautelar todos estos factores, y de cierta manera se ve presionado durante las ocho horas de trabajo, creando un agotamiento tanto físico como mental. Es necesario tomar medidas, creando estrategias que motiven al personal para que las metas que se les impone sean más fáciles de cumplir.

De acuerdo a un estudio realizado en la Corporación Médica Monte Sinaí sobre el estudio de rotación del personal y sus causas, se pueden inferir los siguientes resultados (Jaramillo Polo, 2015):

• La rotación del personal en el año 2014 fue del 38%, un 5% inferior al año 2013, sin embargo según mi criterio es un valor considerable y en el que se debe trabajar. El 51,14% del total de los trabajadores desvinculados de la empresa volverían a trabajar en la Farmacia pero el 42,86% no lo haría.

• Los cargos donde existe mayor rotación son con un 36% de las rotaciones en el año 2014 de auxiliares de farmacia, y el 29% se dieron por salida de auxiliares profesionales. El restante son en los puestos de cajera y auxiliares de bodega.

• El 75% de las salidas del personal ha sido por renuncia voluntaria. El 50% de este resultado se ha desvinculado por que han recibido otras ofertas laborales mucho más atractivas o no han podido alcanzar el cupo de ventas. Mientras que el otro 50% se da por que no están de acuerdo con los descuentos que se les hace en el rol por los faltantes en el inventario, por interés en estudiar, por su horario y cupo de ventas, y por interés en desempeñar su profesión.

• De los encuestados, el 14% de los empleados estaban insatisfechos con el sueldo que percibía, el 42,86% están satisfechos y el resto se encuentran medianamente satisfechos. En cuanto a la relación con su jefatura y compañeros de trabajo el 85,71% se encuentra satisfechos, y el restante no lo están debido a la insatisfacción por la motivación que se les da y la presión por el cumplimiento en su cupo de venta, así como el descuento por faltantes en inventario, ya que el mismo es cobrado a todos por igual y no se descontaba a las personas responsables.

• En cuanto al nivel de satisfacción en el cupo de ventas el 71,43% se encuentra insatisfechos con esta política, mientras que el 14,29% si lo están y el restante debido a su cargo no aplica este punto no aplica.

Finalmente, pienso que además de trabajar en estrategias para la comercialización de los productos a vender en Farmacias Sinaí, también se debería buscar la manera de fortalecer el área de talento humano. La motivación hacia el personal es un tema que no se puede descuidar en ningún aspecto, para lo que las estrategias que se debe crear para este negocio no deben ser muy extensivas ni difíciles de manejar, por el contrario deben ser bastante flexibles y adaptables al comportamiento del personal. Es necesario trabajar en la áreas de mayor desmotivación del personal, ya existe un indicador bastante alto que demuestra que no están de acuerdo con ciertas políticas que tiene la empresa, que de cierta manera podrían ser modificadas con el fin de genera un mejor ambiente de trabajo precautelando el interés el empleado y empleador.

2.2.2. Entrevista a grupo focal.

Esta técnica también conocida como Focus Group consiste en una entrevista realizada a un grupo de entre ocho a quince personas, de manera de tener una discusión libre y espontánea sobre el tema de interés a ser investigado. Mientras más ampliamente se trate el tema a tratar es mejor ya que lo que se intenta es estimular los participantes para que den sus diferentes puntos de vista y de esta manera se puede tener una información rica y extensa. También es importante señalar que debido a que es una conversación abierta no se puede evaluar la fiabilidad de los datos expresados, sin embargo estos puntos son pautas necesarias que guían a la investigación (Trespalacios, Vásquez, & Bello, 2005).[19]

Para realizar una entrevista a un grupo focal, existen varias fases en las cuales hay temas a considerar (TRESPALACIOS, Juan A.; VÁZQUEZ, Rodolfo; BELLO, Laurentino. 2005)

1. Especificar los objetivos de la investigación:

Como lo indica esta fase, aquí es necesario que el investigador defina y tenga claro qué información quiere obtener de esta investigación, para lo que se deben definir los puntos y temas a tratar con los participantes.

2. Planificar la dinámica de grupo: Esta fase se basa en varios temas:

• **Seleccionar los integrantes de la dinámica de grupo:** Es importante que las personas seleccionadas para que formen parte de esta técnica, tengan conocimientos sobre

19 TRESPALACIOS, Juan A.; VÁZQUEZ, Rodolfo; BELLO, Laurentino. Investigación de mercados, pág. 60.

el tema para poder tener objetividad en las ideas y discusiones que permita enriquecer la información obtenida.

• **Composición de la muestra:** Consiste en el número de reuniones que se realizarán y el número de personas que participaran en las mismas. Como ya se mencionó anteriormente el número de personas es de ocho a quince personas, por lo que no se requiere de una muestra grande, sino que un pequeño grupo de personas tengan representatividad sobre las posibles situaciones que pueden ocurrir dentro del mercado.

• **Temas a tratar:** El investigador debe evaluar la manera en la que explicará a los participantes de la dinámica de grupo los temas que serán tratados y además deberá preparar material de estímulo, el cual permitirá direccionar este conversatorio. Los temas presentados pueden tener un orden, sin embargo puede ser flexible a los cambios que la conversación vaya otorgando. Para el éxito de esta dinámica se debe planificar el guion de debate, el que consiste en primer lugar, explicar los objetivos y la manera en la que el grupo interactuará; el esquema de los temas y finalmente se realizará una conclusión y reflexión a manera de resumen sobre los comentarios que surgieron en el transcurso de esta reunión por los miembros del grupo y se debe preguntar si son acertados para verificar la comprensión del investigador.

3. Reclutamiento de los participantes:
Como ya se mencionó anteriormente, los participantes deben conformar un grupo que sea representativo para tener una información certera y poder alcanzar el objetivo deseado, por esta razón, es importante que los participantes conozcan el fin de esta investigación y qué es lo que se intenta conseguir con la misma.

4. Moderación de la dinámica de grupo:
En una dinámica de grupo, se necesita de un moderador que pueda captar las ideas expresadas en el grupo, y de motivar a tener discusiones detalladas y espontáneas. El moderador debe tener la capacidad de escuchar, observar, interpretar, expresarse con claridad, tener objetividad, tomar decisiones rápidas y la búsqueda de soluciones cuando sea necesario; comprender y ejercer control sobre los participantes; de esta manera la dinámica será más organizada y sencillo de extraer la información.

5. Análisis e informe de los resultados:
Cuando ha finalizado la dinámica se grupo se recopila todo el material recopilado. Una vez se ha sintetizado toda la información se revisa las tendencias o factores comunes,

y además se analiza los comentarios de los participantes para agruparlos de acuerdo al guion de debate. Finalmente se diseña y redacta el informe de resumen, el cual contiene conclusión de la investigación basado en el objetivo establecido.

Aplicación a SINAIFARM:

El principal objetivo de esta investigación consiste en generar estrategias para la potencialización de las ventas de SINAIFARM. Para tratar este tema se presentaron las siguientes preguntas a los presentes de este grupo focal:

a) ¿Cómo creen que SINAIFARM apoya al personal para alcanzar un incremento en las ventas?
b) ¿Cuáles son las áreas pilares en las que se deben concentrar las estrategias para lograr potencializar las ventas de SINAIFARM?
c) ¿Cómo podrían mejorar los procesos para alcanzar el objetivo deseado?
d) ¿Cómo podría mejorar el servicio de SINAIFARM para atraer a clientes internos como externos?
e) ¿Cuáles son las estrategias que creen ustedes son necesarias implementar para poder crecer en un entorno tan cambiante como es actualmente el mercado farmacéutico?
Los miembros invitados para llevar a cabo este grupo focal fueron las siguientes:

1. Dra. María del Carmen Vélez	PRESIDENTE SINAIFARM
2. Ing. Leonardo Sánchez	GERENTE SINAIFARM
3. Dra. María del Carmen Narváez	JEFE DE COMPRAS SINAIFARM
4. Dra. Graciela Chuisaca	JEFE DE FARMACIA SINAIFARM
5. Bqf. Fernando Vivar	COORDINADOR DE FARMACIA SINAIFARM
6. Bqf. Javier Bermeo	JEFE DE BODEGA SINAIFARM
7. Cpa. Bertha Vanegas	JEFE CDE CONTABILIDAD SINAIFARM
8. Lcda. Lorena Reyes	JEFE DE TALENTO HUMANO SINAIFARM

Se vio importante la presencia de cada una de las personas nombradas anteriormente, ya que todos ellos conocen desde su área el funcionamiento del mercado farmacéutico. El aporte que cada una de estas personas fue muy importante durante las dos sesiones de grupo focal que se llevaron a cabo, ya que así como se llegó a un consenso en las respuestas, de la misma manera cada uno expreso su punto de vista desde su actividad dentro de la institución. La información fue muy enriquecedora, ya que es un punto de partida que ayudará a la toma de decisiones al momento de alcanzar el objetivo presentado inicialmente.

Al comienzo de esta entrevista, todos los participantes mostraron interés al conocer el objetivo de esta reunión, ya que es un fin que se plantea cada día de trabajo; sin embargo, establecer estrategias y un plan anual que respalde el cumplimiento de este objetivo ayudaría notablemente a los resultados de la institución de manera que al desarrollar las diferentes actividades planificadas conllevan un proceso exitoso al alcanzar dicho objetivo. El criterio de cada uno tiene un gran valor para este análisis, ya que gracias a ellos, las ideas en busca de una mejora facilitan el cumplimiento de lo establecido.

1. ¿Cómo creen que SINAIFARM apoya al personal para alcanzar un incremento en las ventas?

La empresa SINAIFARM S.A. apoya a su personal para alcanzar un incremento en las ventas es a través de los siguientes factores:

• **Stock suficiente**: Al tener un inventario que cubra la necesidad de los clientes de la empresa le permite al personal de Auxiliares de Farmacia poder ofrecer un servicio mejorado. A pesar del servicio que dedica esta institución y que genera un valor agregado frente a la competencia, el cual consiste en conseguir los productos que no se encuentran en farmacia en el menor tiempo posible; lo que se plantea con este punto es que se controlen correctamente los inventarios para que no falte nada y el cliente pueda satisfacerse de mejor manera al obtener su medicamento instantáneamente.

• **Descuentos y promociones:** Este punto permite que una venta se realice más fácilmente, ya que para un cliente es muy atractivo comprar un producto a menor precio que se lo encuentra normalmente. Fidelizar a los clientes con la empresa, es otra de las razones importantes, ya que ciertos productos como son los medicamentos para enfermedades crónicas, es decir, de constante uso son los principales productos que se encuentran en este punto. También se pueden encontrar los suplementos vitamínicos ya que un gran porcentaje de clientes los consume como medicina preventiva y al mismo tiempo de cuidado personal.

• **Capacitación:** Entrenar y capacitar al personal es muy importante ya que genera un estímulo en su puesto de trabajo y al mismo tiempo educa a los empleados sobre todo en el área de atención al cliente para poder desarrollar de mejor manera el trabajo cumpliendo los procesos y procedimientos, mejorando la satisfacción del cliente. Adicional a esto, el personal también se desarrolla profesional y personalmente generando motivación en su desempeño laboral.

• **Infraestructura:** La infraestructura tiene una gran influencia al momento de generar una venta, ya que en primer lugar se designa un espacio para cada producto (productos de percha) para que tengan una mejor exhibición y ayude en el proceso de venta. Por otro lado en lo que respecta a medicamentos, se asignaron perchas que están distribuidas por orden alfabético de acuerdo a los diferentes medicamentos, lo que facilita la búsqueda del producto en menor tiempo de manera de satisfacer mejor a los clientes.

• **Publicidad:** La publicidad también es muy importante ya que con esta herramienta se permite ganar posición en el mercado, además de poder informar a los clientes los servicios y beneficios que la empresa brinda. Lo que se intenta potencializar es el servicio a domicilio que SINAIFARM tiene, ya que este servicio gratuito se ofrece durante las 24 horas día y los siete días de la semana.

• **Fidelización de los clientes internos:** SINAIFARM al tener un gran número de clientes internos busca su fidelización de manera de que ellos también puedan atraer clientes externos a Farmacias Sinaí. Un buen servicio que ayuda a potencializar una venta es el crédito corporativo, el cual consiste en un cupo mensual máximo que el cliente puede utilizar y que a fin de mes será descontado del rol, y en ciertos casos con compras mayores a $50 dólares podrán ser diferidos. Por otra parte los médicos también son clientes internos de gran potencial, ya que son los mayores generadores de pacientes para Farmacias Sinaí, por lo que mediante regalías se les motiva para que sigan trabajando con la institución, además constantemente se les presentan los diferentes portafolios de productos que tenemos de acuerdo a las diferentes líneas que se manejan y la especialidad del médico, así como las promociones y planes que se encuentran vigentes.

2. ¿Cuáles son las áreas pilares en las que se deben concentrar las estrategias para lograr potencializar las ventas de SINAIFARM?

De acuerdo al criterio de todos los presentes las áreas pilares de SINAIFARM son compras y ventas. Por un lado compras ya que es el departamento que se encarga de hacer buenas negociaciones con los proveedores y laboratorios, para principalmente poder ofrecer precios competitivos en el mercado, pero también promociones, planes de medicación, etc. El área de ventas en cambio, es el área que se encarga de ofrecer al cliente los productos y a través de una buena atención al cliente lograr que el medicamento llegue al consumidor final.

3. ¿Cómo podrían mejorar los procesos para alcanzar el objetivo deseado?

Como ya se lo mencionó anteriormente dentro de las herramientas que apoya al personal de SINAIFARM para mejorar las ventas, a través de una capacitación el personal puede conocer los procedimientos y procesos que tiene la empresa para que ellos sepan los lineamientos que tienen que seguir para lograr alcanzar un incremento en las ventas y así mismo en su desempeño laboral. Sin embargo, para que el personal pueda tener una mejor capacitación e inducción de sobre los procesos, es importante que el área de Talento Humano elabore el manual de procesos, con el fin de tener un registro sobre los exigibles para el personal. Una vez establecido el manual, se debe dar un seguimiento para determinar sí el personal cumple con lo establecido o no, en el caso de tener una respuesta negativa se buscarán los correctivos necesarios ya que la idea de la dirección de SINAIFARM es formar a los profesionales que forman parte de la empresa más no desvincularse de ellos en caso de que no logren las expectativas (obviamente dependiendo de los casos).

4. ¿Cómo podría mejorar el servicio de SINAIFARM para atraer a clientes internos y externos?

La manera en que se podría mejorar el servicio de SINAIFARM para atraer a clientes tanto internos como externos es a través del monitoreo y seguimiento de los procesos y manuales que tiene establecido la institución. Si se siguen estos lineamientos, el servicio al cliente mejoraría muchísimo más ya que lo importante es ofrecer calidez y satisfacción a los pacientes, por el mismo hecho de que el área de salud debe ser atendido de la mejor manera debido a que la mayor parte de los clientes son pacientes enfermos que esperan obtener lo que están solicitando.

5. ¿Cuáles son las estrategias que creen ustedes son necesarias implementar para poder crecer en un entorno tan cambiante como es actualmente el mercado farmacéutico?

De acuerdo a lo expuesto por los presentes, se vio necesario enfocarse en los siguientes temas para los cuales se pueden generar estrategias que permitan que la empresa SINAIFARM pueda crecer dentro del mercado farmacéutico:

- Potencializar el servicio a domicilio.
- Estudiar proyectos de expansión.

- Buscar factores diferenciales de servicio.
- Mejorar la atención al cliente.
- Brindar beneficios que no ofrece la competencia.

2.2.3. Entrevista a expertos.

Esta técnica se basa entre la relación del entrevistadora y entrevistado, la cual se basa en el contenido, dirección y registro de respuestas (Trespalacios, Vásquez, & Bello, 2005).

El contenido se refiere a los temas y preguntas que se tratarán en la entrevista, de los cuales no tiene importancia el tiempo y el orden en la que se vayan dirigiendo. Lo importante es poder extraer la información necesaria para poder lograr el objetivo de esta investigación.

Por otro lado la dirección consiste en la habilidad del entrevistador para poder llevar la entrevista a cabo, conduciendo al investigado hacia el tema central que se desea tratar. Claro está que la posición del entrevistador debe ser neutral, de manera que no pueda influir en la respuesta de sus participantes. La síntesis y análisis de las respuestas y comentarios son trascendentales que se realicen entre ambas partes, para verificarlos y fundamentarlos.

Finalmente, el registro puede ser realizado en el momento que se realiza la entrevista, o si es que el entrevistado autoriza también se puede grabar o filmar la entrevista. Es recomendable poder tener un respaldo de la entrevista realizada, ya que así se puede evitar el olvido de algún punto importante.

Aplicación a SINAIFARM:

1.- ¿Cuál es el concepto que usted tiene sobre SINAIFARM (Farmacias Sinaí)?

DRA. MARÍA DEL CARMEN NÁRVAEZ: Es una Farmacia que está al servicio de toda la comunidad con el objetivo de satisfacer sus demandas de medicamentos e insumos médicos principalmente apoyando así a la recuperación de su salud en casos agudos o a mantener una vida digna para los pacientes crónicos.

EULALIA CALDERON: Conoce la farmacia desde sus inicios y vio su crecimiento piensa que es una excelente farmacia con mucho stock y servicio.

ING. JAVIER VEGA: Las Farmacias Sinaí son un gran aporte para la comunidad Azuaya, ya que desde un principio se han preocupado notablemente por la salud de cada uno de los pacientes o clientes que acuden a sus locales, contando con medicamentos e insumos que aporten a un adecuado tratamiento médico de acuerdo a la patología clínica determinada; es por ello que el compromiso de Farmacias Sinaí está siempre presente en beneficio del bien más preciado que es LA SALUD.

ING. LEONARDO SÁNCHEZ: SINAIFARM es una empresa que dentro del mercado farmacéutico del Austro se ha ganado un espacio y un nombre en función de servicio y un amplio stock de medicamentos, insumos médicos, productos de diagnóstico, líneas de diagnóstico, entre otros, ha podido satisfacer una demanda insatisfecha, en función de la salud y bienestar de sus clientes.

2.- Según su perspectiva, ¿cuáles son las necesidades que SINAIFARM debería buscar satisfacer dentro del mercado farmacéutico?

DRA. MARÍA DEL CARMEN NÁRVAEZ: Contar con la variedad de medicamentos que ya sea por costos, por registros sanitarios, por volúmenes de inventarios o por importaciones, los pacientes no pueden conseguir en otras áreas de salud. Al no poder competir con precios es necesario brindar calidad en el servicio: oportuno, completo y asesoramiento profesional.

EULALIA CALDERON: Ayudaría que se organicen más con respecto al tiempo de las personas, es decir respetar los horarios de cada laboratorio para sus pedidos.

ING. JAVIER VEGA: Seguir contando con una amplia gama de medicamentos e insumos, ya que se han caracterizado por tener siempre todo, y con ello satisfacer las necesidades de los médicos tratantes así como del paciente; ser más competitivos con mayor presencia de marca en diferentes sectores de la ciudad y generar ventajas competitivas que marquen una diferencia, la cual es nuestro compromiso con la salud y el bienestar.

ING. LEONARDO SÁNCHEZ: Actualmente la industria farmacéutica afronta muchos cambios y obligaciones lo que obliga a buscar necesidades específicas de los clientes para satisfacer la demanda insatisfecha y necesidades generales buscando competitividad. Por este motivo tienen alianzas estratégicas con sus proveedores que les permiten cubrir cualquier necesidad sin comprometer el inventario, también se encuentran en una búsqueda constante de nuevas líneas para el negocio, que permitan dar un servicio integral a cada uno de sus clientes.

3.- ¿Conoce usted los servicios que brinda SINAIFARM a sus clientes?
DRA. MARÍA DEL CARMEN NÁRVAEZ: Sí, Plan de Medicación Continua, Servicio a domicilio 24hrs, atención al público 24hrs, entre otros.

EULALIA CALDERON: No conoce al respecto creo que tienen sistemas de tarjetas pero no sé nada mas.

ING. JAVIER VEGA: Sí, dentro de los cuales están: Servicio 24 Horas, Servicio a Domicilio, Preparación de Fórmulas Magistrales, Planes de Medicación Continúa, Fidelización de Clientes, entre otros.

ING. LEONARDO SÁNCHEZ: Principalmente el servicio de asistencia en los puntos de venta con profesionales farmacéuticos, adicionalmente contamos con un servicio único de atención a domicilio las 24 horas.

4.- ¿Cuáles son las fortalezas que usted cree se deberían destacar de SINAIFARM?
DRA. MARÍA DEL CARMEN NÁRVAEZ: Servicio 24 horas, servicio a domicilio, convenio con el IESS, el más completo stock de medicamentos y calidad de los productos.

EULALIA CALDERON: Personal organizado, pronta atención, apertura para tener todos los medicamentos.

ING. JAVIER VEGA: Sus fortalezas son: Compromiso, bienestar, seguridad, cadena de Abastecimiento completa y trabajo en Equipo.

ING. LEONARDO SÁNCHEZ: Una trayectoria de 18 años que ha permitido posicionar el buen nombre de Farmacias Sinaí con servicio profesional y personalizado, el stock más completo del Austro, y servicio a domicilio las 24 horas.

5.- De acuerdo a su conocimiento en el área de la salud, ¿qué posicionamiento cree usted tiene SINAIFARM dentro del mismo?
DRA. MARÍA DEL CARMEN NÁRVAEZ: SINAIFARM como tal no es reconocido, lo que en todo el Austro se conoce y recomiendan acudir cuando no encuentran los

productos es LA FARMACIA DEL MONTE SINAI. Esta empresa se encuentra muy bien posicionada dentro del mercado, todos conocen.

EULALIA CALDERON: Es una de las principales farmacias como marcador tanto para venta y prescripción.

ING. JAVIER VEGA: Dentro del medio principalmente en la ciudad de Cuenca, Farmacias Sinaí está muy bien posicionada, ya que se ha caracterizado por ser una farmacia que cuente siempre con lo fundamental que es medicamentos e insumos, y no una cadena de bazares u otros productos que no aportan en forma efectiva al cuidado de la salud de una persona.

ING. LEONARDO SÁNCHEZ: El posicionamiento de SINAIFARM está en función de servicio y stock de productos farmacéuticos e insumos médicos, lo que permite entrar en la mente del consumidor para satisfacer todas sus necesidades, siendo un referente para los clientes y la competencia en el mercado farmacéutico del Austro.

6.- ¿Qué sugerencias daría usted para que SINAIFARM sea aún más atractivo al público?
DRA. MARÍA DEL CARMEN NÁRVAEZ: Que el servicio a domicilio sea más eficaz y eficiente, que los técnicos de farmacia sean más capacitados en su área para asesorar al cliente, que se evite la espera por tiempos largos del cliente para ser atendido sobre todo en horas de mayor afluencia, que el cierre de la venta sea más cortés y se brinde confianza al cliente.

EULALIA CALDERON: Más descuentos y programas de medicación continua con productos para pacientes crónicos.

ING. JAVIER VEGA: Seguir impulsando los beneficios como entregas a domicilio, servicio 24 horas, medicación continúa, buscar nuevas áreas de influencia en donde puedan abrirse nuevos locales, descuentos, planes de fidelización.

ING. LEONARDO SÁNCHEZ: Es necesario incrementar los puntos de ventas para poder llegar a más clientes, así será posible difundir los servicios y descuentos utilizando medios electrónicos y de difusión masiva.

7.- ¿Qué opina usted sobre la nueva disposición del gobierno sobre la fijación de precios en los medicamentos y cómo cree que esto afectaría a la industria farmacéutica?

DRA. MARÍA DEL CARMEN NÁRVAEZ: Nos afectará seriamente ya que los laboratorios no están respetando el precio de venta a farmacia y las bonificaciones también se están ya reduciendo. Disminuye por tanto el porcentaje de utilidad de la farmacia lo cual hace que también nosotros disminuyamos el descuento a los pacientes. Nosotros al final nos veremos como una farmacia de precios altos mientras las Farmacias de Corpdesfa, Farmasol y las Farmacias que son de las Distribuidoras como Fybeca, Sana Sana, Pharmacys tendrán precios más bajos. Orientará esto también a que evitemos tener productos que no tengan rentabilidad para nosotros.

EULALIA CALDERON: Creo que es una medida muy fuerte para la industria farmacéutica pues habrán multinacionales que se irán del país eso hará que nos quedemos sin medicación muy importante para muchos pacientes y dejara muchas personas sin empleo.

ING. JAVIER VEGA: Es una medida bastante fuerte que el gobierno ha tomado, y los grandes laboratorios farmacéuticos al verse afectados en su margen de rentabilidad por la distribución o venta realizada a las cadenas farmacéuticas, generarán que el mercado Ecuatoriano no sea muy atractivo y por ende buscarán mercados internacionales que brinden seguridad y crecimiento; entonces ante ello principalmente los afectados es la comunidad de pacientes que buscan sanar sus dolencias o enfermedades con medicación que le brinde calidad de vida. Desde mi punto de vista creo que aún nuestro país no está en la capacidad de producir un producto de calidad como lo son los medicamentos e insumos y por ende no somos competitivos.

ING. LEONARDO SÁNCHEZ: Consideró que es una política que lo que busca es controlar una industria que de cierta forma manifiesta grandes diferencias en el precio entre dos o más medicamentos que contienen la misma molécula, pero que lamentablemente no tiene los mecanismos que den las garantías suficientes de calidad para establecer la bio-equivalencia entre los medicamentos, por esta razón no se puede garantizar la evolución de una patología con una gran cantidad de productos que están en el mercado que se vieran beneficiados de esta disposición del gobierno, a diferencia de productos que si brindan garantías en fusión de estudios y desarrollo de productos con altas normas de calidad, los mismos que pudieran salir del mercado si la política de fijación de precios afectara su rentabilidad, perjudicando la salud de los ecuatorianos.

8.- ¿Usted cree que el mercado farmacéutico está saturado de farmacias o aún hay zonas que cubrir?

DRA. MARÍA DEL CARMEN NÁRVAEZ: Si hay Zonas por cubrir, sin embargo tenemos la dificultad de los precios y hay que considerar que la cadena Farmasol tiene farmacias en muchas zonas con precios muy bajos.

EULALIA CALDERON: Creo que no está saturado pero a mi criterio no necesitamos más.

ING. JAVIER VEGA: Hay un gran número de farmacias, pero lamentablemente no cuentan con todo lo necesario para brindar un servicio adecuado, es por ello que considero que si existen aún lugares estratégicos a ser explotados.

ING. LEONARDO SÁNCHEZ: En lo referente a la afectación de la industria farmacéutica sería notoria una vez que se aplique la política de fijación de precios, debido a que afectaría la rentabilidad de las farmacia al tener menos descuentos y bonificaciones que en parte se transferían al cliente final, por esta razón la industria farmacéutica tendrá que disminuir gastos para poder demostrar rentabilidad al final del año. Actualmente el mercado del Austro presenta una sobre oferta de farmacias, pero al mismo tiempo hay una demanda insatisfecha debido a que gran parte de estas farmacias no cuentan con el stock suficiente de productos, lo que genera un cambio en la receta del cliente, poniendo en riesgo la evolución de la patología y dejando a un lado el criterio del profesional médico al cual acudió ese cliente.

2.3. Identificación y análisis de los mejores prescriptores.

La empresa de SINAIFARM al pertenecer a la Corporación Médica Monte Sinaí, cuenta con un amplio portafolio de médicos profesionales dentro de la misma, y al ser una farmacia de especialidades, los tiene como principales clientes. Para SINAIFARM es sumamente importante mantener motivados a sus principales clientes de manera en que sigan prefiriendo a esta farmacia como su principal opción al momento de realizar su prescripción y recomendación a sus pacientes para la adquisición de los productos necesarios.

El personal de Auxiliar de farmacia está capacitado para ingresar el nombre del médico que prescribe la receta médica, de manera que se lleva un control bastante fuerte para conocer quiénes son los médicos que son mejores prescriptores, por lo tanto los principales clientes. De igual manera el personal no está autorizado a realizar algún cambio

en la prescripción del médico a no ser de que se comunique con el mismo y de su aprobación, esto evita cualquier inconveniente con el paciente o médico, y al mismo tiempo se podrá tener un conocimiento real de los medicamentos que prescriben los médicos.

De acuerdo a la información obtenida del año 2013 y 2014, se puede obtener el siguiente cuadro resumen:

Tabla 16: TOTAL PRESCRIPCIONES 2013 VS 2014

AÑO	# RECETAS	VALOR	TOTAL VENTAS
2013	20645	$ 908.309,36	$ 4.185.582,67
2014	26595	$ 1.158.893,93	$ 4.536.329,18
% INCREMENTO	28,82%	27,59%	8,38%

Fuente: Corporación médica Monte Sinaí. Elaborado por: Ana María Martínez

Como se puede apreciar el 2014 ha tenido una mayor participación de los mejores prescriptores de SINAIFARM frente al comportamiento que tuvo el año 2013. Como se puede apreciar, el incremento de recetas comparado entre un año y el otro es de 28.82%, mientras que en lo que respecta al valor de las recetas, asciende el monto en un 40.90%. Es para SINAIFARM muy importante y satisfactorio sobre todo tener un alto porcentaje de incremento en el valor, ya que se esto genera mayores ingresos para la farmacia. Para enfatizar la participación que tienen las prescripciones de los médicos dentro de las ventas de SINAIFARM, es necesario aclarar que en el año 2013 el 22% del total de las ventas eran resultado de la prescripción de los médicos, y para el año 2014 ascendió al 26%. Por lo tanto no es indispensable mantener una alianza con los médicos de la Corporación Médica Monte Sinaí de manera que sean un apoyo para seguir creciendo como farmacia dentro de la industria farmacéutica.

Este cuadro refleja que en el año 2014 han existido estrategias que han permitido mantener e inclusive fortalecer la relación entre los mejores prescriptores y SINAIFARM. Sin embargo es necesario seguir trabajando en conjunto de manera de poder entender sus necesidades y al mismo tiempo en caso de algún inconveniente, como es el caso de que poco a poco ciertos medicamentos van desapareciendo de nuestro mercado, como un ejemplo, se podrá tener una comunicación efectiva que permita que ambas partes se mantengan informadas y de esta manera no se genere ningún mal entendido a la hora de prescribir, en el caso del médico; y de vender a los pacientes lo recetado por el médico, en el caso de la farmacia.

Como ya se explicó desde un inicio la confidencialidad de los médicos es sumamente importante para SINAIFARM, por esta razón se ha asignado un código a cada uno.

Únicamente como manera de ejemplo se presentará un cuadro de los principales 25 médicos prescritores:

Tabla 17							
RANKING	CÓDIGO	TOTAL ANUAL 2013		TOTAL ANUAL 2014		ÁLISIS COMPARATIV	
		# RECETAS	VALOR	# RECETAS	VALOR	# RECETAS	VALOR
1	SPC	1109	$ 87.222,75	1275	$ 88.971,71	14,96%	2,01%
2	SGF	1489	$ 49.259,58	1112	$ 39.710,45	-25,33%	-19,39%
3	BBW	343	$ 27.013,84	367	$ 25.422,87	7,15%	-5,89%
4	PCS	622	$ 29.048,37	858	$ 55.073,61	37,92%	89,59%
5	CME	462	$ 28.400,34	776	$ 34.484,67	67,84%	21,42%
6	SAO	1097	$ 31.819,20	952	$ 29.706,48	-13,23%	-6,64%
7	AAD	583	$ 29.671,37	505	$ 26.831,14	-13,45%	-9,57%
8	VGF	1254	$ 28.178,98	1055	$ 25.380,42	-15,90%	-9,93%
9	MIE	460	$ 20.701,57	545	$ 26.379,96	18,45%	27,43%
10	ACP	214	$ 12.931,83	584	$ 33.884,70	172,30%	162,03%
11	MAF	509	$ 17.798,40	512	$ 18.167,70	0,55%	2,07%
12	CTM	469	$ 19.185,12	593	$ 34.807,74	26,47%	81,43%
13	ATL	500	$ 18.116,73	703	$ 22.375,97	40,63%	23,51%
14	LVA	281	$ 10.568,92	495	$ 18.646,05	76,27%	76,42%
15	SAE	500	$ 18.852,83	487	$ 21.979,08	-2,66%	16,58%
16	COJ	246	$ 18.097,61	305	$ 16.395,47	23,96%	-9,41%
17	PPX	326	$ 23.263,91	344	$ 17.838,23	5,55%	-23,32%
18	PPP	433	$ 21.108,61	403	$ 19.163,03	-6,82%	-9,22%
19	GCP	413	$ 23.226,53	640	$ 30.661,17	55,04%	32,01%
20	OAV	276	$ 16.189,13	512	$ 20.499,87	85,37%	26,63%
21	VI1	688	$ 14.933,22	689	$ 14.584,64	0,16%	-2,33%
22	ACJ	751	$ 15.316,70	563	$ 17.431,94	-25,01%	13,81%
23	VVL	477	$ 17.465,98	575	$ 28.920,00	20,62%	65,58%
24	SCN	347	$ 20.563,25	354	$ 19.554,11	1,99%	-4,91%
25	PCP	290	$ 14.290,17	330	$ 16.048,06	13,62%	12,30%

Fuente: Corporación médica Monte Sinaí. Elaborado por: Ana María Martínez

Como podemos ver de acuerdo a este ejemplo expuesto el 28% de la muestra han disminuido su número de recetas prescritas a Farmacias Sinaí, por otro lado el 40% del valor por médico también han disminuido su valor. Una de las razones que yo pienso que ocurre esto es por la escasez de que tenemos actualmente en medicamentos dentro del país, y que en el año 2014 ya se empezó a sentir debido a las restricciones de importaciones que también ha afectado al área de la salud, ya que el gobierno ecuatoriano está creando una gran campaña para el uso de medicamentos genéricos, que por lo general los médicos de la Corporación Médica Monte Sinaí no lo ven como algo tan conveniente, ya que tienen mayor confianza en las casa médicas comerciales. Sin embargo, como lo pudimos apreciar en la Tabla 16, a nivel general de los cincuenta médicos considerados como los mejores prescriptores muestra resultados muy alentadores, por lo que es necesario trabajar con los médicos que han sufrido un descenso para poderlos incentivar a que esto se reverse.

SINAIFARM para reconocer a los médicos que apoyan constantemente a la farmacia considera a los cincuenta mejores prescriptores y los premia a través de regalías, cada

uno de acuerdo al monto que genera para la farmacia. De esta manera los médicos están motivados a trabajar con esta empresa y sobre todos convencidos de que están preocupados por ellos, al estar continuamente buscando satisfacer sus necesidades a través de una mejora continua.

2.4. Rotación de medicamentos.

En esta parte de mi trabajo de tesis se expondrán los principales medicamentos que tienen una alta rotación en todo el mercado farmacéutico, y adicional también se verá la rotación que han tenido los mismos dentro de SINAIFARM S.A. para realizar una comparación entre la rotación de la industria y el de la empresa. La información obtenida de esta muestra servirá para ver la posición que tiene SINAIFARM frente al mercado y adicionalmente si su indicador de rotación se alinea a la tendencia del sector.

Como modo de muestra se analizarán los primeros veinticinco medicamentos, y posteriormente en el Anexo se podrán encontrar los sesenta medicamentos analizados por el IMS Health:

Tabla 18

INFORMACIÓN EN DÓLARES PRINCIPALES PRODUCTOS MERCADO VS SINAIFARM			
PRODUCTO	MERCADO	SINAIFARMS.A.	%PARTICIPACIÓN
ENFAGROW	$ 13.681.093	$ 4.089,45	0,0299%
NIDO CRECIMIENTO	$ 15.346.802	$ 1.381	0,0090%
PEDIASURE	$ 7.695.675	$ 2.150,59	0,0279%
ENSURE	$ 8.682.387	$ 12.133,43	0,1397%
ARCOXIA	$ 8.568.570	$ 34.962,88	0,4080%
PROGRESS GOLD	$ 6.326.926	$ 1.129,18	0,0178%
NEUROBION	$ 7.451.467	$ 11.799,52	0,1584%
PHARMATON	$ 7.219.071	$ 4.308,43	0,0597%
DOLO-NEUROBION	$ 5.725.713	$ 4.722,43	0,0825%
REDOXON	$ 6.921.371	$ 5.462,71	0,0789%
KUFER-Q	$ 5.967.703	$ 8.723,19	0,1462%
FLUIMUCIL	$ 5.486.541	$ 8.633,73	0,1574%
ENTEROGERMINA	$ 5.098.946	$ 6.560,26	0,1287%
APRONAX	$ 5.575.273	$ 1.299,81	0,0233%
PEDIALYTE	$ 5.314.192	$ 11.013,95	0,2073%
CURAM	$ 4.985.800	$ 5.894,50	0,1182%
ENSURE ADVANCE	$ 2.301.220	$ 5.625,58	0,2445%
UMBRELLA	$ 4.099.045	$ 800,00	0,0195%
MESIGYNA	$ 4.025.974	$ 1.887,98	0,0469%
ASEPXIA	$ 4.573.460	$ 303,61	0,0066%
SUNCARE	$ 4.791.616	353	0,0074%
ENFAMIL PREMIUM 1	$ 4.472.489	$ 2.889,67	0,0646%
GLUCERNA TRIPLE	$ 1.688.932	$ 6.335,66	0,3751%
BUPREX	$ 4.430.984	$ 12.538,98	0,2830%
UMBRAL	$ 4.664.034	$ 6.574,07	0,1410%
PROMEDIO % DE PARTICIPACIÓN			0,1193%

Fuente: Corporación médica Monte Sinaí. Elaborado por: Ana María Martínez

Tabla 19

INFORMACIÓN EN UNIDADES PRINCIPALES PRODUCTOS MERCADO FARMACÉUTICO VS SINAIFARM S.A.			
PRODUCTO	MERCADO	SINAIFARMS.A.	%PARTICIPACIÓN
REDOXON	2.791.617	936	0,0335%
NEUROBION	3.130.032	9.486	0,3031%
PEDIALYTE	2.380.115	3.786	0,1591%
BUPREX	1.930.802	22.687	1,1750%
NIDO CRECIMIENTO	1.871.131	80	0,0043%
FUNGIREX	1.841.555	131	0,0071%
CLORURO DE SODIO (BAXTER)	1.498.593		0,0000%
MESIGYNA	1100702	382	0,0347%
APRONAX	1.210.731	3.155	0,2606%
UMBRAL	1.278.143	21.499	1,6820%
HEPABIONTA	1.165.493	5.046	0,4329%
DICLOFENAC (MK)	856.655	494	0,0577%
HEMAX	906.446	421	0,0464%
VISINA	968.061	353	0,0365%
BACTRIM	891.874	9.458	1,0605%
ENTEROGERMINA	843.993	9.111	1,0795%
HIDRAPLUS	1.138.617	2.349	0,2063%
DEXAMETASONA	602.390	3.691	0,6127%
ASEPXIA	897.142	304	0,0339%
EUTIROX	775.755	81.372	10,4894%
ENFAGROW	837.998	191	0,0228%
DOLGENAL	972.522	12.819	1,3181%
CLORURO DE SODIO (LIFE)	695.848		0,0000%
ANALGAN	945.383	29.620	3,1331%
PH-LAC	841.709	105	0,0125%
PROMEDIO % DE PARTICIPACIÓN			0,8881%

Fuente: Corporación médica Monte Sinaí. Elaborado por: Ana María Martínez

Como se puede apreciar la participación de SINAIFARM es en promedio un 0,504% frente al sector farmacéutico, ya que al tener dos puntos de venta y únicamente ubicados en el Austro ecuatoriano pierde posición frente a todo el mercado. Comparando los productos de mayor rotación que tiene la empresa con los productos del mercado, se puede ver que únicamente coinciden en unos cuantos, como es el caso de UMBRAL, EUTIROX, NEUROBION. Sintetizando la información analizada se puede concluir que la SINAIFARM debe trabajar un poco más en negociar con los diferentes laboratorios los productos que el sector farmacéutico tiene mayor rotación, ya que al obtener descuentos, promociones o bonificaciones más atractivas se podría transmitir este beneficio a los clientes para competir en precios y poder hacer uso de la rotación que tiene el mercado para que nos consideren un punto de compra al momento de solicitar los diferentes medicamentos mencionados en el ANEXO.

Ver ANEXO #4:

a. Rotación mercado farmacéutico (ims)

2.5. Diagrama de pareto.

El Diagrama de Pareto creado a principios del siglo XX por Wilfrido Pareto (1848-1943) es una herramienta muy utilizada actualmente en los negocios, ya que la regala del 80-20 sirve para analizar varios casos dentro de una empresa. Una expresión muy común de esta regla es de acuerdo a (Verdoy, Mahiques, Pellicer, & Prades, 2006) que el ochenta por ciento de nuestro negocio proviene del 20% de cliente por lo tanto, el Análisis de Pareto es una técnica que separa los pocos vitales de los muchos triviales,[20] lo que se puede interpretar que el 80% de los resultados totales se originan en el 20% de los elementos, lo que indica que es posible ser utilizada en varias áreas que son necesarias de analizar.

La técnica del Diagrama de Pareto según Alberto Galgano (Galgano, 1995) ayuda a concentrar todas las estrategias necesarias en las áreas de mayor importancia y rentabilidad que tiene una empresa. Busca enfocarse en las prioridades de una empresa y al hacer una concesión de toda la información facilita la toma de decisiones a la alta dirección.[21]

Dentro del caso práctico de SINAIFARM, el análisis se realizará sobre las ventas que tiene la empresa, ya que se ve la necesidad de conocer el 20% de los medicamentos que representan el 80% de las ventas de las farmacias. Por lo tanto serán los productos en los que se centrarán las estrategias para poder alcanzar el objetivo deseado, como por ejemplo buscar la manera de a través de una negociación con los proveedores sea posible disminuir el costo del producto con el fin de poder brindar un precio al cliente final más económico y conveniente comparado con la competencia, o buscar promociones atractivas para que los clientes se sigan sintiendo atraídos a adquirir dichos productos en SINAIFARM.

Ver anexo #5:
a. Diagrama de pareto.

2.6. Evaluación y calificación a proveedores.

La evaluación y calificación a proveedores está a cargo del departamento de compras, ya que el personal de esta área deben conocer a sus actuales y potenciales proveedores. Los puntos principales que resalta este análisis es calidad del producto y servicio, plazos de entrega y de crédito, nivel tecnológico, continuidad del producto y sobre todo el precios. Al reunir la información anterior la intención es poder seleccionar a los pro-

20 Google Books. Verdoy, Pablo Juan; Mahiques, Jorge Mateu; Pellicer, Santiago Sagasta; Prades, Raúl Sirvent- Manual de control estadístico de calidad: teoría y aplicaciones [citado 2014-01-25]. Disponible en: https://books.google.com.ec/books?id=kWGWTiZXLkUC&pg=PA205&lpg=PA205&dq=el+80%25+de+nuestro+negocio+proviene+del+20%25+de+nuestros+clientes.%22&source=bl&ots=u_kZzHF70v&sig=iO87falqOgXbGMyoGA8bYgTO07s&hl=es-419&sa=X&ei=093rVNacAcWWgwSElIRI&ved=0CD0Q6AEwBQ#v=onepage&q=el%2080%25%20de%20nuestro%20negocio%20proviene%20del%2020%25%20de%20nuestros%20clientes.%22&f=false

21 Google Books. Galgano, Alberto- Los siete instrumentos de la calidad total. [citado 2014-01-25]. Disponible en: https://books.google.es/books?id=PwF4AQ2F4mgC&pg=PA125&dq=que+es+el+diagrama+de+pareto&hl=es&sa=X&ei=58THVKXXMcbngwSh5ICYBQ&ved=0CCIQ6AEwAA#v=onepage&q=que%20es%20el%20diagrama%20de%20pareto&f=false

veedores que beneficien de la mejor manera a la empresa basándose a la(s) política(s) que maneje la misma (Anaya Tejero, 2007). [22]

Dentro de la Corporación Médica Monte Sinaí se creó el Comité de Compras el cual está conformado por las distintas áreas de la Corporación que realizan compras como: AUSTROIMÁGENES, NEUROLAB, SINAIFARM, SINAILAB, PROVEEDURÍA, MANTENIMIENTO, SISTEMAS; junto con el Jefe de Procesos y Logística. El Comité de Compras se formó ya que la Corporación Médica Monte Sinaí actualmente se encuentra en proceso de introducir las Normas ISO dentro de la misma, para lo cual se necesita tener definidos todos los procesos que la Corporación tiene, y además la idea de los Directivos de la misma tienen la intención de unificar todo para que sea a nivel corporativo.

Inicialmente se creó un formato de un formulario para realizar la Evaluación y Calificación a proveedores con el fin de que se pueda tener conocimiento de los datos del proveedor, como: Información básica (Razón Social, RUC, Teléfonos de Contacto, etc), Nombres de sus representantes de venta, certificaciones de calidad, etc; además informar las políticas que la Corporación Médica Monte Sinaí tiene con sus proveedores, y de aprobar las mismas podrán firmar el documento. Al momento que se recepta la información del proveedor es posible tabular la información para lo cual se creó una matriz de puntuación para cada una de las preguntas con el fin de poder determinar un rango del puntaje total en el que el proveedor es "Calificado", "En período de Evaluación" y "No calificado".

Dentro del formato de Evaluación y Calificación a proveedores también se solicita presentar una cotización de los productos, con el fin de poder evaluación precios entre un proveedor u otro. Adicional esta información sirve de ayuda para determinar los proveedores que brindan su servicio a las diferentes empresas de la Corporación, y de esta manera determinar si los beneficios son los mismas para todas las empresas o no.
De acuerdo al estudio realizado por la implementación de las Normas ISO, el Comité de Compras ha sido un área clave dentro de los procesos que tiene la Corporación ya que se puede obtener grandes beneficios a nivel corporativo. La implementación del control sobre los proveedores que las diferentes empresas han impuesto ha generado resultados bastante positivos ya que se tiene un mayor conocimiento sobre las ventajas que el proveedor brinda a la misma gracias a la calificación que finalmente se obtiene al momento de evaluar al proveedor.

22 Google Books. Anaya Tejero Julio Juan - Logística integral: la gestión operativa de la empresa. [citado 2014-01-25]. Disponible en: https://books.google.es/books?id=a4Tq_7Pmc04C&pg=PA147&dq=evaluaci%C3%B3n+a+proveedores&hl=es&sa=X&ei=UtDHVLqxN6zgsAS81YHwDg&ved=0CCAQ6AEwAA#v=onepage&q=evaluaci%C3%B3n%20a%20proveedores&f=false

Una vez se han implementado las bases para tener un control sobre los proveedores, el Comité de Compras se reúne de acuerdo a las necesidades que se presenten. El gerente de la Corporación Médica Monte Sinaí ha manifestado en reuniones del Comité de Compras que ha sido invitado para ser testigo de los avances que se han creado en este comité, sobre su interés en crear varios proyectos sobre el mismo que a futuro podrían generar un valor agregado a la Corporación Médica Monte Sinaí tanto interna como externamente.

Ver ANEXOS #6:

a. Formato de calificación y evaluación a proveedores.
b. Selección y evaluación de proveedores- sinaifarm.
c. Arámetros de evaluación a proveedores.

2.7. Análisis de plan de medicación continúa.

El plan de medicación continúa es un programa en el que se brinda beneficios al cliente que consume constantemente de un medicamento, es decir, estas personas son pacientes crónicos que siempre deberán adquirir un medicamento periódicamente hasta que su médico lo indique. En este plan se maneja lo que se llaman bonificaciones o descuentos. Las bonificaciones quieren decir que por la compra de dicha cantidad (establecida por el laboratorio) se le entregará una promoción gratis, en ocasiones puede ser cajas completas y en otras pueden ser tabletas. Lo que se refiere al descuento, es como su nombre lo dice, se le otorga al cliente un porcentaje que disminuya el precio del medicamento a adquirir.

El plan de medicación continua o PMC, funciona conjuntamente entre laboratorios, proveedores o distribuidores y la farmacia en beneficio del cliente final. La idea es que el producto tenga una mejor rotación incentivando a que el cliente consuma del mismo. Debido a que para la adquisición de estos medicamentos se necesita que el médico lo prescriba, este es el punto de partida. Tanto laboratorios como la farmacia se encargan de que el médico se entere de los productos que tienen un beneficio para sus pacientes, en el caso de laboratorio, a través de un representante de la línea visita al médico y le explica las bondades del medicamento y el PMC que tiene el mismo; por otro lado la farmacia, realiza una revista en el que se especifica por especialidades el PMC que existe. Los proveedores o distribuidores son simplemente un intermediario entre el laboratorio y la farmacia, que ayuda a que se realice la reposición del producto entregado como promoción o en el caso del descuento generar notas de crédito.

El PMC se potencializó en el año 2014 dentro del SINAIFARM, ya que años atrás se tenía pero no había un control como en este año ni tampoco se actualizaba como se lo hizo en el 2014. Es por esta razón que se realizará el análisis solo de este año.

Se podría decir que la rotación de algunos productos que están incluidos dentro del plan han tenido una alta incremento en sus ventas, lo cual beneficia también a la empresa ya que se puede comprar un mayor volumen, lo cual tiene como consecuencia un mayor descuento o bonificación para SINAIFARM.

Ver ANEXO #7:

a. Rotación plan de medicación continua.

Productos de mayor rotación por cantidad vendida del PMC (Anexo #7)

Tabla 20: PLAN DE MEDICACIÓN CONTINUA 2014

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR
EUTIROX 25 MG TAB X 50 (LEVOTIROXINA) 100+10 TAB	26201	$ 1.223,64
DUSPATALIN RETARD 200MG X 30 CAPS (MEBEVERINA HCL) SCHERING ECUATORIANA 27+3 TAB	17795	$ 9.342,91
CARDIOASPIRINA 100 MG COM X 30 (3+1 CAJA) (AC ACETILSALICILICO)	10771	$ 2.887,92
EUTIROX 75 MG COM X 50 (LEVOTIROXINA SODICA) 100+10 TAB	10724	$ 885,03
KUFER-Q RECARGADO CAP X 30(SILIMARINA-COENZI Q10) 20%DSCTO	8454	$ 5.927,27
DICETEL 100 MG COMP X 10 (PILOCARPINA-PINAVERIO) 27+3 TAB	7716	$ 7.077,77
VALCOTE ER 500MG TAB X 30 (DIVALPROATO SODICO) 30+3 TAB	7275	$ 6.313,40
NEXITO 10 MG COM X 10 (ESCITALOPRAM) 2+1 CAJA	7164	$ 8.409,07
BETASERC 24 MG TAB X 20 (BETAHISTINA) 37+3 TAB	7159	$ 8.145,58
FENOFIKAN 160MG CAP X 20 (FENOFIBRATO) 3+1	5438	$ 3.166,61
TECTA 40MG TAB X 14 (PANTOPRAZOL) 3+1 CAJA	5029	$ 10.100,52
SINDROMETA CAP X 30 (COENZIMA Q10/RESVERATROL) 20%DSCTO	4620	$ 2.723,39
EUTIROX 125 MG COM X 50 (LEVOTIROXINA SODICA) 100+10 TAB	4529	$ 458,28
ANGIOTEN 50 MG TAB X 20 (LOSARTAN) 2+1 CAJA	4316	$ 2.494,51
GLUCOFAGE-XR 500 MG TAB X 30 (METFORMINA) 60+5 TAB	4309	$ 2.301,12
NEOGAIVAL 3 MG COM X 20 (ESZOPICLONA) 3+1 CAJA	4256	$ 2.091,71
GLUCOFAGE-XR 750 MG TAB X 30 (METFORMINA) 60+5 TAB	3935	$ 2.806,43
ORLIFIT 120 MG CAP X 30 (ORLISTAT) 2+1 CAJA	3723	$ 2.764,20
ATORVASTATINA 40 MG LA SANTE TAB X 10 2+2 CAJAS	3662	$ 7.192,76
ANGIORETIC 50-12.5 MG TAB X 20 (LOSARTA-HIDROCLOROTIA) 2+1 CAJA	3522	$ 1.950,62
GLUCOVANCE 500/5 MG CAP X 30 (METFORMINA-GLIBENCLAMIDA) 60+15 TAB	3475	$ 1.156,78
OLEANZ 5 MG TAB X 10 (OLANZAPINA) 3+1 CAJA	3463	$ 11.428,37
TOTAL MAGNESIO 528 MG X 60 COMP (CITRATO MAGNESIO) 5+1 CAJA	3310	$ 1.242,43
DARISEC 7.5 MG COMP X 30 UNID (DARIFENACINA 5+1 CAJA	3270	$ 3.791,49
VALCOTE ER 250MG TAB X 30 (DIVALPROATO SODICO) 30+3 TAB	3239	$ 1.501,85

Fuente: Corporación médica Monte Sinaí. Elaborado por: Ana María Martínez

Productos de mayor rotación por valor (dólares) vendida del PMC (Anexo #7)

Tabla 21: PLAN DE MEDICACIÓN CONTINUA 2014		
DESCRIPCION	**CANTIDAD**	**VALOR**
OLEANZ 10 MG TAB X 10 (OLANZAPINA) 3+1 CAJA	3019	$ 15.287,34
OLEANZ 5 MG TAB X 10 (OLANZAPINA) 3+1 CAJA	3463	$ 11.428,37
TECTA 40MG TAB X 14 (PANTOPRAZOL) 3+1 CAJA	5029	$ 10.100,52
DUSPATALIN RETARD 200MG X 30 CAPS (MEBEVERINA HCL) SCHERING ECUATORIANA 27+3 TAB	17795	$ 9.342,91
NEXITO 10 MG COM X 10 (ESCITALOPRAM) 2+1 CAJA	7164	$ 8.409,07
BETASERC 24 MG TAB X 20 (BETAHISTINA) 37+3 TAB	7159	$ 8.145,58
BONVIVA 3 MG AMP X 3 ML (AC IBANDRONICO) 3+1 CAJA	76	$ 7.730,89
PRADAXA 110 MG CAP X 30 (DABIGATRAN ETEXILATO) 2+1 CAJA	2433	$ 7.613,83
ATORVASTATINA 40 MG LA SANTE TAB X 10 2+2 CAJAS	3662	$ 7.192,76
DICETEL 100 MG COMP X 10 (PILOCARPINA-PINAVERIO) 27+3 TAB	7716	$ 7.077,77
NEXITO 20 MG COM X 10 (ESCITALOPRAM) 2+1 CAJA	3030	$ 6.849,70
TIBONELLA 2.5 TAB X 28 (TIBOLONA) PROMOCIÓN 1+1 MM	249	$ 6.602,04
E-ZENTIUS 20 MG COM X 28 (ESCITALOPRAM) 3+1 CAJA	2592	$ 6.409,47
VALCOTE ER 500MG TAB X 30 (DIVALPROATO SODICO) 30+3 TAB	7275	$ 6.313,40
ROACCUTAN 20 MG CAP X 1 (ISOTRETINOINA) 4+1 CAJA	84	$ 6.191,30
KUFER-Q RECARGADO CAP X 30(SILIMARINA-COENZI Q10) 20%DSCTO	8454	$ 5.927,27
XARELTO 20MG CAP OJO X 14 O 28 UNID (RIVAROXABAN) 4+1 CAJA	1695	$ 4.859,15
PRADAXA 150 MG CAP X 30 (DABIGATRAN ETEXILATO) 2+1 CAJA	2399	$ 3.800,62
DARISEC 7.5 MG COMP X 30 UNID (DARIFENACINA 5+1 CAJA	3270	$ 3.791,49
SERETIDE 25/125 MG/DS X 120 DOSIS 1+1 AGACHAMBER GRATIS(SALMETEROL/FLUTICASONA)	155	$ 3.624,51
LUVOX 100 MG GRAGEAS X 15 (FLUVOXAMINA) 28+2 TAB	2238	$ 3.236,15
FENOFIKAN 160MG CAP X 20 (FENOFIBRATO) 3+1	5438	$ 3.166,61
CARDIOASPIRINA 100 MG COM X 30 (3+1 CAJA) (AC ACETILSALICILICO)	10771	$ 2.887,92
SERETIDE 25/250 MG/DS X 120 DOSIS 1+1AGACHAMBER (SALMETEROL/FLUTICASONA)	110	$ 2.885,40
Fuente: Corporación médica Monte Sinaí. Elaborado por: Ana María Martínez		

De acuerdo a la información presentada, se puede analizar que estos medicamentos son los que mejor acogida tiene dentro del PMC, los mismos que se debe tener mayor control ya que es necesario que al ser los de mayor rotación, los Auxiliares de Farmacia estén conscientes de que son los productos de los cuales se debe sacar mayor provecho con el fin de fidelizar a los pacientes. Si se aprovecha esta ventaja informando a los clientes sobre el programa de medicación continúa el valor agregado de la empresa podrá potencializarse, ya que al brindar un servicio como este los pacientes crónicos siempre regresarán a SINAIFARM para el canje de su promoción y adicional a esto puede aprovechar para adquirir otros productos en caso que lo solicite.

2.8. Conclusiones del capítulo

En este capítulo a través de la práctica y un respaldo al tener valores numéricos reales, se puede evaluar que la posición que tiene SINAFARM para ser una empresa que únicamente cuenta con dos sucursales, tiene una buena posición en el mercado farma-

céutico de la zona del Austro, ya que si lo comparamos a nivel país no tenemos gran ventaja, sin embargo se puede apreciar que contamos con los productos que mayor rotación existe en el mercado, tanto por unidades y por valor. El respaldo de los médicos y la motivación que se les brinda al ofrecer regalías por la derivación de sus servicios en esta empresa, ha tenido un resultado favorable en el año 2014, permitiendo no solo crecer en las ventas por volumen sino también en valor.

El plan de medicación continua también es un servicio que le genera un valor agregado a esta empresa, ya que es una manera de fidelizar a los clientes para que no solo visiten las farmacias por su medicina de siempre, sino se puede aprovechar para poder ofrecer otros servicios adicionales que SINAIFARM ofrece a sus clientes.

La relación que la empresa también busca con sus proveedores al tener una base de datos de los diferentes productos que ofrecen me parece algo positivo, ya que se puede obtener ventajas de parte y parte y de manera corporativa también.

CAPÍTULO III:
RESULTADOS

CAPÍTULO III: RESULTADOS

3.1. Estrategias del negocio.

Según Jhon O'Shaughnessy (O´Shaughnessy, 1984,1988), la estrategia de negocio o gerencial define la fuerza impulsora principal mediante la cual los objetivos de la empresa pueden ser alcanzados (recursos básicos, ventajas competitivas). Toda empresa necesita poseer un conjunto de elementos competitivos propios y distintos sobre los cuales debe basar el éxito como tal. [23]

Con el fin de alcanzar el objetivo principal de este trabajo de tesis, el cual es "Generar estrategias para la potencialización de las ventas en farmacias, aplicado a SINAIFARM", es necesario plantear objetivos específicos, de los cuales se generan las diferentes estrategias. Ya que a lo amplio de este trabajo se han venido analizando diferentes factores y aspectos que me permiten tener un conocimiento general sobre la posición actual de esta empresa es posible plantear estrategias del negocio que permitan alcanzar lo deseado.

Los objetivos específicos que se establezcan estarán acompañados de acciones, responsables, tiempo e indicadores por lo que tiene que ser realizable, medible y cuantificable, todo esto de acuerdo a las estrategias que tengan cada uno de ellos. Las estrategias constituyen medios que permiten plantear los recursos de acción factibles y necesarios para el logro de objetivos y metas institucionales. Esta fase permite identificar el conjunto de acciones destinadas al cumplimiento de los objetivos y la determinación de recursos para este fin (Paucar, 2014). [24]

3.2 Plan operativo anual del área de SINAIFARM.

Un plan es un conjunto de orientaciones técnicas y políticas que conducen las acciones hacia la consecución de objetivos y metas de mediano, corto y largo plazo. El plan incorpora la respectiva asignación de recursos (Senplades, 2012). [25]

A través del diseño de este Plan Operativo Anual (POA) se podrá aplicar las diferentes estrategias para poder alcanzar una potencialización en las ventas de la empresa SINAIFARM S.A. que junto con el compromiso de los responsables, jefaturas, coordinación, los distintas áreas, procesos, y la Alta dirección será posible conseguir el objetivo.

23 Google Books. O'Shaughnessy, Jhon- Marketing competitivo: un enfoque estratégico. [citado 2014-03-15]. Disponible en: https://books.google.es/books?id=Zua9_PZcmGcC&pg=PA28&dq=que+es+una+estrategia+de+negocio&hl=es&sa=X&ei=FjMGVennGYOxsATRwYCAAQ&ved=0CF4Q6AEwCA#v=onepage&q=que%20es%20una%20estrategia%20de%20negocio&f=false

24 Plan Operativo Anual (Poa) 2014 para el departamento de cobranzas del Servicio de Rentas Internas Regional del Austro- Wilson Oswaldo Paucar. [citado 2015-03-17]. Disponible en: http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/4001

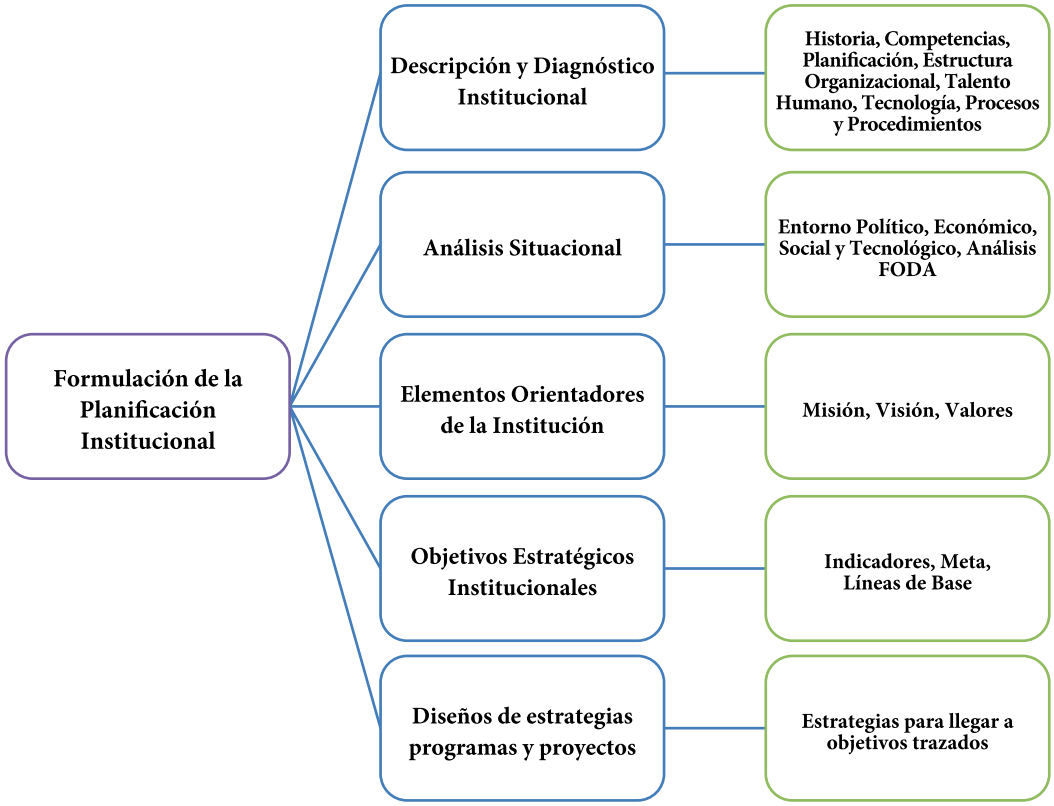
25 Senplades. (s.f.) .Guía metodológica de planificación institucional. . [citado 2014-03-15]. Disponible en: http://www.planificacion.gob.ec

El desarrollo de este POA será evaluado al corto y largo plazo, ya que ciertas estrategias deberán ser aplicadas dentro de la empresa con tiempo y bajo lineamientos que guíen a la implementación de las mismas.

El POA planificado para SINAIFARM S.A., fue establecido de acuerdo a los recursos que maneja la empresa, de manera de no perjudicar el desarrollo de la institución, ya que lo importante es que crezca más no crear un retroceso. Adicional a esto el presupuesto establecido será basado en la situación actual de la empresa, así mismo haciendo uso de los recursos disponibles como son los propios de la empresa, o bajo el auspicio de sus proveedores quienes apoyan constantemente al progreso de SINAIFARM.

A continuación se presentarán los lineamientos bajo los cuales fue creado el POA de SINAIFARM S.A.

Ilustración 15: Formulación de planificación institucional



Fuente: http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/4001

El POA elaborado para el año 2015-2016 de SINAIFARM S.A. será una guía para poder implementar todas las estrategias propuestas, y en base a ellas alcanzar un el objetivo que es "Potencializar las ventas en farmacias". La fecha de inicio de este POA será desde el mes de febrero de 2015 hasta el mes de enero de 2016.

Para la elaboración del POA, se tomó en cuenta los diferentes objetivos estratégicos, obtenidos como resultado de la extracción de la información analizada previamente que es: visión, misión, análisis FODA, FODA matricial, análisis externo sectorial de Michael Porter y la investión cualitativa realizada. Por cada uno de estos objetivos estratégicos se elaboraron las estrategias que permitirán alcanzarlos. Cada estrategia viene acompañada por un indicador el cual debe ser medible y el código que parte de las estrategias fueron planteadas en el FODA matricial (ver Anexo #3). La meta es el valor que la empresa está dispuesta alcanzar, o en mi caso, yo establecí una meta que creo alcanzable por la situación actual que tiene SINAIFARM y la situación a la que se espera que llegue, como es obtener un incremento en sus ventas; además de los resultados obtenidos de las reuniones realizadas a través de las técnicas de investigación cualitativas, y la disponibilidad que tiene la institución en función de sus recursos, las metas también se verán clasificadas de acuerdo a una ponderación que indique la prioridad sobre cada factor señalado. Finalmente se especifica el responsable de desarrollar la estrategia y las fechas de inicio y fin que indica el período de cumplimiento.

PLAN OPERATIVO ANUAL SINAIFARM S.A.							
OBJETIVO ESTRATÉGICO #1							
Incrementar las ventas en productos que no se verán afectados por la política gubernamental de fijación de precios o en el caso de hacerlo no afecte el margen de utilidad.							
ESTRATEGIAS	**CÓDIGO FODA**	**INDICADORES**	**METAS**	**PONDERACIÓN DE FACTORES**	**RESPONSABLES**	**FECHA INICIO**	**FECHA FIN**
Aumentar nuevas líneas de productos.	F7,O3	Incremento del portafolio de productos.	3 líneas		Departamento de compras	01-feb-15	30-mar-15
Negociación con proveeodores para obtener una ventaja competitiva en el mercado.	D9,A1 F5,O6 D6,03	Precios competitivos en el mercado-Promociones- Descuentos- Variedad de producto.	75%		Departamento de compras	01-feb-15	30-mar-15
Promocionar la venta mediante folletos informativos a clientes y médicos de la corporación.	F7,03	% de incremento en las ventas de dichos productos-Mayor conocimiento de las líneas.	20%		Departamento de marketing- Gerencia SINAIFARM.	01-mar-15	17-abr-15
Crecer como una casa médica, donde los clientes podrán encontrar todo lo necesario para su salud.	F1, A1 F7,O3	Mayor generación de recetas médicas-Mayor números de ventas generadas.	15%		Departamento de compras	01-mar-15	31-jul-15

SIMBOLOGÍA	PRIORIDAD
	ALTA
	MEDIA
	BAJA

PLAN OPERATIVO ANUAL SINAIFARM S.A.							
OBJETIVO ESTRATÉGICO #2							
Aumentar la publicidad de "Farmacias Sinaí" para tener una mayor presencia dentro del mercado farmacéutico							
ESTRATEGIAS	**CÓDIGO FODA**	**INDICADORES**	**METAS**	**PONDERACIÓN DE FACTORES**	**RESPONSABLES**	**FECHA INICIO**	**FECHA FIN**
Utilizar redes sociales para que el público conozca sobre los productos y servicios que ofrece la empresa.	F2, A1	Mayor presencia dentro del mercado farmacéutico.	50%		Departamento de marketing- Gerencia SINAIFARM.	01-feb-15	31-ene-16
Hacer conocer al público sobre el servicio a domicilio 24 horas.		Incremento del servicio a domicilio	30%		Departamento de marketing- Gerencia SINAIFARM.	01-feb-15	31-ene-16
Realizar campañas del Plan de Medicación continua para la fidelización de los pacientes.	F7,03	Aumentar la rotación de los productos del plan de medicación continua.	100%		Departamento de marketing- Jefe y Coordinador de farmacia	01-feb-15	31-ene-16
Publicitar la marca "Farmacias Sinaí" para posicionarse en la mente del consumidor.	F2, A1	% de incremento en las ventas de "Farmacias Sinaí".	6%		Departamento de marketing- Gerencia SINAIFARM.	01-feb-15	31-ene-16

SIMBOLOGÍA	PRIORIDAD
	ALTA
	MEDIA
	BAJA

PLAN OPERATIVO ANUAL SINAIFARM S.A.							
OBJETIVO ESTRATÉGICO #3							
Capacitar al personal de SINAIFARM para que tenga un mayor conocimiento en su área de trabajo y mejorar la atención al cliente.							
ESTRATEGIAS	**CÓDIGO FODA**	**INDICADORES**	**METAS**	**PONDERACIÓN DE FACTORES**	**RESPONSABLES**	**FECHA INICIO**	**FECHA FIN**
Realizar talleres de atención al cliente.	D9,03	% de personal más motivado.	80%		Jefe de Talento Humano	01-abr-15	30-sep-15
Participar de cursos formativos para el área de compras y bodega sobre el control de inventarios.		% disminución de inventario sin rotación.	90%		Jefe de Talento Humano	01-abr-15	30-sep-15
Formación sobre las innovaciones del sector farmacéutico.	F8, A8	# de charlas formativas mensuales	1 charla		Jefe de Talento Humano	01-mar-15	31-ene-16

SIMBOLOGÍA	PRIORIDAD
	ALTA
	MEDIA
	BAJA

PLAN OPERATIVO ANUAL SINAIFARM S.A.							
OBJETIVO ESTRATÉGICO #4							
Incrementar la eficiencia operacional de SINAIFARM S.A.							
ESTRATEGIAS	**CÓDIGO FODA**	**INDICADORES**	**METAS**	**PONDERACIÓN DE FACTORES**	**RESPONSABLES**	**FECHA INICIO**	**FECHA FIN**
Mejorar la calidad de atención al cliente.	D9,03 D2,02	# de clientes que regresan/ # de clientes atendidos.	70%		Jefe de farmacia- Coordinador de farmacia.	01-feb-15	31-ene-16
Creación de manual de procesos.	D5,A7	Cumplimiento del manual de procesos por los empleados de SINAIFARM.	100%		Jefe de Talento Humano	01-feb-15	30-abr-15
Disminuir el tiempo de atención al cliente al momento de la venta y despacho de los medicamentos.	F2,A1 F4, A2	# de despachos diarios de medicamentos.	100%		Jefe de farmacia- Coordinador de farmacia.	01-feb-15	31-ene-16
Respetar horarios de atención a proveedores para tener un control del abastecimiento de medicamentos.	F2,A1 F4, A2	Cumplimiento de atención de acuerdo al horario establecido.	100%		Departamento de compras	01-feb-15	31-ene-16
Dividir las actividades en bodega para cada empleado para ser más eficientes al momento de ingresar mercadería.	F2,A1 F4, A2	# de transferencias diarias/ # de ordenes de compras realizadas.	80%		Jefe de bodega	01-feb-15	31-ene-16
Optimizar los recursos de la empresa al disminuir el gasto por pago de horas extras para empleados.		Porcentaje de disminución de gasto de este rubro	5%		Gerencia SINAIFARM- Jefe de Talento Humano	04-may-15	15-jun-15

SIMBOLOGÍA	PRIORIDAD
	ALTA
	MEDIA
	BAJA

PLAN OPERATIVO ANUAL SINAIFARM S.A.							
OBJETIVO ESTRATÉGICO #5							
Realizar una alianza estratégica con los médicos de la Corporación Médica Monte Sinaí.							
ESTRATEGIAS	**CÓDIGO FODA**	**INDICADORES**	**METAS**	**PONDERACIÓN DE FACTORES**	**RESPONSABLES**	**FECHA INICIO**	**FECHA FIN**
Canalizar promociones, créditos que los laboratorios brindan a los médicos a través de la empresa.	D7, A4 D8,O6	% de incremento de prescripciones.	10%		Departamento de compras-Gerencia SINAIFARM.	01-feb-15	31-ene-16
Informar a los médicos los productos que se encuentran escazos en el mercado, con el fin de buscar soluciones.	D8,A4 F5,A5	% de disminución de quejas.	90%		Departamento de compras	01-feb-15	31-ene-16
Determinar los medicamentos que se deben introducir, permanecer o salir del stock de la empresa.	F1,O6	% de disminución del valor de inventario.	15%		Departamento de compras-Ejecutivo de ventas SOMEDICA	01-feb-15	31-ene-16

SIMBOLOGÍA	PRIORIDAD
	ALTA
	MEDIA
	BAJA

PLAN OPERATIVO ANUAL SINAIFARM S.A.							
OBJETIVO ESTRATÉGICO #6							
Realizar convenios corporativos con empresas públicas y privadas.							
ESTRATEGIAS	**CÓDIGO FODA**	**INDICADORES**	**METAS**	**PONDERACIÓN DE FACTORES**	**RESPONSABLES**	**FECHA INICIO**	**FECHA FIN**
Ofrecer un plan de crédito atractivo para el personal de las empresas con las que se tiene un convenio.	F8, O1 DA,01	% de empleados de las empresas con convenio que hacen uso del mismo.	85%		Gerente SINAIFARM-Ejecutivo de ventas SOMEDICA	01-feb-15	31-ene-16
Negociar con las empresas de convenio para que el pago de los consumos de sus empleados sea a través de descuento al rol.	F8, O1 DA,01	% de recuperación de cartera.	98%		Gerente SINAIFARM-Ejecutivo de ventas SOMEDICA	01-feb-15	31-ene-16
Fijar un crédito en el caso de instituciones públicas máximo de 90 días.		% de recuperación de cartera.	95%		Gerente General SOMEDICA/ HOLDING	01-feb-15	31-ene-16

SIMBOLOGÍA	PRIORIDAD
	ALTA
	MEDIA
	BAJA

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

SINAIFARM S.A. es una empresa que tiene grandes fortalezas, una de las más importantes es tener como principales clientes a un amplio portafolio de médicos especialistas en diferentes áreas de la medicina, lo que obliga a que la empresa constantemente se encuentre a la vanguardia sobre los últimos productos o tecnología que lanzan los diferentes laboratorios, con un stock suficientemente necesario para abastecer a todos los clientes, pero al mismo tiempo controlado como para no tener problemas al incrementar su valor en inventario.

Actualmente el mercado farmacéutico, de cierta manera se encuentra inestable en nuestro país al tener nuevas políticas gubernamentales que obliga a que grandes cadenas de laboratorios farmacéuticos se retiren de nuestro mercado ecuatoriano, y sea cada vez más alto el volumen de medicamentos genéricos que dejan un porcentaje de rentabilidad mínimo; además del descontento de ciertos médicos sobre este producto. Por otro lado, si los laboratorios multinacionales deciden quedarse en el mercado ecuatoriano deberán sujetarse a la regulación de precios, lo que también provoca baja rentabilidad tanto para la empresa como para el laboratorio; sin embargo, esto también puede ser una oportunidad para la empresa ya que todas las cadenas farmacéuticas manejarán precios similares y la rivalidad entre las farmacias disminuirá en este ámbito, lo que permite que se pueda tener una ventaja mayor en otros aspectos como es el servicio al cliente.

A pesar de ser una farmacia pequeña dentro del mercado farmacéutico, SINAIFARM tiene un alto nivel en ventas y una participación importante sobre todo en la zona del austro. Es necesario para mantener lo mencionado se trabajen las diferentes estrategias sugeridas en este trabajo de tesis para que de esta manera puedan mejorar e incrementando las ventas de SINAFARM.

Recomendaciones generales

• Crecer más en su imagen en el mercado, ya que la percepción del público es que a pesar de ser la farmacia en la ciudad y en el Austro que tiene el mejor stock, sus precios son elevados, análisis que se ha hecho por la Alta Dirección y no es real actualmente, por esta razón vale la pena implementar una mejor publicidad lo que a su vez también permitirían aumentar en sus ventas.

• Generar una motivación para sus empleados que disminuya la fatiga laboral y la desmotivación, lo que lograría evitar errores en su trabajo y a su vez la disminución de rotación del personal.

• Crear grupos de trabajo de manera que exista una mayor coordinación y comunicación entre el personal de las diferentes áreas.

• Implementar programas y procesos que fidelicen a los clientes, como contar con una base de datos que permita evaluar los clientes frecuentes que prefieren a la empresa y buscar recompensarlos de tal manera que sigan prefiriendo a SINAIFARM. En este punto también se podría publicitar de mejor manera los diferentes productos que tiene la empresa, no únicamente medicinas sino los productos de consumo y autoservicio, por ejemplo, otorgar descuentos por el cumpleaños de una cliente frecuente en los productos de cosméticos.

BIBLIOGRAFÍA

Aaker, D. A. (2005). De gestión táctica a estratégica. En D. A. Aaker, & E. Joachimsthaler, Liderazgo de marca (pág. 24). Barcelona: Deusto.

Alvarez Gallego, E., & Fernandez Ríos, L. (20 de 04 de 2015). Revista de la Asociación Española de Neuropsiquiatría. Obtenido de http://revistaaen.es/index.php/aen/article/view/15231/15092

Anaya Tejero, J. J. (2007). Estudio del mercado de proveedores. En J. J. Anaya Tejero, Logística integral: la gestión operativa de la empresa (págs. 146-149). Madrid : ESIC Editorial.

Atmetlla, E., Bellostes, F., Guerrero, C., Meseguer, J. R., Fallon, M., Noguera, J., & Oleart, X. (2003). Concepto de Marketing. En E. Atmetlla, Marketing Farmacéutico (pág. 3). Barcelona: Ediciones Gestión 2000.

Borello, A. (1994). Propósitos del análisis FODA. En A. Borello, El plan de negocios (págs. 157-158). Madrid: Ediciones Díaz de Santos.

David, A. (2005). El valor de la marca. En D. Aaker, & E. Joachimsthaler, Liderazgo de marca (pág. 33). Barcelona: Deusto.

Galgano, A. (1995). Usos del Diagrama de Pareto. En A. Galgano, Los siete instrumentos de la calidad total (pág. 125). Madrid: Díaz de Santos S.A.

Jaramillo Polo, J. (2015). Documentos de la Corporación Médica Monte Sinaí. Estudio y Análisis de rotación de personal del año 2012, 2013 Y 2014 HOMSI y SINAIFARM. Cuenca, Azuay, Ecuador.

Muñiz, L. (s.f.). Harvard Deusto. Obtenido de La importancia del control de presupuestario en tiempos de crisis: insight.ipae.edu.pe/media/contents/articulos/file/003514100%201334794102.pdf

O´Shaughnessy, J. (1984,1988). Nivel estratégico de la planificación de marketin. En J. O´Shaughnessy, Marketing estratégico: un enfoque estratégico (págs. 27-28). Winchester: Unwin Hyman.

Paucar, W. O. (2014). Universidad del Azuay. Obtenido de http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/4001

Porter, M. (1940).

Porter, M. (1996). Havard Bussiness Review. Obtenido de http://www.ucipfg.com/Repositorio/MAES/MAES-03/Unidad1/ESTRATEGIA%20MPORTER%202011.pdf

Porter, M. (2010). Estrategias competitivas genéricas. En M. Porter, Estrategia competitiva (págs. 77-82). Barcelona: Pirámide S.A.

Porter, M. (23 de Septiembre de 2010). Youtube. Recuperado el 12 de Agosto de 2014, de https://www.youtube.com/watch?v=0E0e6NqcT0M

Porter, M. (12 de agosto de 2014). youtube. Obtenido de www.youtube.com/watch?v=0E0e6NqcT0M

Senplades. (2012). Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. Obtenido de www.planificacion.gob.ec

Trespalacios, J. A., Vásquez, R., & Bello, L. (2005). Métodos cualitativos de investigación de mercados. En J. A. Trespalacios, R. Vásquez, & L. Bello, Investigación de mercados (págs. 56,85). Madrid: Paraninfo.

Verdoy, P. J., Mahiques, J. M., Pellicer, S. S., & Prades, R. S. (2006). Diagrama de Pareto. En P. J. Verdoy, J. M. Mahiques, & S. S. Pellicer, Manual de control estadístico de calidad (págs. 205-212). Publicacions de la Universitat Jaume I.

ANEXOS

ANEXO 1. FACTORES INTERNOS Y EXTERNOS

Tabla 22

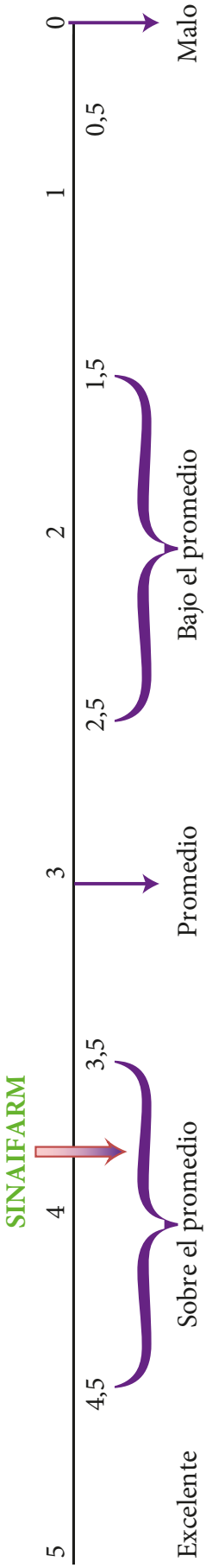
RESUMEN DE ANALISIS DE FACTORES INTERNOS				
FACTORES	**PONDERACION**	**CALIFICACION**	**CALIFICACION PONDERADA**	**COMENTARIO**
FORTALEZAS				
1. Tener un amplio portafolio de médicos dentro de la Corporación en el que se puede determinar su necesidad y tener abastecida a la farmacia con esos productos.	9%	4	0,36	La Corporación cuenta con un amplio staff de médicos altamente calificados, con diferentes especialidades que en su mayor parte son derivadores de prescripciones a Farmacias Monte Sinaí.
2. Contar con una marca reconocida en el mercado.	9%	3	0,27	Gran posicionamiento y reconocimiento de la empresa.
3. Brindar servicios adicionales como es el servicio a domicilio y la atención las 24 horas al día, 7 días a la semana.	5%	4	0,2	Farmacias Monte Sinaí cuenta con servicios adicionales para el cliente con el fin de satisfacer su necesidad cuando él lo necesite.
4. Ofrecer un amplio stock y variedad en los productos.	7%	3	0,21	El fin de Farmacias Sinaí es ofrecer el producto que el cliente necesita al momento que lo necesita.
5. Fuerte poder de negociación con proveedores y laboratorios.	9%	5	0,45	Por ser una empresa muy reconocida dentro de la ciudad, para los proveedores y laboratorios están muy interesados en que sus productos se encuentren en Farmacias Sinaí.
6. Buena coordinación entre los diferentes departamentos.	2%	3	0,06	Existe una buena relación entre los empleados de los distintos departamentos para que la lógistica del negocio se desarrolle de manera fluida y correcta.
7. Cuenta con el Know-How para desarrollarse en el mercado.	8%	5	0,4	El personal administrativo es altamente calificado para su puesto de trabajo de manera que pueden desarrollarse dentro del mercado.
8. Cuenta con el apoyo de otras empresas dedicadas al área de salud dentro de la corporación, que encadena diferentes necesidades que pueda tener un paciente.	3%	2	0,06	Las empresas que pertenecen a la Corporación Monte Sinaí, trabajan en manera de cadena ya que cada una es complemento de la otra.
DEBILIDADES				
1. Tener una alta rotación de personal.	8%	5	0,4	En el área de farmacia, los Auxiliares de farmacia constantemente rotan debido a diferentes variables como horarios de trabajo, mejores oportunidades de empleo, asuntos personales, etc.
2. Alta afluencia de clientes en horas pico que no pueden ser atendidos a tiempo.	3%	2	0,06	Exceso de clientes en horas pico que causan malestar a los clientes.
3. Deficiencia en el sistema de la empresa para brindar servicios adicionales.	2%	1	0,02	El sistema no cumple ciertas funciones que facilitarian y harían más eficiente el trabajo del personal.
4. Estancamiento en el crecimiento de ventas en la Farmacia H1.	3%	2	0,06	La Torre I, donde se encuentra ubicado el Hospital Monte Sinái, ya no tiene más capacidad de extenderse en cuanto a médicos por esta razón ya no existe mayor derivación de recetas médicas.
5. Falta de control en los productos de farmacia que genera descuadres en el inventario.	6%	3	0,18	Las medidas de seguridad no son suficientes para evitar cruces en productos, robos, etc.
6. Bajo poder adquisitivo en ciertos productos que no permiten tener mayores bonificaciones o descuentos.	9%	5	0,45	Mayor volumen de compra, mayor decuento o bonificación.
7. Depender de los médicos de la Corporación Médica Monte Sinaí en mayor parte para la actividad de SINAIFARM.	7%	2	0,14	Una gran parte de las ventas de SINAIFARM, es por la derivación de prescripciones de los médicos de la Corporación.
8. Bajo control en las alianzas estratégicas de los proveedores y laboratorios con los médicos de la corporación.	6%	5	0,3	No existe un mecanismo que ayude a tener un mejor control sobre este tema.
9. Altos precios comparados con la competencia debido a la menor capacidad adquisitiva de los productos.	4%	2	0,08	Ciertas cadenas farmacéuticas pueden usar tener un proceso de adquisición de producto directamente, lo que disminuye el costo y permite ofrecer un PVP más bajo.
	100%		**3,7**	

Elaborado por: Ana María Martínez

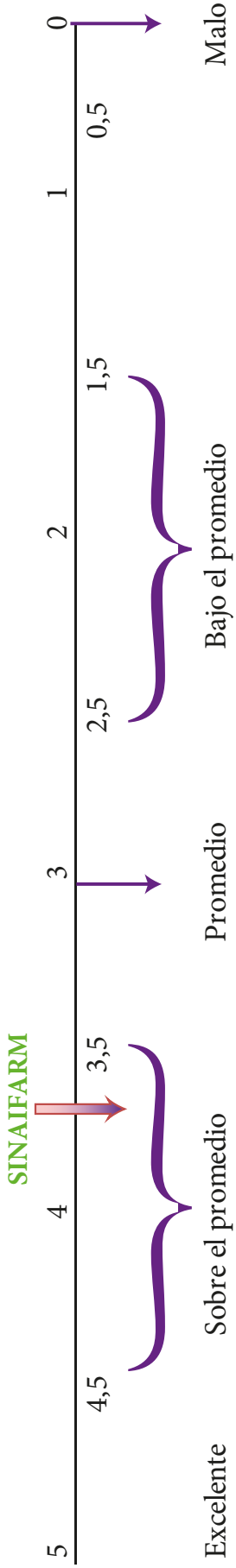
ANEXO 2. NIVEL DE EFICACIA DE CONTROL INTERNOS Y EXTERNOS

Ilustración 16

Nivel de eficacia con que la empresa controla los FACTORES INTERNOS
Tabla de ponderación



Nivel de eficacia con que la empresa controla los FACTORES EXTERNOS
Tabla de ponderación



Elaborado por: Ana María Martínez

ANEXO 3. FODA MATRICIAL

Tabla 23

FODA MATRICIAL		
FACTORESINTERNOS / FACTORES EXTERNOS	**FORTALEZAS**	**DEBILIDADES**
	1. Tener un amplio portafolio de médicos dentro de la Corporación en el que se puede determinar su necesidad y tener abastecida a la farmacia con esos productos.	1. Tener una alta rotación de personal.
	2. Contar con una marca reconocida en el mercado.	2. Alta afluencia de clientes en horas pico que no pueden ser atendidos a tiempo.
	3. Brindar servicios adicionales como es el servicio a domicilio y la atención las 24 horas al día, 7 días a la semana.	3. Deficiencia en el sistema de la empresa para brindar servicios adicionales.
	4. Ofrecer un amplio stock y variedad en los productos.	4. Estancamiento en el crecimiento de ventas en la Farmacia H1.
	5. Fuerte poder de negociación con proveedores y laboratorios.	5. Falta de control en los productos de farmacia que genera descuadres en el inventario.
	6. Buena coordinación entre los diferentes departamentos.	6. Bajo poder adquisitivo en ciertos productos que no permiten tener mayores bonificaciones o descuentos.
	7. Cuenta con el Know-How para desarrollarse en el mercado.	7. Depender de los médicos de la Corporación Médica Monte Sinaí en mayor parte para la actividad de SINAIFARM.
	8. Cuenta con el apoyo de otras empresas dedicadas al área de salud dentro de la corporación, que encadena diferentes necesidades que pueda tener un paciente.	8. Bajo control en las alianzas estratégicas de los proveedores y laboratorios con los médicos de la corporación.
		9. Altos precios comparados con la competencia debido a la menor capacidad adquisitiva de los productos.
OPORTUNIDADES		
1. Necesidad de instituciones públicas y privadas en tener convenios con instituciones dedicadas al área de salud para obtener un crédito para sus empleados en las compras que realicen. 2. Visita de clientes de ciudades vecinas como Loja y Machala que buscan atención en las Farmacias Sinaí. 3. Futura unificación de precios en los medicamentos por la nueva disposición gubernamental. 4. Personas en búsqueda de plazas de trabajo. 5. Personal con mas instrucción académica 6. Laboratorios y proveedores con intenciones de ingresar sus productos dentro de las Farmacias Sinaí.	**F8, O1:** Realizar convenios corporativos con empresas públicas y privadas, que brinden beneficio a todas las empresas y de esta manera aumentaría el número de clientes y la fidelidad a la marca Monte Sinaí. **F5, O6:** Permitir que la empresa Sinaifarm pueda fijar los parámetros en la negociación. **F4, O2:** Buscar ofrecer el producto que el cliente solicita al momento indicado, ya que al ser probablemente de otras ciudades se dificulta el envío. Por esta razón se debe tener una lógistica que permita minimizar el tiempo de entrega del producto en caso de que sea un producto especial, caso contrario se debe basar en el stock que indica el sistema para la compra del producto de manera de nunca desabastecerse. **F7, O3:** Desarrollar nuevas estrategias que permitan sobresalir en comparación a la competencia, ya que al estar unificados los precios de los productos, el servicio que se brinde al cliente será lo que marque la diferencia entre una farmacia y otra. **F1, O6:** Determinar los medicamentos que se deben introducir, permanecer o salir del stock de la farmacia de acuerdo a las prescripciones que envían los médicos y a las visitas que se realicen a los mismos con el fin de conocer cuales son sus necesidades.	**D1, O4:** Determinar al momento de contratar a una persona a para el trabajo de Auxiliar de Farmacia, que su interés sea tener un trabajo estable y que esté interesado en el cargo que se le ofrece no solo por la parte económica y salarial sino por vocación, de esta manera se podría mitigar el alta rotación de personal para ese puesto de trabajo. **D6, O3:** Buscar abastecer a la farmacia con la mayor parte de medicamentos que exige el mercado, ya que al tener una unificación en el precio de los medicamento a nivel de todos las farmacias, las personas se guiarán por un mejor servicio y stock en productos. **D9, O3:** Ofrecer un servicio de calidad que permita que el cliente se fidelice con la marca Farmacias Sinaí, ya que al momento que se unifiquen los precios de los medicamentos el cliente no compare precio sino servicio y calidad. **D8, O6:** Realizar alianzas estratégicas con proveedores y laboratorios para que toda negociación con médicos se canalice a través de SINAIFARM. **D4, O1:** Lograr un crecimiento en las ventas de SINAIFARM aumentando los convenios con diferentes empresas para ofrecerles servicios adicionales que sea beneficiario para ambas partes. **D2, O2:** Asignar una caja como "preferencial", para que en horas pico ayude al descongestionamiento de clientes y puedan ser atendidos de manera satisfactoria.
AMENAZAS		
1. Fuerte competencia dentro del mercado farmacéutico y la cercana ubicación de empresas fuertes a la empresa. 2. Nuevas disposiciones gubernamentales en el control de medicamentos, insumos y productos varios para importación. 3. Falta de cupos para abrir nuevas farmacias, evitando expandir a la marca abriendo nuevas sucursales. 4. Relaciones estratégicas que existe entre el médico, proveedores y/o laboratorios. 5. Fuerte control sobre las empresas del área de salud por parte del Gobierno. 6. Riesgos de enfermedades 7. Riesgo de robo	**F2, A1:** Potencializar el slogan de Farmacias Sinaí sobre tener el producto que necesita al momento que lo necesita, ya que lo que destaca a esta empresa es que es una fuerte referencia en cuanto a stock de productos en especial medicinas. **F1, A1:** Ser una farmacia de especialidad que permite tener un mayor conocimiento sobre los productos que prescriben los médicos, ya que al trabajar conjuntamente se tiene un mayor conocimiento del mercado. **F4, A2:** Determinar los productos que no pueden faltar en las farmacias, de manera de abastecerse de los mismos en mayor stock para poder ofrecerle al cliente hasta que el mercado brinde otra opción por la necesidad. **F5, A5:** Coordinar conjuntamente con el proveedor para que nos informen previamente cualquier cambio en algún producto, para que se pueda informar a los médicos y de esta manera busquen otra opción para el paciente. **F8, A8:** Contar con un staff de personal especializado que permite que la empresa se encuentre al día en los cambios que el entorno constantemente presenta dentro de esta industria.	**D5, A7:** Establecer un mejor control en el inventario de manera que se pueda evitar robo, incrementando la seguridad de la farmacia. **D7, A4:** Negoaciar con los proveedores para que las ventas a médicos, créditos, promociones, etc. que se les brinde se canalice a través de la farmacia para que exista mayor prescipción y por lo tanto mayores ventas, de tal manera que se pueda reconocer de mejor manera el apoyo del médico a la farmacia. **D8, A4:** Ofrecer a los médicos mejores condiciones que laboratorios o proveedores al momento de poderles abastecer de un producto. **D9, A1:** Ofrecer mejores promociones, que sean más atractivas para el cliente, de manera de poderlos fidelizar con la marca Farmacias Sinaí.

Elaborado por: Ana María Martínez

ANEXO 4. IMS

Tabla 24

INFORMACION EN DOLARES
PRINCIPALES PRODUCTOS
MERCADO TOTAL

RK-MTH 09/2014	RK-YTD 09/2014	RK-MAT 09/2014	DESC.PROD.	MTH - 09/2014	MTH - 09/2014	MTH - 09/2014	MTH - 09/2014	YTD - 09/2014	YTD - 09/2014	YTD - 09/2014	YTD - 09/2014	MAT - 09/2014	YAT - 09/2014	MAT - 09/2014	MAT - 09/2014
US-T.USD	US-T.USD	US-T.USD		US-T.USD	US-T.USD	US-T.USD	US-T.USD	US-T.USD	US-T.USD	US-T.USD	US-T.USD	US-T.USD	US-T.USD	US-T.USD	US-T.USD
					%	+ - 09/2013	EV - 09/2013		%	+ - 09/2013	EV - 09/2013		%	+ - 09/2013	EV - 09/2013
1	1	1	SELECTED TOTAL	111.310.770	100,00	7,19	100,00	977.916.624	100,00	7,31	100,00	1.278.725.692	100,00	7,08	100,00
1	2	2	ENFAGROW MJN	1.299.379	1,16	17,25	109,43	10.463.069	1,07	7,04	99,75	13.691.093	1,07	14,82	107,03
2	1	1	NIDO CRECFREBO 1 NES	1.223.953	1,10	-5,60	97,17	11.668.250	1,19	10,46	102,93	15.346.002	1,20	19,14	111,25
3	5	5	PEDIASURE ABT	797.332	0,72	21,94	113,81	5.990.614	0,61	8,52	101,13	7.695.675	0,60	6,07	99,05
4	3	3	ENSURE ABT	750.237	0,67	6,01	96,93	6.619.740	0,68	-18,00	79,41	8.632.387	0,68	-18,44	78,16
5	4	4	ARCOXIA MSD	738.465	0,66	26,10	119,56	6.554.526	0,67	-3,76	105,01	8.598.570	0,67	10,66	103,64
6	6	9	PROGRESS GOLD ASN	708.226	0,63	1,50	94,73	4.964.830	0,51	10,26	102,75	6.328.026	0,49	11,97	104,56
7	5	6	NEUROBION WCK	655.511	0,59	29,39	120,75	6.411.727	0,66	39,53	133,02	7.451.467	0,58	23,95	115,78
8	7	7	PHARMATON B.	645.617	0,58	27,36	118,86	5.441.373	0,56	18,40	110,33	7.218.071	0,56	16,62	108,24
9	10	11	DOLO-NEUROBION WCK	612.036	0,55	41,57	132,13	4.726.467	0,48	25,47	119,92	5.725.713	0,45	15,26	107,83
10	8	8	REDOXON BAY	581.995	0,52	-6,54	87,23	5.360.118	0,55	8,14	98,91	6.921.371	0,54	7,60	100,66
11	11	10	RIFFER-Q TRB	531.993	0,48	18,24	110,36	4.530.222	0,46	8,31	100,93	5.997.708	0,47	3,76	99,92
12	12	13	FLUIMUCIL ZAM	508.600	0,46	21,08	113,00	4.348.811	0,44	13,82	105,06	5.496.041	0,43	11,46	104,09
13	15	16	ENTEROGERMINA SNF	495.594	0,45	22,40	114,31	3.994.970	0,41	23,07	115,43	5.090.946	0,40	26,03	117,69
14	14	12	APRONAX BAY	481.842	0,41	-47,01	137,21	4.186.415	0,43	7,12	99,82	5.575.273	0,44	4,36	97,77
15	13	14	PEDIALYTE ABT	457.741	0,41	9,49	102,19	4.321.041	0,44	29,42	123,61	5.314.192	0,42	28,82	117,95
16	16	15	CURAM SDZ	450.052	0,40	18,96	111,03	3.955.406	0,40	11,79	104,17	4.985.600	0,39	16,48	107,82
17	66	60	ENSURE ADVANCE ABT	433.055	0,39	999,00	999,00	2.075.558	0,21	999,00	999,00	2.301.220	0,18	999,00	999,00
18	26	26	UMBRELLA RMM	433.535	0,39	53,87	145,60	3.231.698	0,33	28,80	123,02	4.024.045	0,32	25,26	116,99
19	27	27	MESIGYNA BAY	427.525	0,38	29,82	120,07	3.068.066	0,32	4,67	97,39	4.026.074	0,31	2,46	95,70
20	24	19	ASFEXIA GSA	408.691	0,37	-0,69	92,69	3.260.766	0,33	-10,58	93,33	4.573.460	0,36	-8,20	88,52
21	17	17	EUNCARE S&D	407.241	0,37	12,89	105,36	3.763.737	0,38	16,52	107,65	4.791.618	0,37	13,87	108,14
22	19	20	ENFAMIL PREMIUM 1 MJN	396.659	0,36	5,11	98,10	3.413.154	0,35	-1,09	92,18	4.472.439	0,35	-2,48	91,05
23	136	158	GLUCERNA TRIPLE CA ABT	395.700	0,36	426,23	491,12	1.496.811	0,15	708,25	753,47	1.698.932	0,13	837,21	875,44
24	20	21	FIIPREX TIF	378.499	0,34	28,35	119,79	3.371.641	0,34	9,80	102,38	4.430.984	0,35	6,03	99,57
25	18	18	UMBRAL SH	371.231	0,33	3,30	96,41	3.518.865	0,36	-9,86	94,00	4.652.034	0,36	-5,70	98,05
26	21	22	ZINNAT GSK	364.732	0,33	2,57	95,72	3.357.005	0,34	5,82	99,70	4.343.082	0,34	6,65	99,67
27	30	31	LYRICA PFZ	363.954	0,33	17,08	109,27	3.027.216	0,31	26,35	117,74	3.871.667	0,30	23,18	115,02
28	25	25	S-26 GOLD ASN	356.059	0,32	18,21	110,33	3.230.714	0,33	24,23	115,77	4.163.149	0,33	23,01	114,67
29	23	24	ABRILAR RMM	355.879	0,32	12,31	104,82	3.272.067	0,33	-4,10	93,37	4.252.640	0,33	-3,82	99,61
30	40	43	HEMAX AKF	355.139	0,32	125,35	210,78	2.693.261	0,28	27,47	119,73	3.572.418	0,28	33,75	124,69
31	34	33	CALCIBON FDE	351.951	0,32	1,60	94,83	2.927.179	0,30	9,21	101,77	3.847.079	0,30	5,55	98,69
32	26	35	COLUFASE RMM	350.810	0,31	15,84	108,11	3.047.817	0,31	8,44	101,05	3.818.196	0,30	7,01	99,63
33	22	23	DOLGENAL MTA	347.645	0,31	6,56	99,73	3.261.267	0,34	6,25	99,01	4.273.725	0,33	5,07	98,11
34	32	30	MICARDIS PLUS B.I	341.445	0,31	14,96	107,29	2.975.222	0,30	8,57	101,17	3.917.149	0,31	8,12	99,16
35	35	40	DEGRALER BAG	332.741	0,30	23,54	115,30	2.790.208	0,29	22,07	113,75	3.590.370	0,28	25,20	116,91
36	31	32	FROMILGOLD ASN	328.178	0,29	16,34	108,58	2.999.884	0,31	19,16	111,04	3.848.265	0,30	15,15	107,63
37	77	126	VITA C + ZINC MK MK	324.979	0,29	999,00	0,00	1.990.420	0,20	999,00	0,00	2.004.023	0,16	999,00	0,00
38	39	25	LIPITOR PFZ	321.094	0,29	8,48	101,25	2.723.368	0,28	3,50	95,45	3.541.774	0,28	-0,78	92,64
39	40	37	DIOVAN HCT NVR	318.700	0,29	-4,92	88,73	2.720.069	0,28	-2,13	91,21	3.623.973	0,28	-2,76	90,80
40	60	60	BACTRIM RCC	317.231	0,29	60,96	150,22	2.274.106	0,23	18,66	110,59	3.008.095	0,24	20,23	112,92
41	33	28	NESTOGENO 1 NES	316.173	0,28	0,15	93,47	2.948.206	0,30	-7,78	91,53	3.968.832	0,31	-7,33	92,23
42	47	46	GONVIRA RCC	315.815	0,28	-0,12	93,22	2.625.346	0,27	0,50	93,66	3.461.625	0,27	-0,80	92,63
43	37	42	ENFAMIL PREMIUM 2 MJN	312.609	0,28	9,13	101,85	2.742.406	0,28	2,33	95,36	3.502.028	0,28	1,43	94,72
44	29	29	UNASYN PFZ	310.695	0,28	-13,65	80,59	3.037.468	0,31	4,93	97,78	3.931.280	0,31	5,38	98,38
45	36	41	TERRUMHAUSMANN VIF	310.432	0,28	15,79	108,06	2.768.062	0,28	8,85	101,43	3.580.811	0,28	11,35	103,08
46	46	48	ANALGAN MTA	306.978	0,28	20,15	112,14	2.635.069	0,27	6,00	99,77	3.356.463	0,26	6,70	99,63
47	43	39	GLUCOFAGE WCK	302.172	0,27	2,82	90,70	2.712.947	0,28	6,85	99,57	3.606.669	0,28	7,72	100,69
48	57	57	VOLTAREN TOPICO W-	298.609	0,27	26,16	117,75	2.300.301	0,24	-8,85	94,94	3.056.815	0,24	-10,48	83,60
49	49	51	NEGULID GRT	296.844	0,27	53,55	143,31	2.522.503	0,26	19,12	111,01	3.216.712	0,25	14,41	106,83
50	41	38	NESTOGENO 2 NES	290.270	0,26	1,27	94,02	2.718.702	0,28	-0,49	97,14	3.021.888	0,23	-3,40	90,10
51	90	91	EMULSION DE SCOTT GSK	287.531	0,26	39,28	129,99	1.895.270	0,19	-4,70	95,81	2.396.392	0,19	-4,27	89,40
52	59	61	SINGULAR MSD	285.152	0,26	-4,13	89,47	2.261.469	0,23	4,33	97,22	2.930.863	0,23	1,57	94,94
53	48	47	NAN PRO 1 NES	284.013	0,26	4,31	97,35	2.572.653	0,26	3,57	95,52	3.378.385	0,26	1,76	95,09
54	44	44	GLANIQUE 1 MTA	281.603	0,25	4,94	97,94	2.704.218	0,28	20,32	112,13	3.650.884	0,28	22,70	114,67
55	53	55	NEOGRIPAL F CL-	277.995	0,25	119,96	205,19	2.379.027	0,24	-2,56	93,80	3.063.123	0,24	-4,46	89,2
56	42	36	OMEZZOL SH	272.650	0,24	-12,76	81,42	2.718.062	0,28	3,61	99,82	3.647.727	0,29	2,05	91,47
57	135	143	GARDASIL MSD	271.713	0,24	-24,11	70,83	1.458.669	0,15	-30,17	65,07	1.832.842	0,14	-32,38	63,14
58	52	52	GLUCOVANCE MCK	266.147	0,24	4,30	97,35	2.440.034	0,25	88,48	153,99	3.136.517	0,25	78,93	166,78
59	56	54	EXFORGE NVR	263.911	0,24	-3,87	89,72	2.506.673	0,24	-1,83	91,67	3.074.784	0,24	-2,45	91,09
60	50	49	TRILAC S&Y	262.890	0,24	1,35	96,16	2.619.287	0,26	10,24	102,73	3.230.146	0,25	11,13	103,68
0	0	0	' Others '	85.794.955	77,09	0,00	0,00	763.721.662	78,09	0,00	0,00	1.002.241.435	78,39	0,00	0,00

ANEXO 4. IMS

Tabla 24

INFORMACION EN UNIDADES
PRINCIPALES PRODUCTOS
MERCADO TOTAL

RK-MTH 09/2014	RK-YTD 09/2014	RK-MAT 09/2014	DESC.PROD.	MTH - 09/2014	MTH - 09/2014	MTH - 09/2014	MTH - 09/2014	YTD - 09/2014	YTD - 09/2014	YTD - 09/2014	YTD - 09/2014	MAT - 09/2014	MAT - 09/2014	MAT - 09/2014	MAT - 09/2014
UN-T.UNIDADES	UN-T.UNIDADES	UN-T.UNIDADES		UN-T.UNIDADES	UN-T.UNIDADES	UN-T.UNIDADES	UN-T.UNIDADES	UN-T.UNIDADES	UN-T.UNIDADES	UN-T.UNIDADES	UN-T.UNIDADES	UN-T.UNIDADES	UN-T.UNIDADES	UN-T.UNIDADES	UN-T.UNIDADES
					%	+ - 09/2013	EV - 09/2013		%	+ - 09/2013	EV - 09/2013		%	+ - 09/2013	EV - 09/2013
1	1	1	SELECTED TOTAL	18.368.361	100,00	3,25	100,00	166.325.283	100,00	2,67	100,30	218.339.555	100,00	3,17	100,00
1	2	2	REDOXON BAY	233.653	1,27	7,56	99,53	2.171.463	1,31	8,67	105,54	2.701.617	1,23	0,72	106,25
2	1	1	NEUROBION MCK	229.438	1,25	-19,34	77,83	2.452.531	1,47	-10,79	87,21	3.100.038	1,41	-12,75	84,75
3	3	3	PEDIALYTE ABT	218.342	1,19	12,91	109,68	1.941.291	1,17	29,05	125,45	2.380.118	1,08	25,81	122,08
4	4	4	BUPREX LIE	156.340	0,85	19,41	115,65	1.464.611	0,87	3,06	101,36	1.830.802	0,85	2,10	98,97
5	5	5	NIÑO OSTEO PRITIIO UNTS	157.776	0,85	-10,70	86,48	1.400.175	0,84	0,64	87,10	1.771.151	0,80	0,23	108,51
6	6	6	FUNGIREX BB	157.594	0,85	9,76	108,31	1.372.962	0,83	5,96	103,30	1.841.555	0,84	7,55	104,25
7	7	7	CLORURO SODIO BAX BAX	120.432	0,73	24,44	120,82	1.184.787	0,71	43,68	139,87	1.409.802	0,63	53,67	148,88
8	12	12	MESIGYNA BAY	117.130	0,64	24,54	120,72	841.307	0,51	3,16	100,30	1.100.706	0,50	2,27	98,11
9	9	9	APRONAX BAY	100.318	0,55	54,21	149,35	909.769	0,55	10,94	107,54	1.210.731	0,55	8,24	104,62
10	8	8	UMBRAL EI	90.256	0,54	1,56	98,46	966.330	0,58	0,49	87,30	1.273.142	0,60	-5,14	91,55
11	10	10	HEPABIONTA MCK	97.753	0,53	-0,00	96,97	908.320	0,53	2,78	99,91	1.103.482	0,53	3,81	100,72
12	18	20	DICLOFENAC MK MK	96.116	0,52	100,71	194,36	662.045	0,40	25,64	123,13	856.655	0,39	16,88	115,23
13	17	17	HEMAX AX+	94.444	0,51	130,06	231,58	686.805	0,41	30,29	126,36	906.446	0,42	36,80	132,41
14	13	15	VISINA JJ	94.332	0,51	45,41	141,80	700.773	0,46	15,56	112,34	900.001	0,44	7,99	104,07
15	18	18	BACTRIM ROC	90.236	0,49	54,29	149,43	670.651	0,40	17,20	113,50	891.874	0,41	20,45	116,75
16	20	21	ENTEROGERMINA SNF	83.501	0,45	24,96	120,93	660.964	0,40	24,09	120,57	843.002	0,39	25,16	121,32
17	11	11	HIDRAPLUS BXG T.Q	81.031	0,44	1,47	90,20	000.454	0,02	10,40	107,30	1.130.017	0,02	15,04	109,07
18	48	49	DEXAMETASONA GEF	80.736	0,44	63,37	158,22	464.521	0,28	18,56	116,22	602.390	0,28	23,36	119,87
19	21	18	ASEPXIA GIA	79.288	0,43	9,10	105,68	657,044	0,40	0,35	97,56	897.142	0,41	5,07	101,84
20	28	28	BUTIROX MCK	70.148	0,43	30,01	136,50	608.005	0,38	20,05	125,46	776.766	0,38	25,94	122,08
21	24	24	ENFAGROW MJN	77.921	0,42	17,82	114,70	637.852	0,38	-3,56	93,53	837.598	0,38	0,45	97,27
22	14	14	DOLGENAL MIA	77.057	0,42	2,08	98,88	742.749	0,45	4,13	101,22	972.522	0,45	4,16	100,98
23	32	35	CLORURO SODIO UF LIE	78.593	0,42	00,03	108,63	560.079	0,34	7,59	104,53	695.848	0,32	-5,44	90,85
24	15	16	ANALGAN MTA	74.090	0,41	-3,58	93,30	728.015	0,44	-1,44	95,01	940.268	0,43	1,03	98,46
25	22	23	PH-LAC SAY	68.131	0,37	1,19	98,00	654.174	0,39	10,12	107,26	841.706	0,39	10,15	106,77
26	27	29	COLDFASE RMM	67.820	0,37	10,40	108,92	603.460	0,36	3,59	100,70	752.082	0,34	4,02	100,83
27	35	30	BISOLVON BI	66.577	0,33	83,07	177,30	529.993	0,32	3,73	100,39	672.890	0,31	-4,72	92,96
28	23	22	ORALYTE FDE	65.088	0,35	-5,44	91,58	651.473	0,39	2,18	99,32	843.591	0,39	9,28	105,83
29	29	31	FISIOL LE LMB	64.701	0,35	4,94	101,34	570.253	0,35	11,72	108,50	744.402	0,34	7,95	104,84
30	28	27	GENTAMAX ACX	62.306	0,34	3,45	100,19	588.253	0,35	8,48	105,46	757.656	0,35	7,07	104,36
31	26	26	COMPLEJO B LIFE LIE	62.280	0,34	-6,24	88,85	610.473	0,37	-3,78	93,53	787.658	0,36	-5,80	91,31
32	37	34	PHARMATON BI	62.030	0,34	28,70	124,65	524.930	0,32	21,36	118,56	658.201	0,32	23,70	119,03
33	63	62	EMULSION DE SCOTT GSK	61.806	0,34	29,79	125,70	416.483	0,25	-8,32	88,10	380.001	0,23	-5,79	88,41
34	16	13	BEDOYECTA FDE	56.816	0,33	-11,26	56,89	703.805	0,42	-2,54	84,74	1.030.726	0,47	11,00	107,89
35	30	33	AIRITAR RMM	58.600	0,32	7,31	104,22	560.938	0,33	-5,68	91,49	720.442	0,33	-4,89	92,19
36	30	29	CENBEXIL LIE	58.150	0,32	-17,06	79,55	576.122	0,35	-7,42	89,38	750.166	0,35	-5,09	90,45
37	36	37	ALERCET SI	58.136	0,32	11,22	107,72	536.283	0,32	7,18	104,19	687.044	0,31	7,69	104,58
38	44	41	LIFT ... JJ	58.030	0,32	7,22	108,85	472.810	0,28	20,58	117,27	638.232	0,29	25,10	122,23
39	40	43	CURAM SDZ	57.539	0,31	17,40	113,70	491.707	0,30	9,27	109,22	630.914	0,29	13,08	109,59
40	31	30	ALKA SELTZER BAY	57.133	0,31	21,35	117,23	571.861	0,34	-23,00	74,86	748.472	0,34	-25,16	72,59
41	56	63	DOLO-NEUROBION MCK	56.296	0,31	4,51	101,32	424.925	0,26	-10,58	78,18	536.711	0,25	-25,02	72,95
42	34	32	OMEPRAZOL NIFA PRS	56.458	0,30	-9,56	87,60	528.034	0,32	18,77	115,40	730.150	0,34	25,72	122,93
43	41	44	LECHE MAG PHILLIPS GSK	54.811	0,30	26,58	122,59	488.215	0,29	67,90	163,32	634.636	0,29	59,78	164,88
44	51	58	MENTOL CHINO DPV	54.118	0,29	29,21	125,14	419.597	0,25	4,58	101,84	548.131	0,25	5,55	102,02
45	45	50	COMPLEXIGEME C.M	53.719	0,29	14,31	110,70	409.209	0,28	21,20	117,91	398.740	0,27	21,98	116,98
46	66	60	VOLTAREN TOPICO NV-	53.490	0,29	20,34	116,55	413.385	0,25	-8,70	88,43	547.178	0,25	-5,38	87,54
47	60	64	MEGACILINA GRT	52.908	0,29	24,40	120,46	423.175	0,25	3,48	100,59	535.458	0,25	3,42	99,28
48	39	38	GLANIQUE 1 MTA	52.440	0,29	-0,14	90,71	515.103	0,31	18,03	114,74	682.260	0,31	21,79	118,38
49	47	46	ALERCET-D SI	52.041	0,28	18,77	116,60	454.549	0,28	0,13	97,52	607.832	0,28	1,28	98,17
50	62	68	MUCOSOLVAN T/C BI	50.340	0,27	66,12	160,86	479.383	0,25	17,20	113,90	523.158	0,24	12,53	109,18
51	54	55	PEDIASURE ABT	49.840	0,27	-4,38	92,90	484.909	0,26	-1,48	95,78	670.411	0,28	-2,21	94,70
52	42	42	CEBION MCK	49.603	0,27	-16,38	80,68	485.025	0,29	-9,37	88,10	638.135	0,29	-5,53	91,28
53	64	67	TRIDERM BFU	49.738	0,27	32,32	128,15	415.305	0,25	0,58	97,76	528.553	0,24	-1,74	85,21
54	46	47	BINOZYT SDZ	49.895	0,27	3,46	100,19	487.172	0,28	-3,40	93,90	607.250	0,28	-3,78	93,29
55	65	61	BUSCAPINA T/C BI	49.478	0,27	40,77	130,04	414.493	0,25	3,49	100,35	544.499	0,25	0,58	97,50
56	60	59	FLUCONAZOL LST	48.942	0,27	11,70	108,16	439,117	0,26	4,76	136,72	577,281	0,26	11,41	107,98
57	73	74	LACTATO RINGER DAX	48.166	0,25	30,47	126,33	383.344	0,23	33,28	130,24	490.359	0,22	39,34	134,77
58	81	96	PROGRESS GOLD ASN	47.748	0,25	-8,39	88,72	331.483	0,20	-4,29	93,04	425.954	0,20	-3,11	93,92
59	69	54	ETRON ROD	47.348	0,25	-6,30	91,04	428.221	0,26	8,48	136,48	676.308	0,26	3,70	100,52
60	57	57	CANESTEN BAY	46.276	0,25	-14,50	82,77	427.385	0,26	-27,53	70,44	556.505	0,26	-29,44	68,39
61	52	52	ASPIRINA BAY	46.112	0,25	3,24	99,99	445.832	0,27	1,47	98,84	589.721	0,27	-0,28	96,30
62	50	51	SERTAL UPTO NF RMM	46.416	0,25	1,58	86,23	462.972	0,27	6,22	133,08	684.845	0,27	7,58	104,38
63	80	89	COMPLEJO B ARI	45.197	0,25	45,46	140,81	350.755	0,21	40,57	136,60	453.842	0,21	28,15	135,35
64	49	45	OMEZZOL SH	44.119	0,24	-16,32	79,40	455.892	0,27	-5,35	92,15	818.184	0,28	-2,74	94,27
65	75	75	GALANTIHEWS C8A	44.137	0,24	26,57	124,62	366.523	0,22	18,44	116,13	484.575	0,22	10,71	116,34
66	43	40	TENSIFLEX BAG	43.445	0,24	-12,16	85,15	479.719	0,28	-7,16	90,71	624.885	0,20	-0,37	90,71
67	67	73	BEROCCA PERFORMANC BAY	42.658	0,23	23,22	130,03	411.511	0,25	47,53	143,41	498.344	0,23	34,34	130,21
68	84	84	CUADRIDERM EPU	42.458	0,23	5,70	108,04	330.322	0,20	5,54	132,90	444.198	0,20	6,47	130,27
69	97	101	LOSARTAN LST	42.007	0,23	44,74	140,15	322.219	0,19	30,27	120,44	422.023	0,18	32,44	120,30
70	86	86	ARTREN MCK	41.482	0,23	20,38	115,60	326.665	0,20	2,40	99,54	441.703	0,20	4,07	100,58
0	0	0	"Others"	13.156.820	71,63	0,00	0,00	120.232.773	72,30	0,00	0,00	158.387.709	72,61	0,00	0,00

ANEXO 5. DIAGRAMA DE PARETO 20% CANTIDAD

Tabla 25

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	CANTIDAD ACUMULADA	%	% CANT. ACUMULADA	80-20	VALOR
1	ANAPSIQUE 25 MG TAB X 50 (AMITRIPTILINA)	34.654	34.654	1,2336%	1,2336%	80%	3.197,19
2	OMEPRAZOL 20 MG LA SANTE CAP X 16	32.601	67.255	1,1605%	2,3941%	80%	8.644,86
3	NEURYL 2 MG COM X 50 (CLONAZEPAM)	31.271	98.526	1,1132%	3,5073%	80%	8.140,21
4	ANALGAN 1 GR COM X 20 (PARACETAMOL)	28.034	126.560	0,9979%	4,5052%	80%	7.324,79
5	ACIDO-FOLICO 1 MG ECU TAB X 100	27.209	153.769	0,9686%	5,4738%	80%	272,06
6	EUTIROX 25 MG TAB X 50 (LEVOTIROXINA) 100+10 TAB	26.201	179.970	0,9327%	6,4065%	80%	1.223,64
7	ACIDO-FOLICO ECU 5 MG TAB X 100	24.474	204.444	0,8712%	7,2777%	80%	480,43
8	EUTIROX 0.05 MG COM X 50 (LEVOTIROXINA SODICA)	22.784	227.228	0,8111%	8,0887%	80%	1.255,51
9	UMBRAL 500 MG CAP X OJO 50 / 20 (ACETAMINOFEN)	20.451	247.679	0,7280%	8,8167%	80%	4.447,20
10	RITALINA 10 MG TAB X 30 (METILFENIDATO)	18.733	266.412	0,6668%	9,4836%	80%	4.480,08
11	PARABAY 750 TAB X 20 (PARACETAMOL)	17.924	284.336	0,6380%	10,1216%	80%	5.924,67
12	DUSPATALIN RETARD 200MG X 30 CAPS (MEBEVERINA HCL) SCHERING ECUATORIANA 27+3 TAB	17.795	302.131	0,6335%	10,7551%	80%	9.342,91
13	PROTOLIF 10 MG CAJ X 100 (PROPRANOLOL CLORHIDRATO)	17.330	319.461	0,6169%	11,3720%	80%	962,36
14	UVAMIN RETARD 100 MG CAP X 20 (NITROFURANTOINA)	16.851	336.312	0,5999%	11,9719%	80%	3.978,00
15	CELEBREX 200 MG CAP OJO X 10 / 30 (CELECOXIB)	16.820	353.132	0,5987%	12,5706%	80%	25.461,53
16	JEROMA 100 MG TAB X 10 (DOXICICLINA)	16.760	369.892	0,5966%	13,1672%	80%	1.435,09
17	RIVOTRIL 2 MG COMP X 30 (CLONAZEPAM)	16.586	386.478	0,5904%	13,7576%	80%	3.822,47
18	DICLOFENACO 50 MG LA SANTE TAB X 50 (SODICO)	15.330	401.808	0,5457%	14,3033%	80%	1.373,37
19	AMOXICILINA 500 MG LA SANTE CAP X 50	14.931	416.739	0,5315%	14,8349%	80%	2.376,14
20	PROTOLIF 40 MG CAJ X 100 (PAROPANOLOL CLORHIDRATO)	14.702	431.441	0,5234%	15,3582%	80%	1.087,35
21	E-ZENTIUS 10 MG COM X 28 (ESCITALOPRAM)	14.481	445.922	0,5155%	15,8737%	80%	19.345,74
22	EUTIROX 0.1 MG COM X 50 (LEVOTIROXINA SODICA)	14.470	460.392	0,5151%	16,3888%	80%	1.083,05
23	ENDIAL DIGEST COMP X 20 MG (CINITAPRINA/SIMETI/PANCREATI)	13.978	474.370	0,4976%	16,8864%	80%	10.945,33
24	ADAX RETARD 1 MG TAB X 30 (ALPRAZOLAM)	13.752	488.122	0,4895%	17,3759%	80%	4.573,17
25	BUPREX FLASH 400 MG CAP LIQ X 10 (IBUPROFENO)	13.612	501.734	0,4846%	17,8605%	80%	5.358,81
26	SIMEPAR CAP X 200 (SILIMARINA/COMPLEJO B)	12.615	514.349	0,4491%	18,3095%	80%	3.279,63
27	ARALEN 250 MG TAB X 200 (CLOROQUINA)	12.140	526.489	0,4322%	18,7417%	80%	722,54
28	DOMINIUM 20 MG COM X 30 (FLUOXETINA)	12.104	538.593	0,4309%	19,1725%	80%	8.938,29
29	COMPLEJO B Q.ARISTON GRAG X 20 (VITAMINA BI B6 B12)	12.049	550.642	0,4289%	19,6015%	80%	822,83
30	LACTATO DE RINGER X 1000 ML X 20	11.862	562.504	0,4223%	20,0237%	80%	18.318,58
31	OMEZZOL 20 MG CAP X 10 (OMEPRAZOL)	11.637	574.141	0,4142%	20,4380%	80%	7.787,57
32	ACETAMINOFEN 500 MG GEN-FAR TAB X 100	11.547	585.688	0,4110%	20,8490%	80%	342,84
33	URBADAN 10 MG TAB X 20 (CLOBAZAM)	11.473	597.161	0,4084%	21,2574%	80%	2.182,34
34	ZALEPLA 7.5 MG COMP X 30 (ZOPICLONA) ABL	11.025	608.186	0,3925%	21,6499%	80%	3.261,77
35	ATIVAN 1 MG TAB X 30 (LORAZEPAM)	10.945	619.131	0,3896%	22,0395%	80%	2.523,96
36	METOTREXATO 2.5 MGTAB X 100 MEDICAMENTA	10.851	629.982	0,3863%	22,4258%	80%	2.208,82
37	LIBRAZOLAM 0.50 MG TAB X 10 (ALPRAZOLAM)	10.806	640.788	0,3847%	22,8104%	80%	3.094,44
38	CARDIOASPIRINA 100 MG COM X 30 (3+1 CAJA) (AC ACETILSALICILICO)	10.771	651.559	0,3834%	23,1938%	80%	2.887,92
39	EUTIROX 75 MG COM X 50 (LEVOTIROXINA SODICA) 100+10 TAB	10.724	662.283	0,3817%	23,5756%	80%	885,03
40	TAPAZOL 5 MG TAB X 100 (METIMAZOL)	10.454	672.737	0,3721%	23,9477%	80%	1.379,97
41	PREDNICORTEN 5 MG TAB X 30 (PREDNISONA)	10.134	682.871	0,3607%	24,3085%	80%	2.385,48
42	IBUPROFENO 600 MG LA SANTE TAB X 50	10.071	692.942	0,3585%	24,6670%	80%	1.185,45
43	SOLUCION ISOTONICA 0.9% 100 ML X 75	10.059	703.001	0,3581%	25,0251%	80%	10.736,00
44	ALOPURINOL 300 MG TAB X 30 (ALOPURINOL) SWISS	10.009	713.010	0,3563%	25,3813%	80%	1.763,07
45	OMEPRAZOL 20 MG GENETIA CAP X 20	9.744	722.754	0,3469%	25,7282%	80%	4.076,77
46	GLICENEX SR 500MG COMP X 30 (METFORMINA CLORHIDRATO)	9.709	732.463	0,3456%	26,0738%	80%	4.615,64
47	PLAQUINOL 200 MG TAB X 20 (HIDROXICLOROQUINA)	9.689	742.152	0,3449%	26,4187%	80%	8.660,45
48	ZALDIAR 362 MG COM X 20 (TRAMADOL-PARACETAM)	9.506	751.658	0,3384%	26,7571%	80%	4.147,09
49	CLARITROMICINA 500 MG LA SANTE TAB X 10	9.462	761.120	0,3368%	27,0939%	80%	10.845,75
50	ARCOXIA 120 MG TAB X 14 (ETORICOXIB)	9.236	770.356	0,3288%	27,4227%	80%	23.363,62
51	NEURYL 0.50 MG COM X 50 (CLONAZEPAM)	9.088	779.444	0,3235%	27,7462%	80%	2.056,77
52	ALEVIAN DUO 100/300MG CAP X 48 (BROMURO DE PINAVERIO/DIMETICONA)	8.982	788.426	0,3197%	28,0660%	80%	9.038,01
53	PRENAVIT CAP X 30 (MULTIVITAMINAS PRENATALES)	8.960	797.386	0,3190%	28,3849%	80%	1.828,52
54	IBUPROFENO 400 MG GEN-FAR TAB X 100	8.902	806.288	0,3169%	28,7018%	80%	526,39
55	ZETIX 7.5 MG COM X 20 (ZOPICLONA)	8.872	815.160	0,3158%	29,0176%	80%	4.000,09
56	LORATADINA 10 MG TAB X 10 LA SANTE	8.827	823.987	0,3142%	29,3318%	80%	1.131,80
57	LANZOPRAL 30 MG CAP OJO X (14 O 28) (LANSOPRAZOL)	8.698	832.685	0,3096%	29,6415%	80%	14.345,05
58	KUFER-Q RECARGADO CAP X 30(SILIMARINA-COENZI Q10) 20%DSCTO	8.454	841.139	0,3009%	29,9424%	80%	5.927,27
59	ENTEROGERMINA AMP-BEB X 10 (LACTOBACILUS-5 ML)	8.403	849.542	0,2991%	30,2415%	80%	5.999,99
60	CONCERTA 18 MG COM X 30 (METILFENIDATO)	8.401	857.943	0,2991%	30,5406%	80%	13.194,91
61	DEGRALER 5 MG COM X 10 (LEVOCETIRIZINA)	8.398	866.341	0,2989%	30,8395%	80%	9.286,70
62	TOPICTAL 25 MG COM X 28 (TOPIRAMATO)	8.298	874.639	0,2954%	31,1349%	80%	2.776,80
63	ADAX 0.50 MG TAB X 30 (ALPRAZOLAM)	8.283	882.922	0,2949%	31,4298%	80%	2.579,10
64	ATIVAN 2 MG TAB X 30 (LORAZEPAM)	8.130	891.052	0,2894%	31,7192%	80%	3.527,98
65	ASAWIN 100 MG TAB X 100 (ACI SALICILICO)	7.916	898.968	0,2818%	32,0010%	80%	152,26
66	BLADURIL 200 MG COM X 20 (FLAVOXATO CLORHIDRATO)	7.865	906.833	0,2800%	32,2810%	80%	4.756,37
67	LASIX 40 MG TAB X 20 UND VER (FUROSEMIDA)	7.846	914.679	0,2793%	32,5603%	80%	869,95
68	OMEZZOL 40 MG CAP X 10 (OMEPRAZOL)	7.830	922.509	0,2787%	32,8390%	80%	8.830,22
69	LYRICA 75 MG CAP X 28 (PREGABALINA)	7.807	930.316	0,2779%	33,1169%	80%	7.969,34
70	GLICENEX SR 750 MG COMP X 30 (METFORMINA CLORHIDRATO)	7.774	938.090	0,2767%	33,3936%	80%	4.698,76
71	DICETEL 100 MG COMP X 10 (PILOCARPINA-PINAVERIO) 27+3 TAB	7.716	945.806	0,2747%	33,6683%	80%	7.077,77
72	XANAX 0.5 MG TAB X 20 (ALPRAZOLAM)	7.598	953.404	0,2705%	33,9388%	80%	4.011,08
73	LEXOTAN 3 MG COM X 30 (BROMAZEPAM)	7.435	960.839	0,2647%	34,2034%	80%	3.342,31
74	PROFLOX 500 MG TAB X 10 (CIPROFLOXACINA)	7.408	968.247	0,2637%	34,4671%	80%	8.324,30
75	SERTAL-CTO 135 MG GRA X 20 (PROPINOX HCL-LISINA)	7.384	975.631	0,2629%	34,7300%	80%	2.359,20
76	SECOTEX OCAS 0.4 MG COMP X 10 (CLORHIDRATO/TAMSULOSINA)	7.341	982.972	0,2613%	34,9913%	80%	8.759,41
77	HCT 25 MG TAB X 30 (HIDROCLOROTIAZIDA)	7.278	990.250	0,2591%	35,2504%	80%	1.019,42
78	VALCOTE ER 500MG TAB X 30 (DIVALPROATO SODICO) 30+3 TAB	7.275	997.525	0,2590%	35,5094%	80%	6.313,40
79	CREON 10000 MG CAP X 20 (PANCREATINA)	7.261	1.004.786	0,2585%	35,7678%	80%	4.480,04
80	NEXITO 10 MG COM X 10 (ESCITALOPRAM) 2+1 CAJA	7.164	1.011.950	0,2550%	36,0229%	80%	8.409,07
81	BETASERC 24 MG TAB X 20 (BETAHISTINA) 37+3 TAB	7.159	1.019.109	0,2548%	36,2777%	80%	8.145,58
82	DOLO-CURAFLEX (15MG MELOXICAM+1500 MG GLUCOSAMINA) SOB X OJO 15 / 30 UNI	7.158	1.026.267	0,2548%	36,5325%	80%	12.653,65
83	BACTRIM FORTE 960 MG COM X 10 (TRIMETOPRI-SULFAMETOXA)	7.138	1.033.405	0,2541%	36,7866%	80%	3.169,05
84	ENDIAL 1 MG COM X 20 (CINITAPRIDA)	7.122	1.040.527	0,2535%	37,0401%	80%	3.682,17
85	DIGESPAR TAB X 20 (PANCREATI-METOCLOPRAMI)	7.072	1.047.599	0,2517%	37,2919%	80%	3.113,49
86	BIPETOL 40 MG CAP X 14 (ESOMEPRAZOL ROWE)	7.037	1.054.636	0,2505%	37,5424%	80%	9.846,82
87	FALAZINE 500 MG TAB X 100 (SULFASALAZINA)	7.023	1.061.659	0,2500%	37,7924%	80%	1.186,74
88	MARTESIA 25MG CAP X 28 (PREGABALINA)	6.969	1.068.628	0,2481%	38,0404%	80%	4.757,15
89	ASPIRINA 100 MG TAB X 100 (AC ACETILSALICILICO)	6.959	1.075.587	0,2477%	38,2882%	80%	330,81
90	ALERCET-D 125 MG CAP X 10 (CETIRIZINA-PSEUDOFEDRI)	6.917	1.082.504	0,2462%	38,5344%	80%	3.614,59
91	ESPASMO-CANULASE TAB X 100 (METIXENO-PANCREATINA-CELULOSA)	6.894	1.089.398	0,2454%	38,7798%	80%	2.387,61
92	PROFINAL 600 MG TAB X 20 (IBUPROFENO)	6.881	1.096.279	0,2449%	39,0248%	80%	2.272,74
93	TIOCOLFEN 4MG/400MG TAB X 15 (TIOCOLCHICO/IBUPRO)	6.826	1.103.105	0,2430%	39,2677%	80%	6.624,98
94	SOLUCION ISOTONICA 0.9% 1000 ML X20	6.774	1.109.879	0,2411%	39,5089%	80%	9.995,84
95	ANAUTIN 50 MG TAB X 100 (DIMENHIDRINATO)	6.755	1.116.634	0,2405%	39,7493%	80%	318,22
96	ETEC 1000 MG CAP X 30 (VITAMINA E)	6.747	1.123.381	0,2402%	39,9895%	80%	2.817,04
97	IMMUVIT PLUS Q10 X 30 CAP.GEL (MULTIVITAMINICO-MINERALES - GINSENG)	6.648	1.130.029	0,2367%	40,2262%	80%	3.266,07
98	CALSOLID 0.50 MG CAP BLANDAS X 30 (CALCITRIOL)	6.634	1.136.663	0,2362%	40,4623%	80%	2.642,67
99	DAFLON 500 MG COMP X 30 (FRACCION FLAVONOICA PURIFICADA)	6.629	1.143.292	0,2360%	40,6983%	80%	4.318,82
100	PAXIL 20 MG TAB OJO X 30 O 20 (PAROXETINA)	6.626	1.149.918	0,2359%	40,9342%	80%	8.436,73
101	ESOZ 20MG TAB X 28 (ESOMEPRAZOL)	6.615	1.156.533	0,2355%	41,1696%	80%	3.848,63
102	HIDROXIUREA SYREA 500 MG CAP X 100 (HIDROXICARBAMIDA)	6.569	1.163.102	0,2338%	41,4035%	80%	5.877,32
103	NODOLEX 15 MG COM X 10 (MELOXICAM) 22%CON CUPON BAGO	6.481	1.169.583	0,2307%	41,6342%	80%	5.057,33
104	PAXIL-CR 25 MG TAB X 30 (PAROXETINA)	6.461	1.176.044	0,2300%	41,8642%	80%	10.470,16
105	FINALIN FORTE X 100 TAB	6.261	1.182.305	0,2229%	42,0871%	80%	1.161,93
106	IMURAN 50 MG TAB X 100 (AZATIOPRINA)	6.221	1.188.526	0,2215%	42,3085%	80%	5.557,71
107	BLAQUETA 81 MG COM X 30 (AC ACETILSALICILICO)	6.208	1.194.734	0,2210%	42,5295%	80%	627,40
108	PIRSEC 20 MG CAP X 30 (OMEPRAZOL)	6.141	1.200.875	0,2186%	42,7481%	80%	4.658,67
109	DIGESTA 250 MG CAP LIQ X 20 (SIMETICONA)	6.082	1.206.957	0,2165%	42,9646%	80%	1.507,12
110	ARTRICHINE 0.5 MG TAB X 30 (COLCHICINA)	6.076	1.213.033	0,2163%	43,1809%	80%	402,28
111	MINOT 100 MG CAP X 10 (MINOCICLINA)	5.895	1.218.928	0,2098%	43,3907%	80%	4.259,45
112	QUETIAZIC 25 MG TAB X 30 (QUETIAPINA)	5.876	1.224.804	0,2092%	43,5999%	80%	5.867,01
113	METICORTEN 20 MG TAB X 30 (PREDNISONA)	5.859	1.230.663	0,2086%	43,8085%	80%	5.339,37
114	BUPREX MIGRA COM X 20 (IBUPROFENO,CAFEINA,ERGOTAMINA)	5.794	1.236.457	0,2063%	44,0147%	80%	1.464,98
115	ARCOXIA 90 MG TAB X 14 (ETORICOXIB)	5.781	1.242.238	0,2058%	44,2205%	80%	10.735,16
116	TENSIFLEX 750 MG TAB X 10 (CLORZOXAZONA-PARACETAM)	5.759	1.247.997	0,2050%	44,4255%	80%	963,24
117	PHARMATON VITALITY CAP X 30 (GINSENG VITAMINAS)	5.720	1.253.717	0,2036%	44,6291%	80%	2.955,85
118	DECATILENO COMP X 10 ((CLORURO DECALINIO/CLORHIDRATO DE DIBUCAINA)	5.672	1.259.389	0,2019%	44,8311%	80%	832,02
119	ETRON 500 MG CAP X 50 (METRONIDAZOL)	5.668	1.265.057	0,2018%	45,0328%	80%	1.080,42
120	CYMBALTA 60 MG TAB X 28 (DULOXETINA)	5.645	1.270.702	0,2009%	45,2338%	80%	11.644,86
121	NABILA 5 MG COMP X 28 UNID (NEBIVOLOL)	5.624	1.276.326	0,2002%	45,4340%	80%	4.260,99

ANEXO 5. DIAGRAMA DE PARETO 20% CANTIDAD

Tabla 25

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	CANTIDAD ACUMULADA	%	% CANT. ACUMULADA	80-20	VALOR
122	TAMSULON 0.4 MG X 10 (TAMSULOSINA)	5.578	1.281.904	0,1986%	45,6325%	80%	5.355,14
123	OXA 15 MG COM OJO X 10/30 (MELOXICAM)	5.543	1.287.447	0,1973%	45,8298%	80%	5.448,16
124	CALCIBON-D 1500 MG TAB 60 (CALCIO-VITA D)	5.497	1.292.944	0,1957%	46,0255%	80%	1.946,47
125	CARVEDIL 25 MG COM X 30 (CARVEDILOL)	5.470	1.298.414	0,1947%	46,2202%	80%	3.731,38
126	FENOFIKAN 160MG CAP X 20 (FENOFIBRATO) 3+1	5.438	1.303.852	0,1936%	46,4138%	80%	3.166,61
127	STRATTERA 60 MG X 14 CAP (ATOMOXETINA)	5.370	1.309.222	0,1912%	46,6050%	80%	24.296,01
128	NUTRIZYM PLUS GRAGEA X 20 (BROMOPRIDE-PANCREAT-POLSILOXA)	5.314	1.314.536	0,1892%	46,7941%	80%	1.847,51
129	CELECOXIB 200 MG GEN-FAR TAB X 10	5.259	1.319.795	0,1872%	46,9814%	80%	3.030,81
130	DISLEP 25 MG COM X 20 (LEVOSULPIRIDE)	5.202	1.324.997	0,1852%	47,1665%	80%	7.033,70
131	CIPROFLOXACINA 500 MG LA SANTE CAP X 10	5.191	1.330.188	0,1848%	47,3513%	80%	3.591,66
132	BIENEX 15 MG CAP X 10 (MELOXICAM)	5.160	1.335.348	0,1837%	47,5350%	80%	2.790,05
133	URBADAN 20 MG TAB X 20 (CLOBAZAM)	5.152	1.340.500	0,1834%	47,7184%	80%	1.908,77
134	MUVETT RETARD 300 MG TAB X 20 (TRIMEBUTINA)	5.127	1.345.627	0,1825%	47,9009%	80%	2.108,30
135	FLIMOX 4 MG X 30 COM MASTICABLES (MONTELUKAST)	5.092	1.350.719	0,1813%	48,0822%	80%	2.022,24
136	KANAZOL 30MG CAP X 20 (LANSOPRAZOL)	5.073	1.355.792	0,1806%	48,2628%	80%	5.520,81
137	LACTEOL FORTE 340 MG CAP X 8 (LACTOBACILUS ACIDOPHILUS)	5.053	1.360.845	0,1799%	48,4426%	80%	5.859,21
138	TECTA 40MG TAB X 14 (PANTOPRAZOL) 3+1 CAJA	5.029	1.365.874	0,1790%	48,6216%	80%	10.100,52
139	XANAX 1 MG TAB X 20 (ALPRAZOLAM)	4.921	1.370.795	0,1752%	48,7968%	80%	4.554,62
140	DOLGENAL 20 MG COM X 10 (KETOROLACO)	4.919	1.375.714	0,1751%	48,9719%	80%	4.143,00
141	LAMICTAL 25 MG TAB X 30 (LAMOTRIGINA)	4.912	1.380.626	0,1749%	49,1468%	80%	1.216,78
142	NEXIUM 20 MG TAB X 14 (ESOMEPRAZOL)	4.902	1.385.528	0,1745%	49,3213%	80%	5.989,66
143	MIGRA-DORIXINA 125-1 MG GRA X 20 (LISINA-ERGOTAMINA)	4.883	1.390.411	0,1738%	49,4951%	80%	2.662,52
144	HEPABIONTA-F GRAGEA X 50 (COMPLEJO B)	4.853	1.395.264	0,1728%	49,6679%	80%	225,20
145	SEROPHENE 50 MG TAB X 10 UNID (CLOMIFENO)	4.822	1.400.086	0,1717%	49,8395%	80%	3.195,79
146	WOBENZYM N GRAGEAS X 100 UNID (PANCREAT,PROT,LIPAS,PAPIN)	4.818	1.404.904	0,1715%	50,0110%	80%	2.211,25
147	ADORLAN 25/25 MG COM X 30 (DICLOFENACO SODICO/TRAMADOL)	4.810	1.409.714	0,1712%	50,1822%	80%	1.305,06
148	BUSCAPINA-CTO NF COM X 20 (N-BUTILBR HIOSCI,IBUPRO)	4.791	1.414.505	0,1705%	50,3528%	80%	1.613,88
149	UROCIT K TAB X 100 (CITRATO POTASIO) GRUPO FARMA	4.760	1.419.265	0,1694%	50,5222%	80%	1.442,33
150	VALCOTE 500 MG TAB X 30 (ACIDO VALPROICO)	4.709	1.423.974	0,1676%	50,6899%	80%	3.589,18
151	AMOVAL 1 GR TAB X 14 (AMOXICILINA)	4.662	1.428.636	0,1660%	50,8558%	80%	2.546,21
152	CONSILIUM 5 MG TAB X 30 (DIAZEPAN)	4.641	1.433.277	0,1652%	51,0210%	80%	400,95
153	SINDROMETA CAP X 30 (COENZIMA Q10/RESVERATROL) 20%DSCTO	4.620	1.437.897	0,1645%	51,1855%	80%	2.723,39
154	DEBRIDAT AP 300 MG TAB X 20 (TRIMEBUTINA)	4.589	1.442.486	0,1634%	51,3488%	80%	3.664,98
155	PREDNISONA 20 MG TAB X 30 PHARMA	4.589	1.447.075	0,1634%	51,5122%	80%	2.089,95
156	NEXIUM 40 MG TAB X 14 (ESOMEPRAZOL)	4.586	1.451.661	0,1632%	51,6754%	80%	9.358,33
157	COMPLEJO B GEN-FAR TAB X 250 (VITAMINA B1/B6/B12)	4.584	1.456.245	0,1632%	51,8386%	80%	181,05
158	ACIFOL PLUS 5 MG CAP X 60 (ACIDO FOLICO)	4.576	1.460.821	0,1629%	52,0015%	80%	260,45
159	DAYAMINERAL 500 MG TAB X 30 (COMP B-A-E-C-CALCIO-HIERRO)	4.547	1.465.368	0,1619%	52,1634%	80%	715,30
160	EUTIROX 125 MG COM X 50 (LEVOTIROXINA SODICA) 100+10 TAB	4.529	1.469.897	0,1612%	52,3246%	80%	458,28
161	ROSLIPID 10 MG TAB X 30 UNID (ROSUVASTATINA)	4.527	1.474.424	0,1611%	52,4858%	80%	4.734,29
162	LAMICTAL 100 MG COM X 30 (LAMOTRIGINA)	4.518	1.478.942	0,1608%	52,6466%	80%	4.231,82
163	LEVOTIROXINA BKF 50 MCG TAB X 50 (LEVOTIROXINA)	4.501	1.483.443	0,1602%	52,8068%	80%	248,56
164	BETALOC ZOK 50MG TAB X 28 (METOPROLOL)	4.496	1.487.939	0,1600%	52,9669%	80%	1.110,13
165	TEGRETOL-CR 400 MG COM X 60 (CARBAMAZEPINA)	4.460	1.492.399	0,1588%	53,1256%	80%	2.525,87
166	PAXIL-CR 12.5 MG TAB X 30 (PAROXETINA)	4.454	1.496.853	0,1586%	53,2842%	80%	3.899,64
167	GASTROPAX 5/2.5 MG TAB X 30 (CLIDINIO/CLODIAZEPOXIDO)	4.445	1.501.298	0,1582%	53,4424%	80%	759,93
168	PERFECTIL CAP X 30 (VITA D-E-C-COMPLE-B)	4.440	1.505.738	0,1581%	53,6005%	80%	1.489,71
169	CONSILIUM 10 MG TAB X 30 (DIAZEPAN)	4.401	1.510.139	0,1567%	53,7571%	80%	494,52
170	DICLOXACILINA 500 MG LA SANTE CAP X 50	4.400	1.514.539	0,1566%	53,9137%	80%	840,27
171	XANAX 0.25 MG TAB X 20 (ALPRAZOLAM)	4.378	1.518.917	0,1558%	54,0696%	80%	1.849,21
172	NUCLEO C.M.P. FORTE X 30 CAP (CITIDIN/URIDIN)	4.366	1.523.283	0,1554%	54,2250%	80%	2.915,00
173	OMEPRAZOL 40 MG G-AM CAP X 14	4.353	1.527.636	0,1550%	54,3800%	80%	3.198,64
174	ANGIOTEN 50 MG TAB X 20 (LOSARTAN) 2+1 CAJA	4.316	1.531.952	0,1536%	54,5336%	80%	2.494,51
175	ALERCET 10 MG CAP X 10 (CETIRIZINA)	4.310	1.536.262	0,1534%	54,6870%	80%	1.732,42
176	GLUCOFAGE-XR 500 MG TAB X 30 (METFORMINA) 60+5 TAB	4.309	1.540.571	0,1534%	54,8404%	80%	2.301,12
177	NERVINETAS GRAGEAS X 15 (VALERIANA)	4.301	1.544.872	0,1531%	54,9935%	80%	2.307,73
178	ALDACTONE 25 MG TAB X 30 (ESPIRONOLACTONA)	4.288	1.549.160	0,1526%	55,1462%	80%	1.870,44
179	NEOGAIVAL 3 MG COM X 20 (ESZOPICLONA) 3+1 CAJA	4.256	1.553.416	0,1515%	55,2977%	80%	2.091,71
180	CARVEDIL 6.25 MG COM X 28 (CARVEDILOL)	4.226	1.557.642	0,1504%	55,4481%	80%	1.610,86
181	PANKREOFLAT N 170/80MG X 30 TAB (PANCREATINA/DIMETICONA)	4.194	1.561.836	0,1493%	55,5974%	80%	1.257,04
182	MICARDIS PLUS 80-12.5 MG COM X OJO 14/28 (TELMISARTAN-CLOROTIAZIDA)	4.185	1.566.021	0,1490%	55,7464%	80%	5.029,18
183	ZANLAN 10 MG TAB X 10 (CETIRIZINA)	4.145	1.570.166	0,1476%	55,8939%	80%	918,73
184	LYRICA 50 MG CAP X 28 (PREGABALINA)	4.117	1.574.283	0,1466%	56,0405%	80%	3.748,75
185	SOLETROL-K AMP X 10 (POTASIO SOLUCION CONCEN)	4.112	1.578.395	0,1464%	56,1869%	80%	2.522,55
186	ACTEBRAL 200 MG COM X 20 (CARBAMAZEPINA)	4.101	1.582.496	0,1460%	56,3328%	80%	750,73
187	CEFAZOLINA 1 GR FARMALOGICA AMP X 10	4.082	1.586.578	0,1453%	56,4782%	80%	8.170,74
188	PREDNISONA 5 MG TAB X 30 PHARMA BRAND	4.080	1.590.658	0,1452%	56,6234%	80%	555,45
189	SINEMET 25-250 MG TAB X 30 (CARBIDOPA LEVODOPA)	4.073	1.594.731	0,1450%	56,7684%	80%	2.115,04
190	FELDENE FLASH 20 MG TAB X 10 (PIROXICAM)	4.065	1.598.796	0,1447%	56,9131%	80%	4.132,83
191	TENSODOX 10 MG COM X 20 (CICLOBENZAPRINA)	4.064	1.602.860	0,1447%	57,0577%	80%	2.246,14
192	MOBIC 15 MG TAB X 10 (MELOXICAM)	3.985	1.606.845	0,1419%	57,1996%	80%	8.822,08
193	QUETIAZIC 100 MG TAB X 30 (QUETIAPINA)	3.963	1.610.808	0,1411%	57,3407%	80%	7.438,63
194	AUGMENTIN BD 1 GR TAB X 14 (AMOXICI-AC CLAVULANI)	3.960	1.614.768	0,1410%	57,4816%	80%	9.466,59
195	UNASYN 375 MG TAB X 10 (SULTAMICILINA) (AMPICILINA SULBACTAM)	3.945	1.618.713	0,1404%	57,6221%	80%	9.012,35
196	GLUCOFAGE-XR 750 MG TAB X 30 (METFORMINA) 60+5 TAB	3.935	1.622.648	0,1401%	57,7622%	80%	2.806,43
197	FLUIMUCIL-EFER 600 MG TAB X 20 (ACETILCISTEINA)	3.921	1.626.569	0,1396%	57,9017%	80%	3.911,14
198	MELATONIN 3MG X 60 TAB (VITAMINA B-6/MELATONIN)	3.918	1.630.487	0,1395%	58,0412%	80%	498,01
199	FLURITOX COM X 20 (ACETAMINOFEN-PSEUDOEFEDRI-CETIRIZINA)	3.914	1.634.401	0,1393%	58,1805%	80%	1.974,12
200	CICOXIL 5 X 30 TAB (WARFARINA SODICA 5 MG)	3.913	1.638.314	0,1393%	58,3198%	80%	1.086,06
201	INVIGAN 500 MG COM X 10 OJO 3 (ORNIDAZOL)	3.898	1.642.212	0,1388%	58,4586%	80%	5.604,59
202	MESULID 100 MG TAB X 20 (NIMESULIDE)	3.881	1.646.093	0,1382%	58,5967%	80%	2.239,47
203	PK-MERZ TAB 100MG X 30 (AMANTADINA)	3.871	1.649.964	0,1378%	58,7345%	80%	1.312,31
204	COMBIVENT-UDV AMP X 20 (IPRATROPIO-SALBUTAMO)	3.863	1.653.827	0,1375%	58,8720%	80%	3.121,02
205	CONRELAX 4 MG X 10 CAPS (TIOCOLCHICOSIDO)	3.848	1.657.675	0,1370%	59,0090%	80%	2.036,83
206	MEBOLIMON CAJ X 96 (LIDOCAINA BASE 1 MG CETRIMONIO BROMURO 2MG)	3.801	1.661.476	0,1353%	59,1443%	80%	754,77
207	FLAZINIL 10 MG COM X 10 (ZOLPIDEN)	3.785	1.665.261	0,1347%	59,2791%	80%	3.065,13
208	OMEZZOL 40 MG AMP IV X 1 (OMEPRAZOL)	3.775	1.669.036	0,1344%	59,4134%	80%	23.846,23
209	SOLUCION ISOTONICA 0.9% 250 ML X 56	3.751	1.672.787	0,1335%	59,5470%	80%	3.736,74
210	WELLMAN CAP X 30 (VIT A/C/E/AMINOACIDOS/MINERALES)	3.750	1.676.537	0,1335%	59,6805%	80%	921,78
211	TORADOL 30 MG AMP X 1 ML (KETOROLACO)	3.746	1.680.283	0,1333%	59,8138%	80%	12.832,77
212	ORLIFIT 120 MG CAP X 30 (ORLISTAT) 2+1 CAJA	3.723	1.684.006	0,1325%	59,9463%	80%	2.764,20
213	LINEX CAP 280 MG CAJ X 16 (LACTOBACILUS ACIDOPHILUS)	3.679	1.687.685	0,1310%	60,0773%	80%	1.884,78
214	ATORVASTATINA 40 MG LA SANTE TAB X 10 2+2 CAJAS	3.662	1.691.347	0,1304%	60,2077%	80%	7.192,76
215	CYMBALTA 30 MG TAB X 7 (DULOXETINA)	3.654	1.695.001	0,1301%	60,3377%	80%	7.704,41
216	NATELE CAP X 28 (VITAMINAS MINERALES)	3.645	1.698.646	0,1298%	60,4675%	80%	1.300,64
217	MICARDIS 80 MG TAB OJO X 14/28 (TELMISARTAN)	3.605	1.702.251	0,1283%	60,5958%	80%	3.802,40
218	ALOPURINOL TAB X 30 (ALOPURINOL)	3.604	1.705.855	0,1283%	60,7241%	80%	1.217,08
219	CALCEFOR 500 MG TAB X 30 (CARBONATO CALCIO)	3.602	1.709.457	0,1282%	60,8523%	80%	1.094,24
220	MIRTAPAX 30 MG COM X OJO 30 O 10 (MIRTAPAZINA)	3.597	1.713.054	0,1280%	60,9804%	80%	4.388,82
221	IBUPROFENO 400 MG M-K TAB X 100	3.588	1.716.642	0,1277%	61,1081%	80%	284,77
222	PROBINEX 600 MG COM X 20 (IBUPROFENO)	3.579	1.720.221	0,1274%	61,2355%	80%	715,07
223	HIGROTON 50 MG TAB X 28 (CLORTALIDONA)	3.569	1.723.790	0,1270%	61,3625%	80%	594,29
224	GESLUTIN-PNM 200 MG CAP X 20 (PROGESTERONA)	3.542	1.727.332	0,1261%	61,4886%	80%	4.599,08
225	DUODAR 0.5MG/0.4MG CAP X 30 UND (DUTASTERIDE/TAMSULOSINA)	3.541	1.730.873	0,1261%	61,6147%	80%	4.642,58
226	ZAMUR 500 MG TAB X 10 (CEFUROXIMA AXETIL)	3.527	1.734.400	0,1256%	61,7402%	80%	6.314,14
227	ANGIORETIC 50-12.5 MG TAB X 20 (LOSARTA-HIDROCLOROTIA) 2+1 CAJA	3.522	1.737.922	0,1254%	61,8656%	80%	1.950,62
228	SIBELIUM 5 MG CAP X 20 (FLUNARIZINA)	3.513	1.741.435	0,1251%	61,9907%	80%	731,20
229	BINOZYT 500 MG TAB X 5/3 UNID (AZITROMICINA)	3.508	1.744.943	0,1249%	62,1155%	80%	5.274,73
230	CIRIAX 500 MG COM X 10 (CIPROFLOXACINO)	3.503	1.748.446	0,1247%	62,2402%	80%	6.154,71
231	ZURCAL 20 MG COM X 14 (PANTOPRAZOL)	3.494	1.751.940	0,1244%	62,3646%	80%	3.339,89
232	SIMVASTATINA 20 MG GEN-FAR TAB X 10	3.481	1.755.421	0,1239%	62,4885%	80%	1.209,69
233	GLUCOVANCE 500/5 MG CAP X 30 (METFORMINA-GLIBENCLAMIDA) 60+15 TAB	3.475	1.758.896	0,1237%	62,6122%	80%	1.156,78
234	OLEANZ 5 MG TAB X 10 (OLANZAPINA) 3+1 CAJA	3.463	1.762.359	0,1233%	62,7355%	80%	11.428,37
235	LUNELA CAP X 60 (VALERIANA-MANZANILL-PASSIFLORA)	3.458	1.765.817	0,1231%	62,8586%	80%	910,85
236	BIPETOL 20 MG X 14 CAP (ESOMEPRAZOL ROWE)	3.449	1.769.266	0,1228%	62,9814%	80%	3.395,09
237	MITRUL 15 MG X 10 TAB (CICLOBENZAPRINA)	3.418	1.772.684	0,1217%	63,1031%	80%	5.332,96
238	CARVEDIL 12.5 MG COM X 28 (CARVEDILOL)	3.411	1.776.095	0,1214%	63,2245%	80%	1.699,60
239	CEFADIN 500 MG CAP X 120 (CEFALEXINA)	3.410	1.779.505	0,1214%	63,3459%	80%	1.417,16
240	RECORDERIS COM X 30 UNID (FOSFORO/MG/GINSENG)	3.407	1.782.912	0,1213%	63,4671%	80%	1.249,40
241	DOLGENAL RAPID 10 MG TAB X 10 (KETOROLACO)	3.406	1.786.318	0,1212%	63,5884%	80%	1.620,60
242	ZINNAT 500 MG TAB X 10 (CEFUROXIMA AXETIL)	3.380	1.789.698	0,1203%	63,7087%	80%	11.703,90
243	LEVOTIROXINA 0.1 MG TAB X 50 (LEVOTIROXINA)	3.362	1.793.060	0,1197%	63,8284%	80%	323,96
244	NABILA 2.5 MG COMP X 28 UNID (NEBIVOLOL)	3.351	1.796.411	0,1193%	63,9477%	80%	1.558,82

ANEXO 5. DIAGRAMA DE PARETO 20% CANTIDAD

Tabla 25

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	CANTIDAD ACUMULADA	%	% CANT. ACUMULADA	80-20	VALOR
245	LIBRAZOLAM 0.25 MG TAB X 10 (ALPRAZOLAM)	3.346	1.799.757	0,1191%	64,0668%	80%	551,65
246	AMITRIPTILINA 25 MG NOVA TAB X 100	3.323	1.803.080	0,1183%	64,1851%	80%	941,14
247	PLAVIX 75 MG COM X 14 (CLOPIDOGREL)	3.319	1.806.399	0,1181%	64,3032%	80%	6.425,20
248	TRENTAL 400 MG TAB X 20 (PENTOXIFILINA)	3.318	1.809.717	0,1181%	64,4213%	80%	2.294,87
249	TOTAL MAGNESIO 528 MG X 60 COMP (CITRATO MAGNESIO) 5+1 CAJA	3.310	1.813.027	0,1178%	64,5392%	80%	1.242,43
250	METAGESIC 325/37.5 GR COM X 30 (PARACETAMO-TRAMADOL)	3.301	1.816.328	0,1175%	64,6567%	80%	1.302,43
251	CEMIN 500 MG/5 ML AMP X 10 (VITAMINA C)	3.296	1.819.624	0,1173%	64,7740%	80%	1.722,68
252	DOLRAD 1 GR/2 ML AMP X 5 (METAMIZOL / DIPIRONA)	3.284	1.822.908	0,1169%	64,8909%	80%	1.671,31
253	RIVOTRIL 0.5 MG COMP X 30 (CLONAZEPAM)	3.283	1.826.191	0,1169%	65,0078%	80%	643,47
254	ESOMAX 20 MG CAP X 14 UND (ESOMEPRAZOL)	3.277	1.829.468	0,1167%	65,1244%	80%	3.444,96
255	DARISEC 7.5 MG COMP X 30 UNID (DARIFENACINA 5+1 CAJA	3.270	1.832.738	0,1164%	65,2408%	80%	3.791,49
256	CATAFLAM 50 MG GRA X 60 (DICLOFENACO POTASICO)	3.242	1.835.980	0,1154%	65,3562%	80%	1.010,16
257	DORIXINA-RELAX 130 MG COM X 10 (LISINA-CICLOBENZAPRI)	3.241	1.839.221	0,1154%	65,4716%	80%	1.950,33
258	VALCOTE ER 250MG TAB X 30 (DIVALPROATO SODICO) 30+3 TAB	3.239	1.842.460	0,1153%	65,5869%	80%	1.501,85
259	MESULID 100 MG SOB X 30 (NIMESULIDE)	3.229	1.845.689	0,1149%	65,7018%	80%	2.187,51
260	FLOGOMAX 10 MG COM X 20 (CICLOBENZAPRINA)	3.224	1.848.913	0,1148%	65,8166%	80%	1.352,70
261	MARTESIA 75MG CAP X 28 (PREGABALINA)	3.203	1.852.116	0,1140%	65,9306%	80%	2.786,80
262	GLUCOFAGE 500 MG TAB X 60 (METFORMINA) 120+10 TAB	3.180	1.855.296	0,1132%	66,0438%	80%	916,26
263	BIOMETRIX CAP X 30 (GINSENG /GINKGO BILOBA)	3.165	1.858.461	0,1127%	66,1565%	80%	1.897,28
264	ZURCAL 40 MG COM X 14 (PANTOPRAZOL)	3.125	1.861.586	0,1112%	66,2677%	80%	4.703,44
265	NEUROBION TAB X 20 (COMPLEJO B)	3.111	1.864.697	0,1107%	66,3785%	80%	348,67
266	CLOPAN 10 MG TAB X 20 (METOCLOPRAMIDA)	3.105	1.867.802	0,1105%	66,4890%	80%	795,93
267	JANUMET 50MG/1000MG COMP X 56 (SITAGLIPTINA-METFORMINA)	3.104	1.870.906	0,1105%	66,5995%	80%	2.264,47
268	GLAUCOMED 250 MG TAB X 10 UNID (ACETAZOLAMIDA)	3.100	1.874.006	0,1104%	66,7099%	80%	2.865,65
269	COLYPAN 300 MG TAB X 20 (TRIMEBUTINA MALEATO	3.081	1.877.087	0,1097%	66,8195%	80%	1.853,79
270	BACTIFLOX 500 MG TAB X 10 (CIPROFLOXACINA)	3.078	1.880.165	0,1096%	66,9291%	80%	3.671,68
271	BIODROXIL 500 MG CAPSULAS X 12 (CEFADROXIL)	3.068	1.883.233	0,1092%	67,0383%	80%	3.064,02
272	CONEXINE 100 MG CAP X 10 MEDICAMENTA(SERTALINA)	3.060	1.886.293	0,1089%	67,1472%	80%	4.005,85
273	LOSARTAN 100 MG GENAMERICA X 30 TABS	3.051	1.889.344	0,1086%	67,2559%	80%	2.775,05
274	NASTIZOL-CTO TAB X 10 (ISOEFED-CLORFENIRAMI-PARACETAM)	3.051	1.892.395	0,1086%	67,3645%	80%	702,03
275	NEXITO 20 MG COM X 10 (ESCITALOPRAM) 2+1 CAJA	3.030	1.895.425	0,1079%	67,4723%	80%	6.849,70
276	URODANTINA 100 MG CAJ X 40 CAP(NITROFURANTOINA)	3.027	1.898.452	0,1078%	67,5801%	80%	813,33
277	LANICOR 0.25 MG TAB X 20 (DIGOXINA)	3.019	1.901.471	0,1075%	67,6875%	80%	138,14
278	OLEANZ 10 MG TAB X 10 (OLANZAPINA) 3+1 CAJA	3.019	1.904.490	0,1075%	67,7950%	80%	15.287,34
279	ERALDOR NF 325 MG TAB X 12 (PARACETAMOL/IBUPROFENO)	3.015	1.907.505	0,1073%	67,9023%	80%	828,09
280	DALACIN-C 300 MG CAP X 48 (CLINDAMICINA)	3.014	1.910.519	0,1073%	68,0096%	80%	2.016,87
281	SOLETROL-NA AMP X 10 (SODIO SOLUCION CONCEN)	3.008	1.913.527	0,1071%	68,1167%	80%	1.834,50
282	VEDIPAL COMP X 30 UNID 450/50 MG (DIOSMINA/HESPERIDINA)	3.006	1.916.533	0,1070%	68,2237%	80%	1.775,81
283	CURAFLEX-DUO 1500 MG SOB X OJO 30/15 (GLUCOSAMI-CONDROITIN)	3.001	1.919.534	0,1068%	68,3305%	80%	5.004,46
284	COLUFASE 500 MG GRA X 6 (NITAZOXANIDA)	2.995	1.922.529	0,1066%	68,4372%	80%	4.053,95
285	APRONAX 550 MG TAB X 20 (NAPROXENO SODICO)	2.988	1.925.517	0,1064%	68,5435%	80%	1.105,91
286	CO-APROVEL 300-25MG COM X 14 (IRBESARTAN-HIDROCLOROTIAZIDA)	2.963	1.928.480	0,1055%	68,6490%	80%	3.417,99
287	BICARBONATO-SODIO SAND AMP X 10 ML	2.956	1.931.436	0,1052%	68,7542%	80%	2.823,89
288	ACTAN 20 MG CAP X 30 (FLUOXETINA)	2.946	1.934.382	0,1049%	68,8591%	80%	1.140,73
289	ALOPURINOL 300 MG X 20 TBS (ECUAQUIMICA)	2.920	1.937.302	0,1039%	68,9630%	80%	301,59
290	ORANGE 1GR SOBRES X 10 (VITAMINA C)	2.920	1.940.222	0,1039%	69,0670%	80%	928,94
291	DEXAMETASONA 4 MG SAND AMP X 2 ML	2.916	1.943.138	0,1038%	69,1708%	80%	2.586,76
292	FOSFOCINA 500 MG CAP X 12 (FOSFOMICINA)	2.900	1.946.038	0,1032%	69,2740%	80%	2.498,20
293	UNASYN 750 MG TAB X 10 (SULTAMICILINA) (AMPICILINA SULBACTAM)	2.888	1.948.926	0,1028%	69,3768%	80%	9.268,73
294	CEFRIN 500 MG CAP X 20 (CEFALEXINA)	2.885	1.951.811	0,1027%	69,4795%	80%	1.390,02
295	ISLAMINT CASSIS TAB X 50 (ISLANDIA-CASSIS +VIT C)	2.869	1.954.680	0,1021%	69,5816%	80%	671,34
296	ANSIETIL 30 MG COM X 30 (KETOZOLAM)	2.860	1.957.540	0,1018%	69,6835%	80%	1.060,22
297	ATARAX 10 MG COM X 25 (HIDROXICINA)	2.854	1.960.394	0,1016%	69,7851%	80%	499,61
298	EPAMIN XR 100 MG CAP X 100 (FENITOINA SODICA)	2.852	1.963.246	0,1015%	69,8866%	80%	241,95
299	ZOLOFT 50 MG TAB X 28 (SERTRALINA)	2.843	1.966.089	0,1012%	69,9878%	80%	4.596,25
300	URSOFALK 250 MG CAP X 25 (ACIDO URSODESOXICOLICO)	2.800	1.968.889	0,0997%	70,0875%	80%	2.343,23
301	BURTEN 30 MG AMP X 5 (KETOROLACO-2 ML)	2.791	1.971.680	0,0994%	70,1868%	80%	5.117,82
302	MODIFICAL 8 MG/4ML AMP X 2 ML (ONDASETRON)	2.763	1.974.443	0,0984%	70,2852%	80%	24.290,04
303	DIGESTOPAN CAP X 30 (PANCREATINA-CELULASA-LIPASA)	2.761	1.977.204	0,0983%	70,3834%	80%	841,12
304	WELLBUTRIN XL 150 MG X 30 TABS (BUPROPION CLORHIDRATO)	2.744	1.979.948	0,0977%	70,4811%	80%	2.868,01
305	VITAVANTAGE TAB X 30 20%DSCTO (HIERRO-C-E-B-ACI FOLIC-CALCIO-MINER)	2.730	1.982.678	0,0972%	70,5783%	80%	992,36
306	TENORETIC 50 MG TAB X 28UNID (ATENOLOL-CLORTALIDONA)	2.729	1.985.407	0,0971%	70,6755%	80%	838,77
307	SESAREN-XR 75 MG CAP X 15 (VENLAFAXINA)	2.714	1.988.121	0,0966%	70,7721%	80%	2.476,99
308	TRIFAMOX IBL DUO 875 MG COM X 14 (AMOXICILINA-SULBACTAM)	2.702	1.990.823	0,0962%	70,8682%	80%	5.719,79
309	NOMADOL 20 MG COM X 10 (KETOROLA-TROMETAMI) 22%CUPON BAGO	2.695	1.993.518	0,0959%	70,9642%	80%	1.785,31
310	ADAX 0.25 MG TAB X 30 (ALPRAZOLAM)	2.680	1.996.198	0,0954%	71,0596%	80%	610,84
311	TROKEN 75 MG COM X 28 (CLOPIDOGREL)	2.675	1.998.873	0,0952%	71,1548%	80%	2.243,45
312	PREDNISOLONA 5 MG TAB X 30 LA SANTE	2.668	2.001.541	0,0950%	71,2498%	80%	365,09
313	SIMARIN Q 140 MG X 20 CAP (SILIMARINA+COQ+COMP B) 2+1 CAJA	2.662	2.004.203	0,0948%	71,3445%	80%	1.070,22
314	KINEX 2 MG TAB X 30 (BIPERIDENO)	2.661	2.006.864	0,0947%	71,4393%	80%	539,37
315	ALERTOP 10 MG COM X 30 (CETIRIZINA)	2.659	2.009.523	0,0947%	71,5339%	80%	730,41
316	PIRSEC 40 MG CAP X 30 (OMEPRAZOL)	2.652	2.012.175	0,0944%	71,6283%	80%	2.846,02
317	STALEVO 100/25/200 MG TAB X 30 (LEVODOPA-CARBIDOPA-ENTACAPONE)	2.638	2.014.813	0,0939%	71,7222%	80%	3.425,05
318	OXETOL 600 MG TAB X 10 (OXCARBAZEPINA) 3+1 CAJA	2.637	2.017.450	0,0939%	71,8161%	80%	2.126,03
319	ALOPURINOL 300 MG X TAB 50 NIFA (ALOPURINOL)	2.635	2.020.085	0,0938%	71,9099%	80%	196,51
320	TOTAL MAGNESIO STRESS X24 SOBRES EFERV (MAGNESIO + VIT B)	2.632	2.022.717	0,0937%	72,0036%	80%	3.272,13
321	CRESTOR 10 MG COMP X 30 UNID OJO X 20 (ROSUVASTATINA)	2.614	2.025.331	0,0931%	72,0966%	80%	3.472,86
322	XUENOXX CAP X 30 (VALERIANA,MANZANILLA,PASSIFLORA, COMPLEJO B)	2.598	2.027.929	0,0925%	72,1891%	80%	952,37
323	E-ZENTIUS 20 MG COM X 28 (ESCITALOPRAM) 3+1 CAJA	2.592	2.030.521	0,0923%	72,2814%	80%	6.409,47
324	GLUCOFAGE 850 MG TAB X 60 (METFORMINA) 120+10 TAB	2.591	2.033.112	0,0922%	72,3736%	80%	835,47
325	TIROXIN 88 TAB X 50 (LEVOTIROXINA) (1+1 CAJA)	2.590	2.035.702	0,0922%	72,4658%	80%	239,09
326	PREBICTAL 75 MG CAP X 28 (PREGABALINA)	2.588	2.038.290	0,0921%	72,5580%	80%	1.965,46
327	LACTEOL FORTE SOBRES X 8 (LACTOBACILUS ACIDOPHILUS)	2.585	2.040.875	0,0920%	72,6500%	80%	3.391,92
328	FLUZETRIN CAP X 10 (CETIRIZINA-PSEUDOEFE-ACETAMINO)	2.556	2.043.431	0,0910%	72,7410%	80%	1.170,85
329	MIRAPEX ER 1.5 MG COMP X 30 (PRAMIPEXOL)	2.549	2.045.980	0,0907%	72,8317%	80%	5.163,74
330	AVIANT 5 MG TAB X 30 (DESLORATADINA)	2.547	2.048.527	0,0907%	72,9224%	80%	3.805,50
331	FLIMOX 5 MG X 30 COM MASTICABLES (MONTELUKAST)	2.541	2.051.068	0,0905%	73,0128%	80%	1.230,72
332	COMPLEJO B M-K X 250 TBS (COMPLEJO B)	2.538	2.053.606	0,0903%	73,1032%	80%	175,79
333	PANTOGAR TAB X 30 (QUERATINA, LEVADURA)	2.536	2.056.142	0,0903%	73,1934%	80%	1.146,74
334	HIPERLIPEN 100 MG TAB X 20 (CIPROFIBRATO)	2.525	2.058.667	0,0899%	73,2833%	80%	2.482,05
335	COLYPAN 200 MG TAB X 30 (TRIMEBUTINA MALEATO	2.521	2.061.188	0,0897%	73,3731%	80%	1.034,33
336	TRUXA 500 MG COM X 10 (LEVOFLOXACINA)	2.514	2.063.702	0,0895%	73,4626%	80%	4.088,35
337	LOSARTAN 50 MG GEN-FAR TAB X 30	2.498	2.066.200	0,0889%	73,5515%	80%	419,25
338	CONCERTA 36 MG COM X 30 (METILFENIDATO)	2.491	2.068.691	0,0887%	73,6402%	80%	4.945,51
339	KLARICID 500 MG TAB X 10 (CLARITROMICINA)	2.490	2.071.181	0,0886%	73,7288%	80%	8.107,19
340	SAL ANDREWS 5 GR SOB X 50 (BICARBONATO NA-AC CITRICO)	2.478	2.073.659	0,0882%	73,8170%	80%	277,92
341	GLUCOFAGE 1000 MG TAB X 30 (METFORMINA) 60+5 TAB	2.474	2.076.133	0,0881%	73,9051%	80%	1.022,53
342	LOPID 300 MG CAP X 30 (GEMFIBROZILO)	2.471	2.078.604	0,0880%	73,9930%	80%	945,02
343	ANGIORETIC FORTE 100-25 MG TAB X 20 (LOSARTA-HIDROCLOROTIA) 2+1 CAJA	2.461	2.081.065	0,0876%	74,0806%	80%	2.348,27
344	PRISTIQ 50 MG TAB X 28 (DESVENLAFAXINA)	2.459	2.083.524	0,0875%	74,1682%	80%	4.756,35
345	VIMPAT 50 MG COMP X 14 UNID (LACOSAMIDA)	2.450	2.085.974	0,0872%	74,2554%	80%	2.756,88
346	BETALOC ZOK 100MG TAB X OJO 28/30 (METOPROLOL)	2.447	2.088.421	0,0871%	74,3425%	80%	999,29
347	DOLONEUROBION 50 MG GRA X 30 (COMPLEJO B-DICLOFENACO)	2.445	2.090.866	0,0870%	74,4295%	80%	1.268,41
348	BI-PROFENID 150 MG TAB X 10 (KETOPROFENO)	2.438	2.093.304	0,0868%	74,5163%	80%	2.600,96
349	PRADAXA 110 MG CAP X 30 (DABIGATRAN ETEXILATO) 2+1 CAJA	2.433	2.095.737	0,0866%	74,6029%	80%	7.613,83
350	SOLUCION ISOTONICA 0.9% 500 MLX 40	2.400	2.098.137	0,0854%	74,6884%	80%	3.050,40
351	PRADAXA 150 MG CAP X 30 (DABIGATRAN ETEXILATO) 2+1 CAJA	2.399	2.100.536	0,0854%	74,7738%	80%	3.800,62
352	CONEXINE 50 MG CAP OJO X 30/10 MEDICAMENTA (SERTALINA)	2.391	2.102.927	0,0851%	74,8589%	80%	1.729,42
353	SUPRIMAL500MG (MESALAZINA)TAB X 50 (5+1 TAB)	2.380	2.105.307	0,0847%	74,9436%	80%	2.301,24
354	LANCETAS ONE TOUCH X 100 (LIFESCAN)	2.376	2.107.683	0,0846%	75,0282%	80%	487,82
355	HEPA-MERZ 3.00 GR (L-ORNITINA-L-ASPARTATO)SOB X 10	2.369	2.110.052	0,0843%	75,1125%	80%	5.083,44
356	UTROGESTAN 200 MG CAP BLANDAS X 15 (PROGESTERONA)	2.368	2.112.420	0,0843%	75,1968%	80%	4.731,07
357	OXETOL 300 MG TAB X 20 (OXCARBAZEPINA) 3+1 CAJA	2.368	2.114.788	0,0843%	75,2811%	80%	1.065,06
358	AMOVAL 500 MG TAB X 21 (AMOXICILINA)	2.360	2.117.148	0,0840%	75,3651%	80%	598,89
359	DUO-PAS 400 MG TAB X 10 (BUTIL-HIOSCINA-IBUPROFEN)	2.359	2.119.507	0,0840%	75,4491%	80%	1.227,39
360	FLUOXETINA 20 MG LA SANTE CAP X 14	2.357	2.121.864	0,0839%	75,5330%	80%	585,91
361	CEUMID 500 MG COM RECUBIERTOS X 30 (LEVETIRACETAM)	2.356	2.124.220	0,0839%	75,6168%	80%	2.682,28
362	BERIFEN 50 MG TAB X 20 (DICOFENACO SODICO)	2.349	2.126.569	0,0836%	75,7005%	80%	532,53
363	TETRALYSAL 150 MG CAP X 16 (TETRACICLINA)	2.340	2.128.909	0,0833%	75,7838%	80%	2.280,67
364	AERO-OM 40 MG COM X 30 (SIMETICONA)	2.339	2.131.248	0,0833%	75,8670%	80%	349,20
365	LOSARTAN POTASICO 50 MG LA SANTE COM X 30 2+1 CAJAS	2.329	2.133.577	0,0829%	75,9499%	80%	399,43
366	PROPRANOLOL 40 MG X 20 TAB GEN-FAR (PROPRANOLOL)	2.325	2.135.902	0,0828%	76,0327%	80%	92,74

ANEXO 5. DIAGRAMA DE PARETO 20% CANTIDAD

Tabla 25

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	CANTIDAD ACUMULADA	%	% CANT. ACUMULADA	80-20	VALOR
367	CLOPSINE 100MG TAB X 30 (CLOZAPINA)	2.303	2.138.205	0,0820%	76,1147%	80%	3.254,45
368	TOPAMAC 25 MG COM X 28 (TOPIRAMATO)	2.299	2.140.504	0,0818%	76,1965%	80%	837,61
369	APRACAL 5 MG X 20 TAB (HALOPERIDOL)	2.296	2.142.800	0,0817%	76,2782%	80%	298,05
370	LIPITOR 10 MG TAB X 30 (ATORVASTATINA)	2.294	2.145.094	0,0817%	76,3599%	80%	3.260,91
371	GOVAL 3 MG COM X 20 (RISPERIDONA)	2.294	2.147.388	0,0817%	76,4416%	80%	3.692,41
372	KUFER-Q FORTE CAP OJO X 20/30 (SILIMARINA-COENZI Q10)	2.276	2.149.664	0,0810%	76,5226%	80%	1.113,19
373	TRILEPTAL 300 MG COM X 30 (OXCARBAMAZEPINA)	2.276	2.151.940	0,0810%	76,6036%	80%	1.407,66
374	EPINEFRINA 1 MG LIFE AMP X 10 (ADRENALINA-IM-IV)	2.275	2.154.215	0,0810%	76,6846%	80%	1.299,84
375	INCORIL 60 MG TAB X 60 (DILTIAZEM)	2.274	2.156.489	0,0809%	76,7655%	80%	421,12
376	EUCOR 20 MG COM X 20 (LISINOPRIL)	2.273	2.158.762	0,0809%	76,8464%	80%	686,11
377	AUGMENTIN 500 MG TAB X 10 (AMOXICI-AC CLAVULANI)	2.265	2.161.027	0,0806%	76,9271%	80%	2.443,79
378	FLORATIL 200 MG SOB X 6 (SACCHAROMYCES-BOULARDII)	2.261	2.163.288	0,0805%	77,0076%	80%	4.064,48
379	MULTIDOL 800 MG CAP BLANDA X 10 UNID (IBUPROFENO)	2.249	2.165.537	0,0801%	77,0876%	80%	1.515,56
380	VITAFEM COMP X 30 (VITAMINAS/NUTRIENTES) 2+1 CAJA	2.240	2.167.777	0,0797%	77,1674%	80%	1.071,20
381	LUVOX 100 MG GRAGEAS X 15 (FLUVOXAMINA) 28+2 TAB	2.238	2.170.015	0,0797%	77,2470%	80%	3.236,15
382	VASOACTIN PLUS 30-100 MG COM X 30 (NIMODIPINO-CITICOLINA)	2.235	2.172.250	0,0796%	77,3266%	80%	1.259,10
383	MENOPACE CAP X 30 (VITA A-COMP-B-MINERALES)	2.230	2.174.480	0,0794%	77,4060%	80%	727,15
384	STAMYL 175 MG TAB X 20 (PANCREATINA)	2.221	2.176.701	0,0791%	77,4850%	80%	727,18
385	ORSANAC 400 MG COM X 14 (NORFLOXACINA)	2.216	2.178.917	0,0789%	77,5639%	80%	1.361,10
386	ANTIGRIPINA PLUS COM X 40/12 OJO (PAPACETAMOL-FENILEFRINACLORFENIRAMINA)	2.214	2.181.131	0,0788%	77,6427%	80%	636,55
387	CLEXANE 40 MG AMP X 0.4 ML (ENOXAPARINA SODICA)	2.187	2.183.318	0,0779%	77,7206%	80%	22.353,80
388	NIFEDIPINO 10 MG GEN-FAR CAP X 30	2.187	2.185.505	0,0779%	77,7984%	80%	172,26
389	PINAVIX 100 MG X 30 (BROMURODEPINAVERIO)	2.174	2.187.679	0,0774%	77,8758%	80%	581,69
390	OMEPRAZOL 40 MG LA SANTE CAP X 30	2.170	2.189.849	0,0772%	77,9531%	80%	1.372,80
391	ULCOZOL RAPID 20 MG CAP X 28 (OMEPRAZOL/BICARBONATO DE SODIO)	2.170	2.192.019	0,0772%	78,0303%	80%	1.612,27
392	TAZOCIN AMP X 1 (PIPERACILINA +TAZOBACTAM)	2.163	2.194.182	0,0770%	78,1073%	80%	51.602,85
393	ESOTLEN 40MG CAP X20 (ESOMEPRAZOL)	2.158	2.196.340	0,0768%	78,1841%	80%	3.492,12
394	DETRUSITOL SR 4MG TAB X 30 (TOLTERODINA)	2.155	2.198.495	0,0767%	78,2608%	80%	1.816,79
395	SESAREN-XR 150 MG CAP X 15 (VENLAFAXINA)	2.152	2.200.647	0,0766%	78,3374%	80%	3.132,63
396	VALPAKINE 500 MG GRA X 40 (VALPRONATO)	2.151	2.202.798	0,0766%	78,4140%	80%	1.007,39
397	KRIADEX 2 MG TAB X 30 (CLONAZEPAM)	2.148	2.204.946	0,0765%	78,4905%	80%	784,03
398	LUVIT B FORTE AM 10000MG/2ML+JER CAJ X 1 (COMPLEJO B)	2.143	2.207.089	0,0763%	78,5668%	80%	2.682,78
399	NEUROBION 1000 AMP X 1 (COMPLEJO B)	2.140	2.209.229	0,0762%	78,6429%	80%	1.728,32
400	VIMOVO COMP 500MG/20MG COM X 10 UNID (NAPROXENO/ESOMEPRAZOL)	2.133	2.211.362	0,0759%	78,7189%	80%	2.505,55
401	BRILINTA 90 MG TAB OJO X 30/60 UNID (TICAGRELOR)	2.132	2.213.494	0,0759%	78,7948%	80%	3.604,10
402	CLARITROMICINA 500 MG TAB X 10 (CLANIL)	2.129	2.215.623	0,0758%	78,8706%	80%	2.501,90
403	CELECOXIB CELERIDAN 200 MG CAP X 20	2.129	2.217.752	0,0758%	78,9463%	80%	1.924,59
404	GASEC 20 MG CAP X OJO 14 (OMEPRAZOL)	2.125	2.219.877	0,0756%	79,0220%	80%	2.240,82
405	GESLUTIN-PNM 100 MG CAP X 20 (PROGESTERONA)	2.124	2.222.001	0,0756%	79,0976%	80%	1.166,40
406	ATARAX 25 MG COM X 25 (HIDROXICINA)	2.121	2.224.122	0,0755%	79,1731%	80%	416,78
407	LIPIDIL 200 MG CAP X 20 (FENOFIBRATO) 36+4 TAB	2.117	2.226.239	0,0754%	79,2485%	80%	1.512,08
408	GEMFIBROZILO 600 MG LA SANTE COM X 20 . 1+1 CAJA	2.110	2.228.349	0,0751%	79,3236%	80%	490,82
409	FLORATIL 200 MG CAP X 6 (SACCHAROMYCES-BOULARDII)	2.105	2.230.454	0,0749%	79,3985%	80%	2.834,18
410	LEPRIT 25 MG TAB X 30 (LEVOSULPIRIDE)	2.101	2.232.555	0,0748%	79,4733%	80%	1.946,58
411	ALZAM 0.50 MG TAB X 30 (ALPRAZOLAM)	2.100	2.234.655	0,0748%	79,5480%	80%	939,51
412	LIPITOR 20 MG TAB X 30 (ATORVASTATINA)	2.092	2.236.747	0,0745%	79,6225%	80%	5.215,53
413	DOLGENAL 30 MG AMP X 3 (KETOROLACO-2 ML)	2.090	2.238.837	0,0744%	79,6969%	80%	4.207,43
414	AMARYL-M 2/500 MG TAB X 30 (GLIMEPIRIDA-METFORMINA)	2.074	2.240.911	0,0738%	79,7707%	80%	981,07
415	ROSLIPID 20 MG TAB X 30 UNID (ROSUVASTATINA)	2.068	2.242.979	0,0736%	79,8444%	80%	3.892,10
416	CARDURA XL 4 MG TAB LIBERACION PROLONGADA X 30 (DOXAZOSIN)	2.053	2.245.032	0,0731%	79,9174%	80%	1.934,17
417	CALCEFOR-D FORTE 1250 MG TAB X 30 (CARBONATO CALCIO)	2.053	2.247.085	0,0731%	79,9905%	80%	683,97
418	KUFER Q - ECV X 20 CAP (SILIMARINA-COENZIQ10-VIT C) 20%DSCTO	2.041	2.249.126	0,0727%	80,0632%	80%	1.664,65
419	NUTRALOGICS TABX 30 (C-E-B-ACI FOL-CALC-MIN-HIER) 20%DSCTO	2.040	2.251.166	0,0726%	80,1358%	80%	463,61
420	ANSIFIX SR 75 MG CAP X 30 (VENLAFAXINA)	2.038	2.253.204	0,0725%	80,2083%	80%	1.479,00
421	TIROXIN 50 TAB X 50 (LEVOTIROXINA) (1+1 CAJA)	2.027	2.255.231	0,0722%	80,2805%	80%	131,50
422	CALCIBON-D SOYA TAB X 30 (CITRA CALCIO-VTD-SOY-MAGN)	2.020	2.257.251	0,0719%	80,3524%	80%	791,24
423	TRIFAMOX IBL 500 MG COM X 16 (AMOXICILINA-SULBACTAM)	2.019	2.259.270	0,0719%	80,4243%	80%	2.946,79
424	AZITROMICINA 500 MG LA SANTE TAB OJO (X 3 O 5)	2.018	2.261.288	0,0718%	80,4961%	80%	4.201,61
425	STUGERON FORTE 75 MG CAP X 20 (CINARIZINA)	2.015	2.263.303	0,0717%	80,5678%	80%	353,90
426	CALSOLID 0.25 MG CAP BLANDAS X 30 (CALCITRIOL)	2.014	2.265.317	0,0717%	80,6395%	80%	477,68

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	CANTIDAD ACUMULADA	%	% CANT. ACUMULADA	80-20	VALOR
427	BEREZO 150 MG TAB X 30 UNID (PROPAFENONA)	2.009	2.267.326	0,0715%	80,7111%	80%	1.183,35
428	METFORMINA BKF 500 MG X 30 TAB (METFORMINA)	2.000	2.269.326	0,0712%	80,7822%	80%	423,57
429	PAROTEN 20 MG TAB X 10 /20UND(PAROXETINA) 2+1 CAJA	2.000	2.271.326	0,0712%	80,8534%	80%	1.976,31
430	VIMPAT 100 MG COMP X 28 UNID (LACOSAMIDA)	1.987	2.273.313	0,0707%	80,9242%	80%	4.343,79
431	AMLODIPINO 5 MG GEN-FAR TAB X 10	1.986	2.275.299	0,0707%	80,9949%	80%	523,88
432	VYTORIN 10-20 MG COM X OJO 28 / 14 (EZETIMIBA-SIMVASTATINA)	1.980	2.277.279	0,0705%	81,0654%	80%	3.456,99
433	SPASMOMEN 40 MG GRA X 30 (OTILONIO BROMURO)	1.979	2.279.258	0,0704%	81,1358%	80%	970,91
434	ATORVASTATINA 20 MG LA SANTE TAB X 10 2+2 CAJAS	1.979	2.281.237	0,0704%	81,2062%	80%	2.271,50
435	NEOGAIVAL 2 MG COM X 20 (ESZOPICLONA) 3+1 CAJA	1.976	2.283.213	0,0703%	81,2766%	80%	971,97
436	ULTRAC-E CAP X 30 (VITA E-TIAMIN-PIRIDOXINA)	1.975	2.285.188	0,0703%	81,3469%	80%	862,90
437	SIMVASTATINA 40 MG GEN-FAR TAB X 10	1.973	2.287.161	0,0702%	81,4171%	80%	870,02
438	EPAMIN 100 MG CAP X 50 (FENITOINA SODICA) DESCONTINUADO	1.973	2.289.134	0,0702%	81,4874%	80%	165,30
439	ACTIVOX MIEL LIMON X 16 (SORBITOL/EXTRACTO DE ERISIMO)	1.972	2.291.106	0,0702%	81,5576%	80%	725,91
440	FLAGYL 500 MG TAB X 30 (METRONIDAZOL)	1.967	2.293.073	0,0700%	81,6276%	80%	302,43
441	LEXAPRO 10 MG TAB X 14 (OXALATO ESCITALOPRAM)	1.959	2.295.032	0,0697%	81,6973%	80%	2.890,04
442	TRAVIATA 20 MG COM X 10 (PAROXETINA)	1.949	2.296.981	0,0694%	81,7667%	80%	1.510,51
443	NULYTELY CEREZA SOB X 4 (BICARBO NA-CLORU NA-K)	1.942	2.298.923	0,0691%	81,8358%	80%	12.389,76
444	ANEMIDOX FERRUM 108 MG CAP X 20 (HIERRO-ACIDO FOLICO)	1.942	2.300.865	0,0691%	81,9050%	80%	958,74
445	BACTRIM-AD 480 MG TAB X 20 (TRIMETOPRIM-SULFAMETOXA)	1.939	2.302.804	0,0690%	81,9740%	80%	430,86
446	DOSIN 10 MG COM X 20 (DOMPERIDONA)	1.939	2.304.743	0,0690%	82,0430%	80%	411,68
447	LEXOTAN 1.5 MG COM X 30 (BROMAZEPAM)	1.938	2.306.681	0,0690%	82,1120%	80%	595,11
448	NEUROBION DC 10.000 X1 AMP (COMPLEJO B)	1.928	2.308.609	0,0686%	82,1806%	80%	8.705,40
449	FLUIMUCIL 300 MG AMP X 5 (ACETILCISTEINA-3ML)	1.925	2.310.534	0,0685%	82,2491%	80%	3.492,31
450	OCAM PROTECT 15 MG X 10 (MELOXICAM+ESOMEPRAZOL)	1.922	2.312.456	0,0684%	82,3176%	80%	2.912,82
451	MUVETT 200 MG TAB X 21 (TRIMEBUTINA)	1.921	2.314.377	0,0684%	82,3859%	80%	660,54
452	ISLAMINT TAB X 50 OJOX30 (ISLANDIA-ACACIA SORBITOL)	1.919	2.316.296	0,0683%	82,4543%	80%	343,56
453	TRAYENTA DUO 2.5 MG/500 MG COM X 60 (LINAGLIPTINA/METFORMINA) (1+1 TARJETA)	1.902	2.318.198	0,0677%	82,5220%	80%	1.355,80
454	LORATADINA 10 MG GENETIA TAB X 10	1.898	2.320.096	0,0676%	82,5895%	80%	220,99
455	CONVERTAL 50 MG COM X 15 (LOSARTAN)	1.893	2.321.989	0,0674%	82,6569%	80%	1.176,94
456	NEOGRIPAL F CAP BLANDA X 10 (LORATADI-PROPANOLA-ACETAMINO)	1.888	2.323.877	0,0672%	82,7241%	80%	803,12
457	BOROSAN SOBRES X 10 (PERBORATO DE NA ACTIVADO-CATALIZADOR-AROMATIZANTE)	1.883	2.325.760	0,0670%	82,7912%	80%	971,44
458	RANITIDINA 300 MG LA SANTE TAB X 10	1.871	2.327.631	0,0666%	82,8578%	80%	382,37
459	CONVERTAL-D 50-12.5 MG COM X 20 (LOSARTAN-CLOROTIAZIDA)	1.868	2.329.499	0,0665%	82,9243%	80%	1.186,11
460	BERIFEN 75 MG AMP X 5 (DICOFENACO-LIDOCAINA)	1.867	2.331.366	0,0665%	82,9907%	80%	2.869,61
461	BIOMETRIX A-OX CAP X 30 (VITAM/MINERALES/GINSENG /GINKGO BILOBA)	1.861	2.333.227	0,0662%	83,0570%	80%	1.051,30
462	TENORMIN 50 MG COM X 28 UNID (ATENOLOL)	1.853	2.335.080	0,0660%	83,1229%	80%	507,13
463	GELICART 10 G SOB X 30 (COLAGENO HIDROLIZADO)	1.845	2.336.925	0,0657%	83,1886%	80%	3.068,43
464	STRATTERA 25 MG X 14 CAP (ATOMOXETINA)	1.837	2.338.762	0,0654%	83,2540%	80%	8.576,05
465	CODIPRONT-EX CAP X 10 (CODEINA-GUAIFENESNA)	1.836	2.340.598	0,0654%	83,3193%	80%	833,85
466	MELOXICAM 15 MG LA SANTE TAB X 10	1.816	2.342.414	0,0646%	83,3840%	80%	951,50
467	DIAREN 550 MG TAB X 20 (NIFUROXAZIDA-ATAPULGITA)	1.814	2.344.228	0,0646%	83,4486%	80%	417,47
468	SIMVASTATINA 40 MG GENETIA TAB X 10	1.811	2.346.039	0,0645%	83,5130%	80%	1.107,76
469	QUEXEL 850 MG X 30 TAB (METFORMINA)	1.810	2.347.849	0,0644%	83,5775%	80%	394,31
470	IBUPROFENO 600 MG GEN-FAR TAB X 50	1.806	2.349.655	0,0643%	83,6418%	80%	212,98
471	CEUMID 1000 MG COM RECUBIERTOS X 30 (LEVETIRACETAN)	1.803	2.351.458	0,0642%	83,7059%	80%	3.732,37
472	CELLCEPT 500 MG CAP X 50 (MICOFENOLATO MOFETILO)	1.796	2.353.254	0,0639%	83,7699%	80%	10.182,62
473	CATAFLAM 25 MG TAB X 20 (DICLOFENACO POTASICO)	1.789	2.355.043	0,0637%	83,8336%	80%	368,67
474	JANUMET 50MG/850MG COMP X OJO 28/56 (SITAGLIPTINA-METFORMINA)	1.788	2.356.831	0,0636%	83,8972%	80%	1.211,34
475	ALDACTONE 100 MG TAB X 30 (ESPIRONOLACTONA)	1.788	2.358.619	0,0636%	83,9609%	80%	1.303,10
476	GLICENEX 500MG COMP X 30 (METFORMINA CLORHIDRATO)	1.785	2.360.404	0,0635%	84,0244%	80%	413,09
477	OXYCONTIN 20 MG COMP X 30 (OXICODONA)	1.785	2.362.189	0,0635%	84,0879%	80%	6.340,83
478	GOVAL 1 MG COM X 20 (RISPERIDONA) 3+1 CAJA	1.781	2.363.970	0,0634%	84,1513%	80%	1.399,52
479	MULTIDOL 400 MG CAP BLANDA X 4 UNID (IBUPROFENO)	1.780	2.365.750	0,0634%	84,2147%	80%	540,64
480	SUCEDAL 10 MG TAB X 20 (ZOLPIDEM)	1.780	2.367.530	0,0634%	84,2781%	80%	1.182,22
481	DENSIBONE-D G-TABS X 30 (CITRATO CALCIO + VIT D3)	1.780	2.369.310	0,0634%	84,3414%	80%	540,25
482	FERRUM 100 MG TAB X 30 (HIERRO)	1.750	2.371.060	0,0623%	84,4037%	80%	1.002,98
483	ATORVASTATINA 20MG ZOLVASTIN TAB X 30	1.745	2.372.805	0,0621%	84,4658%	80%	2.110,73
484	VITACAP G CAP BLANDAS X 30 + COMP B JBE GRATIS (VITAMINAS MINERALES)	1.743	2.374.548	0,0620%	84,5279%	80%	550,25
485	SODIX 550 MG COM X 20 (NAPROXENO SODICO)	1.738	2.376.286	0,0619%	84,5898%	80%	688,99

ANEXO 5. DIAGRAMA DE PARETO 20% CANTIDAD

Tabla 25

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	CANTIDAD ACUMULADA	%	% CANT. ACUMULADA	80-20	VALOR
486	SULFATO DE MAGNESIO 20% X 10 ML	1.733	2.378.019	0,0617%	84,6514%	80%	1.306,52
487	VITA E 400 MG CAPS X OJO 50 O 30 UNIDADES (VITAMINA E)	1.733	2.379.752	0,0617%	84,7131%	80%	298,34
488	GLUCOVANCE 500/2.5 MG CAP X 30 (METFORMINA-GLIBENCLAMIDA) 60+15 TAB	1.730	2.381.482	0,0616%	84,7747%	80%	467,85
489	CONTROLIP 160MG CAP X 30 (FENOFIBRATO)	1.728	2.383.210	0,0615%	84,8362%	80%	1.351,24
490	MEDROL TAB 4 MG CAJA * 60 (METILPREDNISOLONA)	1.728	2.384.938	0,0615%	84,8977%	80%	1.007,84
491	NAPROXENO SODICO 500 MG LA SANTE TAB X 10	1.723	2.386.661	0,0613%	84,9591%	80%	324,05
492	NORVASC 5 MG TAB X 30 (AMLODIPINO)	1.722	2.388.383	0,0613%	85,0204%	80%	1.484,53
493	PREBICTAL 150 MG CAP X 28 (PREGABALINA)	1.719	2.390.102	0,0612%	85,0816%	80%	2.048,81
494	MAGNU PLUS CAP X 60 (GINSENG/PROCAINA/VITAMINAS/MINERALES/OLIGOELEMENTOS)	1.719	2.391.821	0,0612%	85,1428%	80%	587,19
495	MICARDIS AMLO 80-5 MG COM X 28 (TELMISARTAN-AMLODIPINO)	1.717	2.393.538	0,0611%	85,2039%	80%	2.345,36
496	ARTROSAMIN COMPLEX CAP X 30 (GLUCOSAMINA/CONDROITIN)	1.717	2.395.255	0,0611%	85,2650%	80%	1.211,41
497	FERRUM 100 MG AMP BEB X 10 (HIERRO)	1.715	2.396.970	0,0610%	85,3260%	80%	1.660,06
498	EUTIROX 150 MG TAB X 50 (LEVOTIROXINA) 100+10 TAB	1.714	2.398.684	0,0610%	85,3871%	80%	265,46
499	ANSIFIX SR 150 MG CAP X 30 (VENLAFAXINA)	1.706	2.400.390	0,0607%	85,4478%	80%	2.730,81
500	INMUNOPRIN 100 MG COM X 100 (TALIDOMIDA)	1.703	2.402.093	0,0606%	85,5084%	80%	2.935,33
501	PREDSENE 5 MG TAB X 20 UNID (PREDNISONA)	1.702	2.403.795	0,0606%	85,5690%	80%	299,39
502	EFEXOR-XR 75 MG CAP X 10 (VENLAFAXINA)	1.700	2.405.495	0,0605%	85,6295%	80%	2.361,82
503	XARELTO 20MG CAP OJO X 14 O 28 UNID (RIVAROXABAN) 4+1 CAJA	1.695	2.407.190	0,0603%	85,6899%	80%	4.859,15
504	TALERDIN-D CAP X 10 (CETRIZINA-PSEUDOEFEDRI)	1.693	2.408.883	0,0603%	85,7501%	80%	942,31
505	EMTHEXATE 2.5 MG PCH TAB X 100 (METR)	1.686	2.410.569	0,0600%	85,8101%	80%	667,66
506	AKINETON 2 MG TAB X 20 (BIPERIDENO)	1.681	2.412.250	0,0598%	85,8700%	80%	231,19
507	CONVERTAL-D 100-25 MG COM X 10 (LOSARTAN-CLOROTIAZIDA)	1.670	2.413.920	0,0594%	85,9294%	80%	1.454,51
508	ENALTEN 10 MG TAB X 30 (ENALAPRIL)	1.665	2.415.585	0,0593%	85,9887%	80%	307,87
509	FEMEN FORTE 400 MG CAP X 50 (IBUPROFENO)	1.664	2.417.249	0,0592%	86,0479%	80%	878,34
510	CLOISONE 250 MG TAB X 30 PSICOFARMA (LEVODOPA Y CARBIDOPA)	1.664	2.418.913	0,0592%	86,1072%	80%	805,33
511	DOLGENAL 60 MG AMP X 2 ML (KETOROLACO)	1.662	2.420.575	0,0592%	86,1663%	80%	8.794,27
512	CYTOTEC 200 MCG TAB X 28 (MISOPROSTOL)	1.652	2.422.227	0,0588%	86,2251%	80%	836,00
513	CURAM 1000 MG TAB X 10 (AMOXICI- ACI CLAVULA)	1.652	2.423.879	0,0588%	86,2839%	80%	1.954,67
514	GRIFOCIPROX 500 MG COM X 20 (CIPROFLOXACINA)	1.652	2.425.531	0,0588%	86,3427%	80%	1.893,48
515	LYRICA 150 MG CAP X 28 (PREGABALINA)	1.651	2.427.182	0,0588%	86,4015%	80%	2.448,54
516	GLEMAZ 4MG TAB X 30 (GLIMEPIRIDE)	1.650	2.428.832	0,0587%	86,4603%	80%	868,46
517	NEOZETIX 3 MG COM X 30 (ESZOPICLONA)	1.645	2.430.477	0,0586%	86,5188%	80%	874,46
518	IMODIUM 2 MG CAP X 20 (LOPERAMIDA)	1.644	2.432.121	0,0585%	86,5773%	80%	81,57
519	RAVALGEN 75 MG COM X 15 (CLOPIDOGREL)	1.638	2.433.759	0,0583%	86,6356%	80%	2.340,92
520	TEGRETOL 200 MG COM X 30 (CARBAMAZEPINA)	1.637	2.435.396	0,0583%	86,6939%	80%	302,65
521	TOPICTAL 50 MG COM X 28 (TOPIRAMATO)	1.634	2.437.030	0,0582%	86,7521%	80%	844,44
522	LYRICA 25 MG CAP X 28 (PREGABALINA)	1.632	2.438.662	0,0581%	86,8102%	80%	1.220,58
523	DULCOLAX PERLAS CAP X 30 (BISACODILO)	1.629	2.440.291	0,0580%	86,8682%	80%	345,78
524	RECUPEREX 500MG AMP BEBIBLES X 10 UND (ASPARTATO DE ARGININA)	1.628	2.441.919	0,0580%	86,9261%	80%	3.550,10
525	ENALTEN 20 MG TAB X 30 (ENALAPRIL)	1.626	2.443.545	0,0579%	86,9840%	80%	590,13
526	AMARYL-M 2/1000 MG TAB X 16 (GLIMEPIRIDA-METFORMINA)	1.623	2.445.168	0,0578%	87,0418%	80%	833,51
527	MIRTAZ 15 MG TAB X 30 (MIRTAZAPINA) 3+1 CAJA	1.622	2.446.790	0,0577%	87,0995%	80%	1.487,88
528	TRUXA 750 MG COM X 5 (LEVOFLOXACINO)	1.619	2.448.409	0,0576%	87,1571%	80%	5.363,65
529	ETRON NISTATINA OVULO X 10 (METRONIDA-NISTATINA)	1.619	2.450.028	0,0576%	87,2148%	80%	1.244,47
530	ACIDO-FOLICO 1 MG ECAR TAB X 100	1.615	2.451.643	0,0575%	87,2723%	80%	46,24
531	BENEXOL FORTE COM X 30 (VITA B1-B6-B12)	1.614	2.453.257	0,0575%	87,3297%	80%	450,64
532	CIPRONORDIKA 500 MG TAB X 10 (CIPROFLOXACINO)	1.608	2.454.865	0,0572%	87,3870%	80%	1.586,48
533	STRATTERA 18 MG X 7 CAP (ATOMOXETINA)	1.605	2.456.470	0,0571%	87,4441%	80%	6.317,74
534	ANAGRELIDE HYD 0.5 MG TAB X 100 AMERICANO (ANAGRELIDE)	1.600	2.458.070	0,0570%	87,5011%	80%	3.281,60
535	OMEPRAZOL 20 MG GEN-FAR CAP X 10	1.586	2.459.656	0,0565%	87,5575%	80%	477,54
536	GALVUS MET 50 MG/1000MG COMP X 56 (VILDAGLIPTINA)	1.586	2.461.242	0,0565%	87,6140%	80%	1.341,87
537	ANALGAN-TRAM 325 GR COM X 20 (PARACETAMO-TRAMADOL)	1.586	2.462.828	0,0565%	87,6704%	80%	644,70
538	LINDORMIN 0.25 MG TAB X 20 (BROTIZOLAM)	1.582	2.464.410	0,0563%	87,7267%	80%	762,47
539	CALUTOL 50 MG COMP X OJO 14/28 (BICALUTAMIDA)	1.572	2.465.982	0,0560%	87,7827%	80%	7.661,83
540	PRANEX-LP 90 MG CAP X 10 (ACEMETACINA)	1.567	2.467.549	0,0558%	87,8385%	80%	2.242,87
541	BUPREX FORTE 200 MG SUS X 120 ML (IBUPROFENO)	1.566	2.469.115	0,0557%	87,8942%	80%	4.553,06
542	LERTUS-LR 150 MG COM X 10 (DICLOFENACO)	1.564	2.470.679	0,0557%	87,9499%	80%	1.795,03
543	OXYCONTIN 10 MG COMP X 30 (OXICODONA)	1.564	2.472.243	0,0557%	88,0056%	80%	2.816,53
544	CRESTOR 20 MG COM X 30 (ROSUVASTATINA)	1.560	2.473.803	0,0555%	88,0611%	80%	3.672,16
545	I-FLEX 750MG CAP OJO X (60 O 120 UND) FLEXIBILIDAD ARTICULAR (ROSA CANINA)	1.560	2.475.363	0,0555%	88,1166%	80%	599,83
546	EFEXOR-XR 150 MG CAP X 10 (VENLAFAXINA)	1.555	2.476.918	0,0554%	88,1720%	80%	3.438,15
547	MICARDIS PLUS 80-25 MG OJO COM X 28 (TELMISARTAN-CLOROTIAZIDA)	1.554	2.478.472	0,0553%	88,2273%	80%	2.116,02
548	PROZAC 20 MG CAP X 28 (FLUOXETINA)	1.554	2.480.026	0,0553%	88,2826%	80%	2.386,37
549	ALKA-SELTZER BOOST TAB X 10	1.551	2.481.577	0,0552%	88,3378%	80%	451,16
550	ATORVASTATINA 80MG TAB X 30 (ZOLVASTIN)	1.550	2.483.127	0,0552%	88,3930%	80%	4.527,42
551	SANDIMMUN NEORAL 100MG CAP X 50 (CICLOSPORINA)	1.544	2.484.671	0,0550%	88,4480%	80%	13.633,84
552	ANDROSTAT 50 MG TAB X 50 (ACETATO CIPROTERONA)	1.531	2.486.202	0,0545%	88,5025%	80%	1.814,39
553	ZENTEL 200 MG TAB X 10 (ALBENDAZOL)	1.531	2.487.733	0,0545%	88,5570%	80%	1.068,32
554	ATORVASTATINA ZOLVASTIN 10MG TAB X 30	1.530	2.489.263	0,0545%	88,6114%	80%	973,78
555	AVODART 0.5MG CAP BLANDA X 30 (DUTASTERIDA)	1.529	2.490.792	0,0544%	88,6659%	80%	1.825,18
556	EUCOR 10 MG COMP X 20 (LISINOPRIL)	1.527	2.492.319	0,0544%	88,7202%	80%	309,40
557	SYNDOPA 275 MG TAB X 30 (CARBIDOPA25MG/ LEVODOPA250MG) 3+1 CAJA	1.522	2.493.841	0,0542%	88,7744%	80%	633,90
558	SPIRIVA 18 MG CAP X 30 (TIOTROPIO)	1.516	2.495.357	0,0540%	88,8284%	80%	2.384,54
559	NORDICOX 15 MG TAB X 12 (MELOXICAM)	1.510	2.496.867	0,0538%	88,8821%	80%	1.367,45
560	MERONEM 1 GR AMP X 10 (MEROPENEM-IV)	1.507	2.498.374	0,0536%	88,9358%	80%	68.099,03
561	DICLOFENACO 75 MG GEN-FAR AMP X 5 (SODICO)	1.503	2.499.877	0,0535%	88,9893%	80%	683,32
562	MICOZONE 250 MG COM X 14 (TERBINAFINA)	1.502	2.501.379	0,0535%	89,0427%	80%	3.020,25
563	DIOVAN-HCT 160-12.5 MG COM X 28 (VALSARTAN-HIDROCLORORIA)	1.487	2.502.866	0,0529%	89,0957%	80%	1.944,10
564	LEPONEX 100 MG TAB X 50 (CLOZAPINE)	1.483	2.504.349	0,0528%	89,1485%	80%	1.728,29
565	TIROSTAT 50 TAB X 100 (PROPILTIOURACILO)	1.482	2.505.831	0,0528%	89,2012%	80%	194,87
566	TINIDAZOL 1 GR TAB X 4 LA SANTE (TINIDAZOL)	1.482	2.507.313	0,0528%	89,2540%	80%	265,73
567	DEXTROSA NA 5% X 1000 ML X 20	1.464	2.508.777	0,0521%	89,3061%	80%	2.283,98
568	ETRON 500 MG AMP X 100 ML (METRONIDAZOL-IV)	1.464	2.510.241	0,0521%	89,3582%	80%	8.322,25
569	DENSIBONE-D SOYA TAB X 30 (CITRATO CALCIO)	1.458	2.511.699	0,0519%	89,4101%	80%	586,71
570	MODIFICAL 4 MG/2 ML AMP X 2 ML (ONDASETRON)	1.452	2.513.151	0,0517%	89,4618%	80%	6.265,16
571	BUSCAPINA 10 MG COM X 20 (N-BUTILBROMURO HIOSCINA) (BUTIL ESCOPOLAMINA)	1.444	2.514.595	0,0514%	89,5132%	80%	177,22
572	CARDIONIL 81 MG COM X 30 (AC ACETILSALICILICO) 2+1 CAJA	1.443	2.516.038	0,0514%	89,5646%	80%	374,80
573	CIPROLET 500 MG TAB X 20 (CIPROFLOXACINO)	1.440	2.517.478	0,0513%	89,6158%	80%	628,44
574	ASPIRINA ADV 650 MG TAB X 40 (AC ACETILSALICILICO CAFEINA)	1.439	2.518.917	0,0512%	89,6671%	80%	297,16
575	STALEVO 150/37/200 MG TAB X 30 (LEVODOPA-CARBIDOPA-ENTACAPONE)	1.438	2.520.355	0,0512%	89,7182%	80%	2.117,98
576	VALTREX 500 MG TAB X 10 (VELACICLOVIR)	1.434	2.521.789	0,0510%	89,7693%	80%	3.589,55
577	TRAYENTA 5 MG TAB X 30 (LINAGLIPTINA) (1+1 TARJETA)	1.432	2.523.221	0,0510%	89,8203%	80%	2.036,03
578	DOXIUM 500 MG CAP X 30 (DOBESILATO CALCIO)	1.431	2.524.652	0,0509%	89,8712%	80%	2.049,10
579	ATORVASTATINA 40MG TAB X 30 (ZOLVASTIN)	1.431	2.526.083	0,0509%	89,9221%	80%	2.650,92
580	CATAFLAM-DD 50 MG GRA X 12 (DICLOFENACO POTASICO)	1.430	2.527.513	0,0509%	89,9730%	80%	699,89
581	EXFORGE HCT 5-160/12.5 MG COM X 28 (AMLODIPI-VALSARTAN-HCT)	1.419	2.528.932	0,0505%	90,0236%	80%	2.154,55
582	DULCOLAX 5 MG GRAGEA X 10 (BISACODILO)	1.418	2.530.350	0,0505%	90,0740%	80%	459,35
583	BINOCLAR 500 MG TAB X 10 (CLARITROMICINA)	1.414	2.531.764	0,0503%	90,1244%	80%	1.308,39
584	TERSOVIT Q10 E 10MG-400UI TAB X 30 (COENZIMA Q10 Y VITAMINA E)	1.407	2.533.171	0,0501%	90,1745%	80%	640,88
585	EPTAVIS 1G PEDIATRICO SOB X 6 (SACCHAROMYCES-BOULARDII)	1.401	2.534.572	0,0499%	90,2243%	80%	2.678,89
586	CURAM 625 MG COM X 12 (AMOXICI-ACI CLAVULA)	1.400	2.535.972	0,0498%	90,2742%	80%	1.299,46
587	LEVOTIROXINA 0.05 MG TAB X 50 (LEVOTIROXINA)	1.400	2.537.372	0,0498%	90,3240%	80%	83,61
588	FLEET ENEMA ADULTO X 133 ML (FOSFATO DE SODIO)	1.397	2.538.769	0,0497%	90,3737%	80%	2.117,80
589	BILIDREN ENZIMATICO TAB X 30 (DEHIDROCOLI-PANCREATINA-SIMECOTINA)	1.392	2.540.161	0,0496%	90,4233%	80%	452,94
590	VASTAREL-MR 35 MG COM X 30 (TRIMETAZIDINA)	1.392	2.541.553	0,0496%	90,4728%	80%	621,73
591	ENALAPRIL 20 MG LA SANTE TAB X 20 1+1 CAJA	1.390	2.542.943	0,0495%	90,5223%	80%	194,36
592	DIOVAN 160 MG CAP X 28 (VALSARTAN)	1.385	2.544.328	0,0493%	90,5716%	80%	1.852,87
593	ZOSERT 50 MG COM X 10 (SERTRALINA) 2+1 CAJA	1.384	2.545.712	0,0493%	90,6209%	80%	1.416,97
594	SINGULAIR 4 MG SOB X 30 (MONTELUKAST)	1.383	2.547.095	0,0492%	90,6701%	80%	2.593,40
595	MEGAVIT-M CAP X 30 (MULTIVITAMINICO)	1.380	2.548.475	0,0491%	90,7192%	80%	671,55
596	GALVUS MET 50 MG/500 COMP X 56 VILDAGLIPTINA)	1.362	2.549.837	0,0485%	90,7677%	80%	1.123,84
597	KOBIL-EMS CAP X 30 (GINKGO BILOVA-VITA E)	1.362	2.551.199	0,0485%	90,8162%	80%	731,73
598	METHERGIN 0.125 MG TAB X 30 (METILERGOMETRINA)	1.361	2.552.560	0,0484%	90,8647%	80%	459,99
599	NIKZON TAB MAST X 90 (LACTOBACILLUS SPOROGENES)	1.358	2.553.918	0,0483%	90,9130%	80%	410,41
600	MODIFICAL 8 MG COMP X 10 (ONDASETRON)	1.357	2.555.275	0,0483%	90,9613%	80%	6.278,52
601	ANTIAX 580 MG TAB X 24 (MAGALDRATE-SIMETICONA)	1.355	2.556.630	0,0482%	91,0095%	80%	194,30
602	FUROSEMIDA 20MG AMP SANDERSON	1.354	2.557.984	0,0482%	91,0577%	80%	821,45
603	EPTAVIS 3G ADULTOS SOB X 6 (SACCHAROMYCES-BOULARDII)	1.350	2.559.334	0,0481%	91,1058%	80%	3.111,59

ANEXO 5. DIAGRAMA DE PARETO 20% CANTIDAD

Tabla 25

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	CANTIDAD ACUMULADA	%	% CANT. ACUMULADA	80-20	VALOR
604	REMERON 15 MG TAB X 6 (MIRTAZAPINA)	1.349	2.560.683	0,0480%	91,1538%	80%	1.682,20
605	MIRAPEX ER 3 MG COMP X 30 (PRAMIPEXOL)	1.347	2.562.030	0,0479%	91,2018%	80%	5.312,21
606	TRAYENTA DUO 2.5/850 MG TAB X 60 (LINAGLIPTINA/METFORMINA) (1+1 TARJETA)	1.345	2.563.375	0,0479%	91,2496%	80%	971,30
607	MACMIROR COMPLEX CAP VAGINALES X 6 (NIFURATEL/NISTATINA)	1.342	2.564.717	0,0478%	91,2974%	80%	1.556,10
608	NEURAPAS BALANCE TAB X 100 UNID (VALERIANA/PASIFLORA)	1.340	2.566.057	0,0477%	91,3451%	80%	522,37
609	MINOCIN 100 MG COM X 12 (MINOCICLINA)	1.337	2.567.394	0,0476%	91,3927%	80%	867,65
610	XERENEX 20 MG TAB X 20 (PAROXETINA)	1.335	2.568.729	0,0475%	91,4402%	80%	1.054,61
611	REMERON 30 MG TAB X 30 (MIRTAZAPINA)	1.335	2.570.064	0,0475%	91,4878%	80%	2.219,67
612	TEGRETOL CR 200 MG COM X 50 (CARBAMAZEPINA)	1.334	2.571.398	0,0475%	91,5352%	80%	540,16
613	MOTILIUM 10 MG COM X 20 (DOMPERIDONA)	1.333	2.572.731	0,0475%	91,5827%	80%	1.812,32
614	NAPAFEN-LACTA 125 MG SUP X 5 (PARACETAMOL)	1.331	2.574.062	0,0474%	91,6301%	80%	178,23
615	PRISTIQ 100 MG TAB X 28 (DESVENLAFAXINA)	1.325	2.575.387	0,0472%	91,6772%	80%	2.510,74
616	TRAMAL 50 MG CAP X 20 (TRAMADOL)	1.321	2.576.708	0,0470%	91,7243%	80%	351,84
617	VASOACTIN 30 MG COM X 30 (NIMODIPINO)	1.319	2.578.027	0,0470%	91,7712%	80%	646,43
618	ASVENTOL 5 MG TAB X 30 (MONTELUKAST)	1.310	2.579.337	0,0466%	91,8179%	80%	982,56
619	MUSCORIL 8 MG X 10 CAPS (TIOCOLCHICOSIDO)	1.309	2.580.646	0,0466%	91,8644%	80%	812,43
620	DISGRASIL 120 MG CAP X 30 (ORLISTAT)	1.309	2.581.955	0,0466%	91,9110%	80%	1.136,15
621	ACI-TIP COM X 20 (MALGADRATO-SIMETICONA)	1.308	2.583.263	0,0466%	91,9576%	80%	376,91
622	EXFORGE 5-160 MG COM X 28 (AMLODIPI-VALSARTAN)	1.304	2.584.567	0,0464%	92,0040%	80%	1.839,79
623	URO VAXOM 6 MG CAP X 30 (LIOFILIZADO DE E. COLI)	1.304	2.585.871	0,0464%	92,0504%	80%	1.850,52
624	LOPID 600 MG CAP X 20 (GEMFIBROZILO)	1.303	2.587.174	0,0464%	92,0968%	80%	1.109,12
625	PLENACOR 50 MG COM X 40 (ATENOLOL)	1.301	2.588.475	0,0463%	92,1431%	80%	334,74
626	ARCALION 200 MG COMP X 20 (SULBATIAMINA)	1.299	2.589.774	0,0462%	92,1894%	80%	661,66
627	MEDOCOR 20 MG TAB X 20 (ISOSORBIDE-MONONITRA)	1.299	2.591.073	0,0462%	92,2356%	80%	564,99
628	FLANAX 550 MG TAB X 20 (NAPROXENO SODICO)	1.297	2.592.370	0,0462%	92,2818%	80%	535,33
629	RANITIDINA 150 MG LA SANTE TAB X 30	1.296	2.593.666	0,0461%	92,3279%	80%	138,93
630	TIROSTAT 100 TAB X 100 (PROPILTIOURACILO)	1.294	2.594.960	0,0461%	92,3740%	80%	254,47
631	FAPRIS 50 MG TAB X 30 UNID (DESVENLAFAXINA)	1.293	2.596.253	0,0460%	92,4200%	80%	1.757,45
632	ISOPRINOSINE 500MG TAB X 20 (METISOPRINOL)	1.293	2.597.546	0,0460%	92,4660%	80%	1.372,42
633	LEPRIT ENZIMATICO TAB X 30 (LEVOSULPIRIDE/SIMET/PANCRE)	1.288	2.598.834	0,0458%	92,5119%	80%	1.478,83
634	ESOZ 40 MG TAB X 28 (ESOMEPRAZOL)	1.287	2.600.121	0,0458%	92,5577%	80%	1.470,80
635	CEFTRIAXONA 1 GR FCO AMP FARMALOG/BIOSELEC/PHARMEDIC	1.285	2.601.406	0,0457%	92,6035%	80%	2.365,71
636	TIROXIN 75 MG TAB X 50 (LEVOTIROXINA) (1+1 CAJA)	1.284	2.602.690	0,0457%	92,6492%	80%	107,05
637	DENSIBONE-D PLUS TAB X 60 (CITRATO CALCIO)	1.284	2.603.974	0,0457%	92,6949%	80%	261,21
638	MONOBIDE 20 MG TAB X 30 (ISOSORBIDE MONONITRATO)	1.283	2.605.257	0,0457%	92,7405%	80%	466,65
639	LUIVAC 3 GR COM XOJO 14/28 PROM (28+14UN) (STAPHYLOCOCCU-STREPTOCOCCUS MITIS)	1.278	2.606.535	0,0455%	92,7860%	80%	1.126,71
640	EPAX 720MG CAP X 30 (OMEGA 3)	1.274	2.607.809	0,0454%	92,8314%	80%	315,58
641	PARACETAMOL FCO AMP 10MG/ML X 100ML	1.272	2.609.081	0,0453%	92,8767%	80%	15.463,16
642	MUTUM 5 MG COM X 30 (OXIBUTININA)	1.271	2.610.352	0,0452%	92,9219%	80%	668,36
643	SINOGAN 100 MG TAB X 20 (LEVOMEPROMAZINA)	1.266	2.611.618	0,0451%	92,9670%	80%	415,52
644	BLOPRESS-PLUS 16-12.5 MG TAB X 30 (CANDESARTAN-CILEXE-CLOROTIAZI) 27+3 TAB	1.265	2.612.883	0,0450%	93,0120%	80%	2.030,84
645	CONCOR 2.5 MG COM X 30 (BISOPROLOL FUMARATO) 60+5 TAB	1.264	2.614.147	0,0450%	93,0570%	80%	466,92
646	BIFIDOLAC 170 MG SOB X 6 (LACTOBACILUS ACIDOPHIL)	1.263	2.615.410	0,0450%	93,1020%	80%	2.237,70
647	AMOXIL 500 MG CAP X 30 (AMOXICILINA)	1.263	2.616.673	0,0450%	93,1469%	80%	393,20
648	BUPREX FLASH 200 MG CAP LIQ X 10 (IBUPROFENO)	1.263	2.617.936	0,0450%	93,1919%	80%	331,84
649	ECITALEX FT 10 MG COM ORODISPERSABLE X 30 UNID (ESCITALOPRAM)	1.262	2.619.198	0,0449%	93,2368%	80%	1.270,93
650	COMBIVIR 150/300 MG TAB X 60 (ZIDOVUDINA/LAMIVUDINA) (	1.260	2.620.458	0,0449%	93,2817%	80%	1.663,20
651	VENTOLIN 100 MC AEROSOL X 200 (SALBUTAMOL)	1.260	2.621.718	0,0449%	93,3265%	80%	12.332,21
652	AVELOX 400 MG TAB X 7/ 5UND (MOXIFLOXACINO 20% CANJEAR DIFARE	1.258	2.622.976	0,0448%	93,3713%	80%	11.451,87
653	ZOLTUM 40 MG COM X 14 (PANTOPRAZOL)	1.257	2.624.233	0,0447%	93,4160%	80%	1.477,75
654	ENALAPRIL 20 MG GEN-FAR TAB X 20	1.254	2.625.487	0,0446%	93,4607%	80%	117,49
655	LIPITOR 40 MG TAB X 30 (ATORVASTATINA)	1.253	2.626.740	0,0446%	93,5053%	80%	3.234,23
656	LETROZOL 2.5 MG COMP RECUBIERTOS X 30 (LETROZOL)	1.252	2.627.992	0,0446%	93,5498%	80%	2.750,82
657	HYZAAR 50-12.5 MG TAB X 30 (LOSARTAN-CLOROTIAZIDA)	1.246	2.629.238	0,0444%	93,5942%	80%	1.727,53
658	AMPIBEX 500 MG CAP X 240 (AMPICILINA)	1.245	2.630.483	0,0443%	93,6385%	80%	317,68
659	PROFLOX 200 MG AMP X 100 ML (CIPROFLOXACINA)	1.242	2.631.725	0,0442%	93,6827%	80%	6.254,72
660	CORDARONE 200 MG COM X 30 (AMIODAROMA)	1.240	2.632.965	0,0441%	93,7269%	80%	751,74
661	DEXTROSA 5% EN AGUA X 1000 ML X 20	1.234	2.634.199	0,0439%	93,7708%	80%	1.901,72
662	CEFALEXINA 500 MG CAP X 20 LA SANTE	1.233	2.635.432	0,0439%	93,8147%	80%	309,18
663	CLOPIKANA 75 MG TAB X 20 (CLOPIDOGREL)	1.230	2.636.662	0,0438%	93,8585%	80%	1.876,71
664	PHARMATON KIDDI TAB X 30 (VITAMINAS Y MINERALES)	1.230	2.637.892	0,0438%	93,9023%	80%	349,90
665	BACTEROL FORTE 960 MG COM X 10 (TRIMETOPRIM-SULFAMETOXAZ)	1.228	2.639.120	0,0437%	93,9460%	80%	475,21
666	ANAFRANIL-SR 75 MG TAB X 20 (CLOMIPRAMIDA)	1.228	2.640.348	0,0437%	93,9897%	80%	1.405,28
667	VITAMINA-C 500 MG LA SANTE FUNDA X 12 UNIDAD (VARIOS SABORES)	1.227	2.641.575	0,0437%	94,0334%	80%	909,92
668	ZELMAC 6 MG COM X 30 (TEGASEROD)	1.224	2.642.799	0,0436%	94,0769%	80%	906,64
669	ANSAID 100 MG COM X 30 (FLURBIPROFENO)	1.222	2.644.021	0,0435%	94,1204%	80%	1.197,70
670	ANGIOTEN FORTE 100 MG TAB X 20 (LOSARTAN) 2+1 CAJA	1.220	2.645.241	0,0434%	94,1639%	80%	1.181,20
671	CHELTIN-FOLIC 750 MG COM X 30 (HIERRO-ACIDO FOLICO)	1.220	2.646.461	0,0434%	94,2073%	80%	262,11
672	AMARYL-M 4/1000 MG TAB X 16 (GLIMEPIRIDA-METFORMINA)	1.218	2.647.679	0,0434%	94,2507%	80%	1.065,45
673	OMEGA 3 1400 MG X CAP 36 (ACEITE LINOLEICO)	1.211	2.648.890	0,0431%	94,2938%	80%	251,44
674	COLMIBE 20 MG COMP X 30 MEDICAMENTA(ATORVASTATINA/EZETIMIBE)	1.206	2.650.096	0,0429%	94,3367%	80%	2.026,81
675	NEURORUBINA FORTE TAB X 20 (VITAMINA B1/B6/B12)	1.194	2.651.290	0,0425%	94,3792%	80%	322,17
676	DUCETEN 60 MG TAB X 30 (DULOXETINA)	1.191	2.652.481	0,0424%	94,4216%	80%	1.955,92
677	CARBAMAZEPINA 200 MG LA SANTE TAB X 30	1.190	2.653.671	0,0424%	94,4640%	80%	90,17
678	SPORANOX 100 MG OJO CAP X 15 - CAP X 4 (ITRACONAZOL)	1.187	2.654.858	0,0423%	94,5062%	80%	2.704,45
679	AUGMENTIN SR 1000 MG/62.5MG TAB X 28 (AMOXICI-AC CLAVULANI)	1.185	2.656.043	0,0422%	94,5484%	80%	948,46
680	DEGRALER PLUS 5 MG COM X 10 (LEVOCETIRIZINA)	1.181	2.657.224	0,0420%	94,5904%	80%	1.639,47
681	AROVIT 50 MG GRAGEAS X 30 (VITA A)	1.180	2.658.404	0,0420%	94,6324%	80%	136,16
682	TOBIL 500 MG COM X 3 (AZITROMICINA)	1.178	2.659.582	0,0419%	94,6744%	80%	5.478,85
683	COMPENSIAL X 50 CAPS (FOSFOLIPIDOS)	1.175	2.660.757	0,0418%	94,7162%	80%	381,23
684	OSTEO BLASTOL FORTE TAB X 30 (CALCIO CITRATO)	1.175	2.661.932	0,0418%	94,7580%	80%	345,76
685	DOLOCITALGAN 525 MG TAB X 20 (CARISOPRODO-ACETAMINOFE)	1.165	2.663.097	0,0415%	94,7995%	80%	401,15
686	METOTREXATO AMP 50MG/2ML KOREA UNITED (METOT)	1.163	2.664.260	0,0414%	94,8409%	80%	7.216,14
687	BIFIDOLAC 170 MG CAP X 6 (LACTOBACILUS ACIDOPHIL)	1.158	2.665.418	0,0412%	94,8821%	80%	1.534,47
688	POLIVITAMINAS Y MINERALES GENETIA CAP X 30	1.155	2.666.573	0,0411%	94,9232%	80%	138,60
689	METFORMINA BKF 850 MG X 30 TAB (METFORMINA)	1.154	2.667.727	0,0411%	94,9643%	80%	300,68
690	BENEURIL 300 MG TAB X OJO 20 / 30 (TIAMINA)	1.153	2.668.880	0,0410%	95,0054%	80%	327,73
691	CEGLUTION 300 MG TAB X 30 (LITIO CARBONATO DE) 3+1 CAJA	1.148	2.670.028	0,0409%	95,0462%	80%	139,59
692	DIGESTOPAN FORTE CAP X 30 (ENZIMAS DIGESTIVAS-SIMETICONA)	1.145	2.671.173	0,0408%	95,0870%	80%	535,26
693	ACROVASTIN 20 MG TAB X 30 (ATORVASTATINA)	1.143	2.672.316	0,0407%	95,1277%	80%	1.382,56
694	VITAMINA-C 500 MG MANDARINA LA SANTE TAB X 144	1.142	2.673.458	0,0407%	95,1683%	80%	88,03
695	FLUIMUCIL-ORAL 200 MG SOB X 60 (ACETILCISTEINA)	1.136	2.674.594	0,0404%	95,2088%	80%	677,61
696	GERIMAX GRAGEAS X 30 (COMP B-E-ACI FOLIC-HIERRO-MINER)	1.136	2.675.730	0,0404%	95,2492%	80%	499,82
697	NOVALGINA 500 MG TAB X 100 (METAMIZOL)	1.134	2.676.864	0,0404%	95,2896%	80%	96,98
698	TARKA SR 180/2 MG (VERAPAMILO/TRANDOLAPRIL) TAB X 14 UNID 26+2 TAB	1.123	2.677.987	0,0400%	95,3295%	80%	1.222,84
699	TREX 500 MG TAB X 3 (AZITROMICINA)	1.118	2.679.105	0,0398%	95,3693%	80%	5.812,15
700	FLEET ORAL SOL X 45 ML (FOSFATO DE SODIO)	1.107	2.680.212	0,0394%	95,4087%	80%	2.510,86
701	RENITEC 20 MG TAB X 30 (ENALAPRIL)	1.107	2.681.319	0,0394%	95,4482%	80%	743,42
702	CORENTEL 5 MG TAB X 20 (BISOPROLOL FUMARATO)	1.106	2.682.425	0,0394%	95,4875%	80%	589,67
703	HIDRASEC 100 MG CAP X 9 (RACECADOTRIL)	1.104	2.683.529	0,0393%	95,5268%	80%	615,86
704	VOLTAREN 50 MG GRAGEA X 50 (DICLOFENACO SODICO)	1.104	2.684.633	0,0393%	95,5661%	80%	254,24
705	POVIRAL 400 MG CAP X 10 (ACICLOVIR)	1.101	2.685.734	0,0392%	95,6053%	80%	1.234,02
706	CODIPRONT CAP X 10 (CODEINA-FENILTOLOXAMI)	1.098	2.686.832	0,0391%	95,6444%	80%	485,64
707	ESPAVEN 200 MG CAP X 28 (SIMETICON-METOCLOPRAMI)	1.095	2.687.927	0,0390%	95,6834%	80%	452,15
708	ZOLTUM 20 MG COM X 14 (PANTOPRAZOL)	1.093	2.689.020	0,0389%	95,7223%	80%	703,05
709	CREON 25,000 UI CAP X 20 (PANCREATINA)	1.092	2.690.112	0,0389%	95,7612%	80%	1.800,13
710	MUTUM-CR 10 MG COM X 10 (OXIBUTININA)	1.092	2.691.204	0,0389%	95,8000%	80%	1.699,31
711	CEFADIN FORTE 1 GR COM X 20 (CEFALEXINA)	1.091	2.692.295	0,0388%	95,8389%	80%	882,03
712	PROTOLIF 80 MG CAJ X 100 (PROPRANOLOL CLORHIDRATO)	1.089	2.693.384	0,0388%	95,8776%	80%	175,47
713	CLAVINEX-DUO 1 GR TAB X 14 (AMOXICI875-ACI CLAVULA125)	1.089	2.694.473	0,0388%	95,9164%	80%	2.146,51
714	TENORMIN 100 MG COM OJO X 28 (ATENOLOL)	1.088	2.695.561	0,0387%	95,9551%	80%	567,87
715	BIENEX 7.5 MG CAP X 10 (MELOXICAM)	1.085	2.696.646	0,0386%	95,9938%	80%	469,71
716	ULTRAC-NATAL CAP X 30 (ADE-B-C-MINER-ZINC-HIERRO)	1.085	2.697.731	0,0386%	96,0324%	80%	449,46
717	NOXIBEL 30 MG COM X 30 (MIRTAZAPINA)	1.084	2.698.815	0,0386%	96,0710%	80%	1.561,21
718	SALOFALK 500 MG TAB X 30 (MESALAZINA)	1.079	2.699.894	0,0384%	96,1094%	80%	1.015,32
719	SEROQUEL 25 MG COM X 30 (QUETIAPINA)	1.078	2.700.972	0,0384%	96,1477%	80%	1.758,66
720	JANUMET 50MG/500MG COMP X 28 (SITAGLIPTINA-METFORMINA)	1.077	2.702.049	0,0383%	96,1861%	80%	804,16
721	DEBRIDAT 200 MG TAB X 20 (TRIMEBUTINA)	1.073	2.703.122	0,0382%	96,2243%	80%	496,69
722	PROBINEX 800 MG COM X 20 (IBUPROFENO)	1.073	2.704.195	0,0382%	96,2625%	80%	239,78
723	OSTEOCARE TAB X 30 (CALCIO-MAGNESIO-ZINC-VITA D)	1.070	2.705.265	0,0381%	96,3006%	80%	220,74
724	GLICENEX 850MG COMP X 30 (METFORMINA CLORHIDRATO)	1.067	2.706.332	0,0380%	96,3386%	80%	315,35

ANEXO 5. DIAGRAMA DE PARETO 20% CANTIDAD

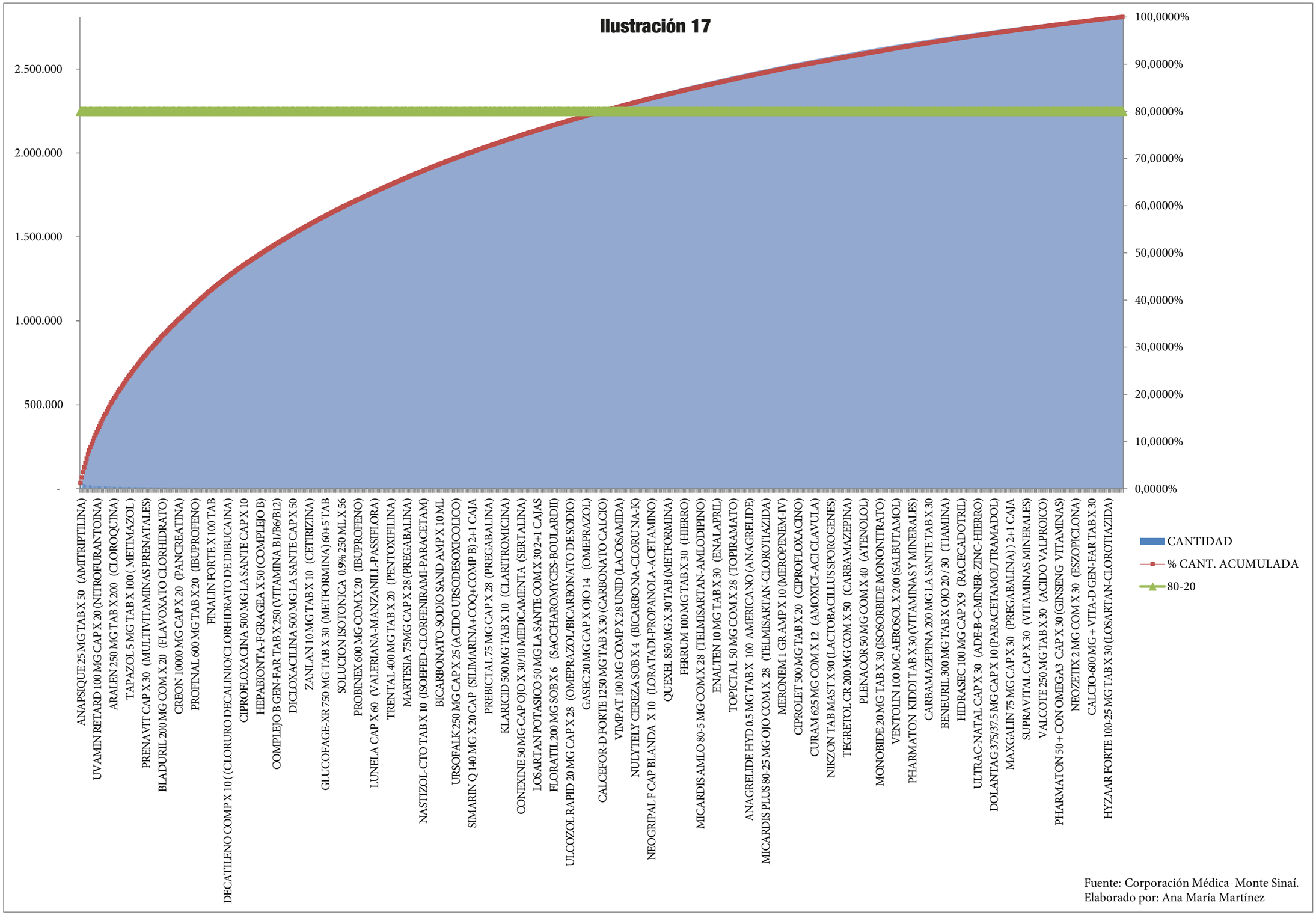
Tabla 25

	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	CANTIDAD ACUMULADA	%	% CANT. ACUMULADA	80-20	VALOR
725	WINADEINE FORTE 530 MG TAB X 30 DESCO (ACETAMINOFEN-CODEINA)	1.066	2.707.398	0,0379%	96,3765%	80%	118,62
726	MARTESIA 150MG CAP X 28 (PREGABALINA)	1.065	2.708.463	0,0379%	96,4144%	80%	1.436,91
727	DIOVAN 320 MG CAP X 28 (VALSARTAN)	1.062	2.709.525	0,0378%	96,4522%	80%	1.469,76
728	TRIOVAL TAB X 10 (PARACETA-PSEUDOEF-CLORFENEMI)	1.059	2.710.584	0,0377%	96,4899%	80%	144,12
729	DOLANTAG 375/37.5 MG CAP X 10 (PARACETAMOL/TRAMADOL)	1.054	2.711.638	0,0375%	96,5274%	80%	397,45
730	NUROX 500 MG COM X 6 (AZITROMICINA)	1.053	2.712.691	0,0375%	96,5649%	80%	3.553,08
731	STALEVO 50/12.50/200 MG TAB X 30 (LEVODOPA-CARBIDOPA-ENTACAPONE)	1.051	2.713.742	0,0374%	96,6023%	80%	969,00
732	PRENAFER CAP X 30 (ACIDO FOLIC-HIERRO)	1.048	2.714.790	0,0373%	96,6396%	80%	178,10
733	TAXUS 20 MG COM X 30 (TAMOXIFENO)	1.047	2.715.837	0,0373%	96,6769%	80%	1.179,84
734	LATRIN 100 MG COMP X 30 (LAMOTRIGINA) 2+1 CAJA	1.044	2.716.881	0,0372%	96,7141%	80%	619,06
735	AERO-OM FORTE 125 MG COM X 20 (SIMETICONA)	1.043	2.717.924	0,0371%	96,7512%	80%	401,85
736	PREGALEX 150 MG COMP X 30 (PREGABALINA)	1.039	2.718.963	0,0370%	96,7882%	80%	962,04
737	E-FENOB - TAB X 120 (FENOB)	1.037	2.720.000	0,0369%	96,8251%	80%	414,80
738	LIONDOX-PLUS CAP X 10 (KETOCONAZOL200- SECNIDAZOL 250)	1.034	2.721.034	0,0368%	96,8619%	80%	1.232,29
739	EGOGYN 400 UI CAP X 30 (VITAMINA E)	1.032	2.722.066	0,0367%	96,8986%	80%	275,32
740	FUNIDE 250MG COMP X 14 (TERBINAFINA)	1.029	2.723.095	0,0366%	96,9353%	80%	1.150,59
741	TAURAL 300 MG COM X 30 (RANITIDINA)	1.025	2.724.120	0,0365%	96,9718%	80%	658,06
742	MAXGALIN 75 MG CAP X 30 (PREGABALINA)) 2+1 CAJA	1.022	2.725.142	0,0364%	97,0081%	80%	665,72
743	CEFAZOLINA 1 GR VITALIS AMP X 10	1.017	2.726.159	0,0362%	97,0443%	80%	2.922,94
744	ACROGESICO NF X 30 (TRAMADOL- PARACETAMOL)	1.017	2.727.176	0,0362%	97,0805%	80%	385,94
745	BIO T ZING 150 MCG AMP BEBIBLES X 5 (BIOTINA/ZING)	1.017	2.728.193	0,0362%	97,1167%	80%	1.513,49
746	PREDNIMAX 5 MG TAB X 30 (PREDNISOLONA)	1.016	2.729.209	0,0362%	97,1529%	80%	178,82
747	LOMEX 20 MG CAP X 35 (OMEPRAZOL)	1.015	2.730.224	0,0361%	97,1890%	80%	646,80
748	CETIRIZINA 10 MG LA SANTE TAB X 10	1.013	2.731.237	0,0361%	97,2251%	80%	101,26
749	AEROFLAT TAB X 40 (DIMETICONA-METOCLOPRAMIDA)	1.007	2.732.244	0,0358%	97,2610%	80%	380,79
750	FLUNAR 10MG COMP X 30 (FLUNARIZINA DICLORHIDRATO)	1.005	2.733.249	0,0358%	97,2967%	80%	75,62
751	CHONDRO AID FORTE 1500/1200 CAP X 60 (GLUCOSAMINA/CONDROITINA)	1.005	2.734.254	0,0358%	97,3325%	80%	542,73
752	DUPHASTON 10 MG TAB X 20 (DIHIDROGESTERONA)	1.004	2.735.258	0,0357%	97,3682%	80%	823,13
753	CORTIPREX 20 MG COM X 20 (PREDNISONA)	1.001	2.736.259	0,0356%	97,4039%	80%	589,80
754	DIVANON-DUO 500 MG CAP X 7 (CLINDAMICINA-KETOCONAZOL)	1.000	2.737.259	0,0356%	97,4395%	80%	3.217,86
755	SUPRAVITAL CAP X 30 (VITAMINAS MINERALES)	998	2.738.257	0,0355%	97,4750%	80%	298,33
756	PLANTABEN 3500 GR SOBRES X 30 (PLANTAGO OVATA)	997	2.739.254	0,0355%	97,5105%	80%	569,49
757	LUXOR COM X 4 (RAIZ MACA /GINSENG/ZINC)	996	2.740.250	0,0355%	97,5459%	80%	1.822,28
758	JANUVIA 100MG COMP X 28 (SITAGLIPTINA)	994	2.741.244	0,0354%	97,5813%	80%	1.574,94
759	HIDROXICLOROQUINA BKF 200 MG TAB X 20 (HIDROXICLOROQUINA)	994	2.742.238	0,0354%	97,6167%	80%	694,49
760	LACTATO DE RINGER X 500 ML X 40	992	2.743.230	0,0353%	97,6520%	80%	1.201,63
761	WELLWOMAN CAP X 30 (VIT A/C/E/AMINOACIDOS/MINERALES)	990	2.744.220	0,0352%	97,6873%	80%	406,08
762	COENZIMA-Q10 CAP X 30 (COENZIMA Q10) 20%DSCTO	989	2.745.209	0,0352%	97,7225%	80%	326,01
763	DICYNONE 500 MG COMP X 20 (ETAMSILATO)	988	2.746.197	0,0352%	97,7576%	80%	1.520,28
764	ENALAPRIL 5 MG GEN-FAR TAB X 50	986	2.747.183	0,0351%	97,7927%	80%	63,88
765	MIRAPEX ER 0.75 MG COMP X 30 (PRAMIPEXOL)	976	2.748.159	0,0347%	97,8275%	80%	1.542,73
766	LEVOTIROXINA BKF 100 MCG TAB X 50 (LEVOTIROXINA)	973	2.749.132	0,0346%	97,8621%	80%	72,80
767	BETASERC 16 MG TAB X 20 (BETAHISTINA)	969	2.750.101	0,0345%	97,8966%	80%	750,86
768	VALCOTE 250 MG TAB X 30 (ACIDO VALPROICO)	968	2.751.069	0,0345%	97,9311%	80%	395,33
769	XENICAL 120 MG CAP X 84 (ORLISTAT)	968	2.752.037	0,0345%	97,9655%	80%	1.156,12
770	METOCLOX 10 MG PACK AMP+JERINGA X 2 ML (METOCLOPRAMI)	967	2.753.004	0,0344%	98,0000%	80%	465,24
771	FIOTON 80 /200 MG TAB X 20 (GINKGO BILOBA/VITAMINA E)	966	2.753.970	0,0344%	98,0343%	80%	660,47
772	AMLODIPINO 10 MG GEN-FAR TAB X 10	964	2.754.934	0,0343%	98,0687%	80%	276,71
773	FURACAM 500 MG COM OJO X 10/15 (CEFUROXIMA)	962	2.755.896	0,0342%	98,1029%	80%	1.459,70
774	FEBRAX 575 MG TAB X 20 (NAPROXEN-PARACETAM)	962	2.756.858	0,0342%	98,1371%	80%	205,17
775	TENORETIC 100 MG TAB X 28(ATENOLOL-CLORTALIDONA)	958	2.757.816	0,0341%	98,1713%	80%	551,62
776	PERTIUM 5 MG COMP X 42 UNID (NEBIVOLOL)	957	2.758.773	0,0341%	98,2053%	80%	401,56
777	IBUPROFENO 400 MG LA SANTE TAB X 100	957	2.759.730	0,0341%	98,2394%	80%	66,49
778	SEROLUX 100 MG TAB X 10 (SERTRALINA)	957	2.760.687	0,0341%	98,2735%	80%	584,76
779	PROFINAL 400 MG TAB OJO X 24 (IBUPROFENO)	956	2.761.643	0,0340%	98,3075%	80%	163,14
780	CONTUMAX 17 G SOB X 15 (POLIETILENGLICOL)	951	2.762.594	0,0339%	98,3413%	80%	1.074,63
781	PHARMATON 50 + CON OMEGA3 CAP X 30 (GINSENG VITAMINAS)	951	2.763.545	0,0339%	98,3752%	80%	463,36
782	VASOACTIN FORTE 60 MG COM X 30 (NIMODIPINO)	949	2.764.494	0,0338%	98,4090%	80%	813,04
783	CONVERTAL 100 MG COM X 15 (LOSARTAN POTASICO)	948	2.765.442	0,0337%	98,4427%	80%	847,11
784	TRAMAL LONG 50 MG TAB X 10 (TRAMADOL)	944	2.766.386	0,0336%	98,4763%	80%	361,18
785	BERIFEN RETARD 100 MG CAP X 20 (DICOFENACO SODI)	940	2.767.326	0,0335%	98,5098%	80%	695,30
786	STALEVO 75/18.75/200 MG TAB X 30 (LEVODOPA-CARBIDOPA-ENTACAPONE)	940	2.768.266	0,0335%	98,5432%	80%	1.123,20
787	ENSURE FRESA LIQ X 8 OZ (PROTEINA-GRASA-CARBOHID-MINER)	939	2.769.205	0,0334%	98,5767%	80%	2.738,20
788	NEURAL 3 / 10.000 X 1 (COMPLEJO B-3 ML)	938	2.770.143	0,0334%	98,6101%	80%	3.424,21
789	SEDORM 7.5 TAB X 30 (ZOPICLONA)	937	2.771.080	0,0334%	98,6434%	80%	368,69
790	NOTOLAC SUBLINGUAL 30 MG X 4 TABL (KETOROLACO)	935	2.772.015	0,0333%	98,6767%	80%	2.007,72
791	UNASYN 1.5 GR AMP X 1 (SULTAMICILINA) (AMPICILINA SULBACTAM)	925	2.772.940	0,0329%	98,7096%	80%	8.329,65
792	NIFURYL 100 MG RETARD X 30 CAPS (NITROFURANTOINA)	924	2.773.864	0,0329%	98,7425%	80%	267,04
793	ASPIRINA-EFER ADVANCE 565 MG SOBRES X 20 (AC ACETILSALICILICO)	922	2.774.786	0,0328%	98,7753%	80%	325,22
794	NEOZETIX 2 MG COM X 30 (ESZOPICLONA)	919	2.775.705	0,0327%	98,8081%	80%	495,61
795	MOBIC 15 MG AMP X 3 (MELOXICAM)	918	2.776.623	0,0327%	98,8407%	80%	3.390,42
796	TERBIFUNG 250 MG TAB X 30 (TERBINAFINA)	909	2.777.532	0,0324%	98,8731%	80%	1.953,07
797	ACTOS MET 15/850 MG X 30 TAB (PIOGLITAZONA/METFORMINA) ABBOTT 27+3 TAB	906	2.778.438	0,0323%	98,9053%	80%	1.473,88
798	CARDIOVASC 50 MG TAB OJO X 30/28 (LOSARTAN)	905	2.779.343	0,0322%	98,9376%	80%	434,49
799	CEFIRAX 200 MG COM X 10 (CEFPODOXIMA)	905	2.780.248	0,0322%	98,9698%	80%	1.955,91
800	MENUIX 1MG COMP X 30 UNID (RASAGILINA)	904	2.781.152	0,0322%	99,0020%	80%	2.325,13
801	RECORMON 5000 U.I/2ML. AMP X 6 (ERITROPOYETINA HUMANA)	901	2.782.053	0,0321%	99,0340%	80%	22.557,44
802	SILDENAFIL 50 MG LA SANTE TAB X 2	899	2.782.952	0,0320%	99,0660%	80%	2.274,11
803	TRAMAL 100 MG /2 ML AMP X 5 (TRAMADOL)	899	2.783.851	0,0320%	99,0980%	80%	751,57
804	DIPINOX-CTO 125 MG COM X 20 (PROPINOX CLORHI-CLONIXINA)	897	2.784.748	0,0319%	99,1300%	80%	217,44
805	HIDRASEC 10 MG SOBRES X 18 (RACECADOTRIL)	897	2.785.645	0,0319%	99,1619%	80%	829,33
806	PROGENDO 200 MG GRA X 30 (PROGESTERONA)	895	2.786.540	0,0319%	99,1938%	80%	926,68
807	CALCIO-600 MG + VITA-D GEN-FAR TAB X 30	895	2.787.435	0,0319%	99,2256%	80%	88,65
808	PREDSENE 50 MG COM X 20 (PREDNISONA)	891	2.788.326	0,0317%	99,2573%	80%	296,00
809	WELLBUTRIN XL 300 MG X 30 TABS (BUPROPION CLORHIDRATO)	889	2.789.215	0,0316%	99,2890%	80%	1.250,18
810	ZIAC 5-6.25 MG TAB X 30 (BISOPROLOL-HIDROCLOROTIAZIDA) 60+5 TAB	887	2.790.102	0,0316%	99,3206%	80%	453,04
811	CELTIUM 10 MG COM X 30 (ESCITALOPRAM)	882	2.790.984	0,0314%	99,3519%	80%	812,56
812	CIALIS 5 MG TAB X 28 (TADALAFILO)	881	2.791.865	0,0314%	99,3833%	80%	2.314,18
813	CAPTURAN 5 MG TABL X 10 (MONTELUKAST)	881	2.792.746	0,0314%	99,4147%	80%	434,72
814	OXITOCINA 10 UI. 1 ML SANDERSON (OXITOCINA)	880	2.793.626	0,0313%	99,4460%	80%	644,34
815	SINGULAIR 10 MG TAB X 30 (MONTELUKAST)	879	2.794.505	0,0313%	99,4773%	80%	1.637,20
816	BRONCHO-VAXOM 3.5 MG NIÑO SOB X 30 (BACTERIANO LIOFILIZADO)	878	2.795.383	0,0313%	99,5085%	80%	1.115,69
817	ESOTLEN 20MG CAP X20 (ESOMEPRAZOL)	876	2.796.259	0,0312%	99,5397%	80%	942,65
818	FLUCONAZOL 150 MG LA SANTE CAP X 2 OJO X 1	873	2.797.132	0,0311%	99,5708%	80%	841,10
819	VALDOXAN 25 MG CAJ X 28 COM REC (AGOMELATINA)	872	2.798.004	0,0310%	99,6018%	80%	1.563,00
820	HYZAAR FORTE 100-25 MG TAB X 30 (LOSARTAN-CLOROTIAZIDA)	870	2.798.874	0,0310%	99,6328%	80%	1.084,72
821	FLUZINA 10 MG CAP X 30 (FLUNARIZINA)	870	2.799.744	0,0310%	99,6638%	80%	315,34
822	GIN E CAP X 30 (GINKGO BILOBA, VITAMINA E)	865	2.800.609	0,0308%	99,6946%	80%	420,78
823	EPIHIERRO 100 MG SOB X 20 (HIERRO POLIMAL) 20% DSCTO	864	2.801.473	0,0308%	99,7253%	80%	453,09
824	ATLANSIL 200 MG COM X 20 (AMIODARONA)	864	2.802.337	0,0308%	99,7561%	80%	420,13
825	PROFENID 100 MG TAB X 30 (KETOPROFENO)	863	2.803.200	0,0307%	99,7868%	80%	398,12
826	DIAMICRON MR 30 MG COMP X 30 (GLICLAZIDA) 4+1 CAJA	862	2.804.062	0,0307%	99,8175%	80%	453,98
827	ITODAL 100 MG CAP X 15 (ITRACONAZOL)	857	2.804.919	0,0305%	99,8480%	80%	1.793,20
828	TETRALYSAL 300 MG CAP X 16 (TETRACICLINA)	856	2.805.775	0,0305%	99,8785%	80%	1.151,72
829	BAYRO 1 GR AMP X 2 ML (ETOFENAMATO)	856	2.806.631	0,0305%	99,9089%	80%	4.691,47
830	CELTIUM 20 MG COM X 30 (ESCITALOPRAM)	855	2.807.486	0,0304%	99,9394%	80%	1.540,33
831	LANZOPRAL HELI-PACK X 10 BLISTER (LANSOP-AMOXICI-CLARIT)	852	2.808.338	0,0303%	99,9697%	80%	3.541,93
832	DIGESFLAT 170 MG TAB X 50 (PANCREATINA)	851	2.809.189	0,0303%	100,0000%	80%	103,42
	TOTAL	**2.809.189,00**					**$ 2.231.701,55**

Fuente: Corporación Médica Monte Sinaí.

Elaborado por: Ana María Martínez

ANEXO 5. DIAGRAMA DE PARETO Gráfico cantidad 20%



Fuente: Corporación Médica Monte Sinaí.
Elaborado por: Ana María Martínez

ANEXO 5. DIAGRAMA DE PARETO 20% VALOR

Tabla 26

	DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR	VALOR ACUMULADO	%	% VALOR. ACUMULADA	80-20
1	ENBREL 50 MG AMP X 1 (ETANERCEPT)	164	$ 69.525,68	69.525,68	1,9552%	1,9552%	80%
2	MERONEM 1 GR AMP X 10 (MEROPENEM-IV)	1507	$ 68.099,03	137.624,70	1,9151%	3,8703%	80%
3	HERCEPTIN 440 MG AMP 20 ML (TRASTUZUMAB)	23	$ 67.045,00	204.669,70	1,8855%	5,7558%	80%
4	TAZOCIN AMP X 1 (PIPERACILINA +TAZOBACTAM)	2163	$ 51.602,85	256.272,55	1,4512%	7,2070%	80%
5	MABTHERA 500MG AMP X 50ML (RITUXIMAB)	20	$ 37.179,28	293.451,83	1,0456%	8,2526%	80%
6	INVANZ 1 GR POLVO INY X 12 ML (ERTAPENEM)	466	$ 34.741,76	328.193,59	0,9770%	9,2296%	80%
7	AVASTIN 400MG AMP (BEVACIZUMAB)	16	$ 31.910,88	360.104,47	0,8974%	10,1270%	80%
8	SANDOGLOBULINA 6 GR AM IV POLVO LIOFILIZADO (INMUNOGLOBULINA HUMANA)	48	$ 31.576,03	391.680,50	0,8880%	11,0150%	80%
9	MABTHERA 500MG AMP X 1	15	$ 29.551,46	421.231,95	0,8311%	11,8461%	80%
10	CELEBREX 200 MG CAP OJO X 10 / 30 (CELECOXIB)	16820	$ 25.461,53	446.693,48	0,7160%	12,5621%	80%
11	ALBUMINA HUMANA 20% X 50ML GRIFOLS ALBUNOR (SEROALBUMINA)	343	$ 25.279,10	471.972,58	0,7109%	13,2730%	80%
12	STRATTERA 60 MG X 14 CAP (ATOMOXETINA)	5370	$ 24.296,01	496.268,59	0,6833%	13,9563%	80%
13	MODIFICAL 8 MG/4ML AMP X 2 ML (ONDASETRON)	2763	$ 24.290,04	520.558,63	0,6831%	14,6394%	80%
14	OMEZZOL 40 MG AMP IV X 1 (OMEPRAZOL)	3775	$ 23.846,23	544.404,86	0,6706%	15,3100%	80%
15	ARCOXIA 120 MG TAB X 14 (ETORICOXIB)	9236	$ 23.363,62	567.768,48	0,6570%	15,9670%	80%
16	RECORMON 5000 U.I/2ML. AMP X 6 (ERITROPOYETINA HUMANA)	901	$ 22.557,44	590.325,92	0,6344%	16,6014%	80%
17	CLEXANE 40 MG AMP X 0.4 ML (ENOXAPARINA SODICA)	2187	$ 22.353,80	612.679,72	0,6286%	17,2300%	80%
18	E-ZENTIUS 10 MG COM X 28 (ESCITALOPRAM)	14481	$ 19.345,74	632.025,46	0,5440%	17,7741%	80%
19	ZYVOX 600 MG TAB X 30 (LINEZOLID)	502	$ 19.282,53	651.308,00	0,5423%	18,3163%	80%
20	LACTATO DE RINGER X 1000 ML X 20	11862	$ 18.318,58	669.626,58	0,5152%	18,8315%	80%
21	AVELOX 400 MG AMP X 250 ML (MOXIFLOXACINO-IV)	230	$ 18.316,38	687.942,96	0,5151%	19,3466%	80%
22	ACLASTA 5 MG AMP X 100 ML (AC ZOLEDRONICO) PAGO EFECTIVO	58	$ 17.013,15	704.956,10	0,4785%	19,8251%	80%
23	GENOTROPIN 5.3 MG AMP X 5 ML (SOMATOTROPINA-HORMONA CRECIMIENTO)	148	$ 16.389,22	721.345,33	0,4609%	20,2860%	80%
24	PARACETAMOL FCO AMP 10MG/ML X 100ML	1272	$ 15.463,16	736.808,48	0,4349%	20,7208%	80%
25	ZYVOX 600MG / 300ML AMP(DEXTROSA/CITRATO DE SODIO/LINEZOLID)	216	$ 15.346,60	752.155,08	0,4316%	21,1524%	80%
26	OLEANZ 10 MG TAB X 10 (OLANZAPINA) 3+1 CAJA	3019	$ 15.287,34	767.442,42	0,4299%	21,5823%	80%
27	SOLUMEDROL 500 MG AMP X 8 ML (METILPREDNISOLONA)	346	$ 14.534,12	781.976,54	0,4087%	21,9911%	80%
28	LANZOPRAL 30 MG CAP OJO X (14 O 28) (LANSOPRAZOL)	8698	$ 14.345,05	796.321,59	0,4034%	22,3945%	80%
29	SAIZEN 8 MG AMP X 1 (SOMATROPINA) MERCK	89	$ 14.312,80	810.634,39	0,4025%	22,7970%	80%
30	MERONEM 500 MG AMP X 10 (MEROPENEM-IV)	491	$ 13.822,95	824.457,34	0,3887%	23,1857%	80%
31	SANDIMMUN NEORAL 100MG CAP X 50 (CICLOSPORINA)	1544	$ 13.633,84	838.091,17	0,3834%	23,5691%	80%
32	VITAGEL FCO X 410 GR (COLAGENO HIDROLIZADO)	413	$ 13.452,58	851.543,75	0,3783%	23,9474%	80%
33	CONCERTA 18 MG COM X 30 (METILFENIDATO)	8401	$ 13.194,91	864.738,66	0,3711%	24,3185%	80%
34	TORADOL 30 MG AMP X 1 ML (KETOROLACO)	3746	$ 12.832,77	877.571,43	0,3609%	24,6794%	80%
35	DOLO-CURAFLEX (15MG MELOXICAM+1500 MG GLUCOSAMINA) SOB X OJO 15 / 30 UNI	7158	$ 12.653,65	890.225,09	0,3559%	25,0353%	80%
36	NEXIUM-LIOFILIZADO 40 MG AMP X 10 (ESOMEPRAZOL)	827	$ 12.502,09	902.727,18	0,3516%	25,3868%	80%
37	NULYTELY CEREZA SOB X 4 (BICARBO NA-CLORU NA-K)	1942	$ 12.389,76	915.116,94	0,3484%	25,7353%	80%
38	VENTOLIN 100 MC AEROSOL X 200 (SALBUTAMOL)	1260	$ 12.332,21	927.449,14	0,3468%	26,0821%	80%
39	ZINNAT 500 MG TAB X 10 (CEFUROXIMA AXETIL)	3380	$ 11.703,90	939.153,04	0,3291%	26,4112%	80%
40	CYMBALTA 60 MG TAB X 28 (DULOXETINA)	5645	$ 11.644,86	950.797,90	0,3275%	26,7387%	80%
41	AVELOX 400 MG TAB X 7/ 5UND (MOXIFLOXACINO 20% CANJEAR DIFARE	1258	$ 11.451,87	962.249,77	0,3221%	27,0608%	80%
42	OLEANZ 5 MG TAB X 10 (OLANZAPINA) 3+1 CAJA	3463	$ 11.428,37	973.678,14	0,3214%	27,3822%	80%
43	LUPRONT-DEPOT 3.75 MG AMP X 1 (LEUPROLIDE)	52	$ 11.089,19	984.767,33	0,3119%	27,6940%	80%
44	ENDIAL DIGEST COMP X 20 MG (CINITAPRINA/SIMETI/PANCREATI)	13978	$ 10.945,33	995.712,66	0,3078%	28,0018%	80%
45	CLARITROMICINA 500 MG LA SANTE TAB X 10	9462	$ 10.845,75	1.006.558,41	0,3050%	28,3068%	80%
46	SOLUCION ISOTONICA 0.9% 100 ML X 75	10059	$ 10.736,00	1.017.294,41	0,3019%	28,6088%	80%
47	ARCOXIA 90 MG TAB X 14 (ETORICOXIB)	5781	$ 10.735,16	1.028.029,58	0,3019%	28,9107%	80%
48	AVASTIN 100MG AMP (BEVACIZUMAB)	19	$ 10.691,32	1.038.720,89	0,3007%	29,2113%	80%
49	RILUZOLE 50MG TAB X 60	780	$ 10.639,98	1.049.360,87	0,2992%	29,5105%	80%
50	REMICADE 100MG AMP (INFLIXIMAB)	12	$ 10.587,36	1.059.948,23	0,2977%	29,8083%	80%
51	PAXIL-CR 25 MG TAB X 30 (PAROXETINA)	6461	$ 10.470,16	1.070.418,39	0,2944%	30,1027%	80%
52	CANCIDAS 50 MG AMP (CASPOFUNGINA)	20	$ 10.440,70	1.080.859,09	0,2936%	30,3963%	80%
53	ZOVIRAX 250 MG AMP X 5 (ACICLOVIR)	444	$ 10.357,95	1.091.217,04	0,2913%	30,6876%	80%
54	CELLCEPT 500 MG CAP X 50 (MICOFENOLATO MOFETILO)	1796	$ 10.182,62	1.101.399,66	0,2864%	30,9740%	80%
55	LUPRONT-DEPOT 11.25 MG AMP X 1 (LEUPROLIDE) EFECTIVO	19	$ 10.164,42	1.111.564,08	0,2858%	31,2598%	80%
56	TECTA 40MG TAB X 14 (PANTOPRAZOL) 3+1 CAJA	5029	$ 10.100,52	1.121.664,60	0,2841%	31,5439%	80%
57	SOLUCION ISOTONICA 0.9% 1000 ML X20	6774	$ 9.995,84	1.131.660,44	0,2811%	31,8250%	80%
58	ROCEPHIN 1000 IV AMP X 10 ML (CEFTRIAXONA)	850	$ 9.882,10	1.141.542,54	0,2779%	32,1029%	80%
59	BIPETOL 40 MG CAP X 14 (ESOMEPRAZOL ROWE)	7037	$ 9.846,82	1.151.389,36	0,2769%	32,3798%	80%
60	FILGRASTIM 300MCG/1ML ROEMMERS JER. PRELLENADA	414	$ 9.806,30	1.161.195,65	0,2758%	32,6556%	80%
61	AUGMENTIN BD 1 GR TAB X 14 (AMOXICI-AC CLAVULANI)	3960	$ 9.466,59	1.170.662,24	0,2662%	32,9218%	80%
62	NEXIUM 40 MG TAB X 14 (ESOMEPRAZOL)	4586	$ 9.358,33	1.180.020,57	0,2632%	33,1850%	80%
63	DUSPATALIN RETARD 200MG X 30 CAPS (MEBEVERINA HCL) SCHERING ECUATORIANA 27+3 TAB	17795	$ 9.342,91	1.189.363,49	0,2627%	33,4477%	80%
64	DEGRALER 5 MG COM X 10 (LEVOCETIRIZINA)	8398	$ 9.286,70	1.198.650,18	0,2612%	33,7089%	80%
65	ACNOTIN 20 MG CAP X 1 (ISOTRETINOINA)	172	$ 9.280,96	1.207.931,14	0,2610%	33,9699%	80%
66	UNASYN 750 MG TAB X 10 (SULTAMICILINA) (AMPICILINA SULBACTAM)	2888	$ 9.268,73	1.217.199,87	0,2607%	34,2306%	80%
67	KLARICID IV 500 MG AMPOLLA X 1 CLARITROMICINA	574	$ 9.175,64	1.226.375,50	0,2580%	34,4886%	80%
68	ALEVIAN DUO 100/300MG CAP X 48 (BROMURO DE PINAVERIO/DIMETICONA)	8982	$ 9.038,01	1.235.413,51	0,2542%	34,7428%	80%
69	UNASYN 375 MG TAB X 10 (SULTAMICILINA) (AMPICILINA SULBACTAM)	3945	$ 9.012,35	1.244.425,86	0,2534%	34,9962%	80%
70	DOMINIUM 20 MG COM X 30 (FLUOXETINA)	12104	$ 8.938,29	1.253.364,14	0,2514%	35,2476%	80%
71	OMEZZOL 40 MG CAP X 10 (OMEPRAZOL)	7830	$ 8.830,22	1.262.194,37	0,2483%	35,4959%	80%
72	MOBIC 15 MG TAB X 10 (MELOXICAM)	3985	$ 8.822,08	1.271.016,45	0,2481%	35,7440%	80%
73	DOLGENAL 60 MG AMP X 2 ML (KETOROLACO)	1662	$ 8.794,27	1.279.810,72	0,2473%	35,9913%	80%
74	SECOTEX OCAS 0.4 MG COMP X 10 (CLORHIDRATO/TAMSULOSINA)	7341	$ 8.759,41	1.288.570,13	0,2463%	36,2377%	80%
75	NEUROBION DC 10.000 X1 AMP (COMPLEJO B)	1928	$ 8.705,40	1.297.275,52	0,2448%	36,4825%	80%
76	PLAQUINOL 200 MG TAB X 20 (HIDROXICLOROQUINA)	9689	$ 8.660,45	1.305.935,97	0,2436%	36,7260%	80%
77	OMEPRAZOL 20 MG LA SANTE CAP X 16	32601	$ 8.644,86	1.314.580,83	0,2431%	36,9692%	80%
78	STRATTERA 25 MG X 14 CAP (ATOMOXETINA)	1837	$ 8.576,05	1.323.156,89	0,2412%	37,2103%	80%
79	GEMZAR 1 GR AMP X 1 (GEMCITABINA-MANITOL-AC CLORHI)	26	$ 8.447,30	1.331.604,18	0,2376%	37,4479%	80%
80	PAXIL 20 MG TAB OJO X 30 O 20 (PAROXETINA)	6626	$ 8.436,73	1.340.040,91	0,2373%	37,6852%	80%
81	NEXITO 10 MG COM X 10 (ESCITALOPRAM) 2+1 CAJA	7164	$ 8.409,07	1.348.449,98	0,2365%	37,9216%	80%
82	UNASYN 1.5 GR AMP X 1 (SULTAMICILINA) (AMPICILINA SULBACTAM)	925	$ 8.329,65	1.356.779,64	0,2342%	38,1559%	80%
83	PROFLOX 500 MG TAB X 10 (CIPROFLOXACINA)	7408	$ 8.324,30	1.365.103,94	0,2341%	38,3900%	80%
84	ETRON 500 MG AMP X 100 ML (METRONIDAZOL-IV)	1464	$ 8.322,25	1.373.426,19	0,2340%	38,6240%	80%
85	CEFAZOLINA 1 GR FARMALOGICA AMP X 10	4082	$ 8.170,74	1.381.596,93	0,2298%	38,8538%	80%
86	BETASERC 24 MG TAB X 20 (BETAHISTINA) 37+3 TAB	7159	$ 8.145,58	1.389.742,51	0,2291%	39,0829%	80%
87	NEURYL 2 MG COM X 50 (CLONAZEPAM)	31271	$ 8.140,21	1.397.882,71	0,2289%	39,3118%	80%
88	KLARICID 500 MG TAB X 10 (CLARITROMICINA)	2490	$ 8.107,19	1.405.989,90	0,2280%	39,5398%	80%
89	DECAPEPTYL 3.75 MG I.V. AMP X 1 (TRIPTORELINA)	46	$ 8.006,81	1.413.996,71	0,2252%	39,7650%	80%
90	LYRICA 75 MG CAP X 28 (PREGABALINA)	7807	$ 7.969,34	1.421.966,04	0,2241%	39,9891%	80%
91	OMEZZOL 20 MG CAP X 10 (OMEPRAZOL)	11637	$ 7.787,57	1.429.753,62	0,2190%	40,2081%	80%
92	BONVIVA 3 MG AMP X 3 ML (AC IBANDRONICO) 3+1 CAJA	76	$ 7.730,89	1.437.484,50	0,2174%	40,4255%	80%
93	CYMBALTA 30 MG TAB X 7 (DULOXETINA)	3654	$ 7.704,41	1.445.188,91	0,2167%	40,6422%	80%
94	CALUTOL 50 MG COMP X OJO 14/28 (BICALUTAMIDA)	1572	$ 7.661,83	1.452.850,74	0,2155%	40,8576%	80%
95	PRADAXA 110 MG CAP X 30 (DABIGATRAN ETEXILATO) 2+1 CAJA	2433	$ 7.613,83	1.460.464,57	0,2141%	41,0718%	80%
96	ISOPREME (SENSATION) 907 GR VAINILLA (SUPLEMENTO AMINOACIDOS)	91	$ 7.562,33	1.468.026,90	0,2127%	41,2844%	80%
97	QUENA	498	$ 7.521,79	1.475.548,69	0,2115%	41,4960%	80%
98	VALIXA 450MG X 60 UND (VALGANCICLOVIR)	240	$ 7.459,88	1.483.008,57	0,2098%	41,7058%	80%
99	QUETIAZIC 100 MG TAB X 30 (QUETIAPINA)	3963	$ 7.438,63	1.490.447,20	0,2092%	41,9149%	80%
100	CLEXANE 60 MG AMP X 0.6 ML (ENOXAPARINA SODICA)	646	$ 7.388,66	1.497.835,86	0,2078%	42,1227%	80%
101	ANALGAN 1 GR COM X 20 (PARACETAMOL)	28034	$ 7.324,79	1.505.160,65	0,2060%	42,3287%	80%
102	METOTREXATO AMP 50MG/2ML KOREA UNITED (METOT)	1163	$ 7.216,14	1.512.376,79	0,2029%	42,5317%	80%
103	ATORVASTATINA 40 MG LA SANTE TAB X 10 2+2 CAJAS	3662	$ 7.192,76	1.519.569,54	0,2023%	42,7339%	80%
104	FLIXOTIDE 125 MC DOSIS X 120 DOSIS (FLUTICASONA)	251	$ 7.162,00	1.526.731,54	0,2014%	42,9353%	80%
105	DICETEL 100 MG COMP X 10 (PILOCARPINA-PINAVERIO) 27+3 TAB	7716	$ 7.077,77	1.533.809,31	0,1990%	43,1344%	80%
106	EXELON PATCH 10 (RIVASTIGMINA) PARCHE TRANSDERMICO	58	$ 7.048,81	1.540.858,12	0,1982%	43,3326%	80%
107	DISLEP 25 MG COM X 20 (LEVOSULPIRIDE)	5202	$ 7.033,70	1.547.891,82	0,1978%	43,5304%	80%
108	NOR EPINEFRINA 4 MG X4ML AMP. (LEVOPHED) HOSPIMEDIKA	515	$ 7.016,88	1.554.908,70	0,1973%	43,7278%	80%
109	NASONEX INFANTIL SPRAY X 18 GR (MOMETASONA FLUROATO)	327	$ 6.861,61	1.561.770,30	0,1930%	43,9207%	80%
110	NEXITO 20 MG COM X 10 (ESCITALOPRAM) 2+1 CAJA	3030	$ 6.849,70	1.568.620,00	0,1926%	44,1134%	80%
111	TRANSTEC 35 MC PARC X 5 (BUPRENORFINA)	396	$ 6.848,55	1.575.468,56	0,1926%	44,3059%	80%
112	VERSATIS 5% PARCHES X 5 (LIDOCAINA)	205	$ 6.718,52	1.582.187,08	0,1889%	44,4949%	80%
113	SYNVISC AMP X 2 ML SUPLEMENTO INUECTABLE DEL LIQ SINOVIAL	84	$ 6.700,28	1.588.887,36	0,1884%	44,6833%	80%
114	TIOCOLFEN 4MG/400MG TAB X 15 (TIOCOLCHICO/IBUPRO)	6826	$ 6.624,98	1.595.512,34	0,1863%	44,8696%	80%
115	TIBONELLA 2.5 TAB X 28 (TIBOLONA) PROMOCIÓN 1+1 MM	249	$ 6.602,04	1.602.114,37	0,1857%	45,0553%	80%
116	PLAVIX 75 MG COM X 14 (CLOPIDOGREL)	3319	$ 6.425,20	1.608.539,57	0,1807%	45,2360%	80%
117	E-ZENTIUS 20 MG COM X 28 (ESCITALOPRAM) 3+1 CAJA	2592	$ 6.409,47	1.614.949,04	0,1802%	45,4162%	80%

ANEXO 5. DIAGRAMA DE PARETO 20% VALOR

Tabla 26

	DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR	VALOR ACUMULADO	%	% VALOR. ACUMULADA	80-20
118	OXYCONTIN 20 MG COMP X 30 (OXICODONA)	1785	$ 6.340,83	1.621.289,87	0,1783%	45,5946%	80%
119	NEBIDO 1000 MG AMP X 4 ML (UNDECANATO TESTOSTERONA)	116	$ 6.320,84	1.627.610,71	0,1778%	45,7723%	80%
120	STRATTERA 18 MG X 7 CAP (ATOMOXETINA)	1605	$ 6.317,74	1.633.928,46	0,1777%	45,9500%	80%
121	ZAMUR 500 MG TAB X 10 (CEFUROXIMA AXETIL)	3527	$ 6.314,14	1.640.242,60	0,1776%	46,1275%	80%
122	VALCOTE ER 500MG TAB X 30 (DIVALPROATO SODICO) 30+3 TAB	7275	$ 6.313,40	1.646.556,00	0,1775%	46,3051%	80%
123	ANTI D HUMANA AMPOLLA	37	$ 6.300,42	1.652.856,42	0,1772%	46,4823%	80%
124	CORTIPREX 20 MG/5ML SUS X 60 ML (PREDNISONA)	690	$ 6.291,04	1.659.147,46	0,1769%	46,6592%	80%
125	MODIFICAL 8 MG COMP X 10 (ONDASETRON)	1357	$ 6.278,52	1.665.425,98	0,1766%	46,8358%	80%
126	MODIFICAL 4 MG/2 ML AMP X 2 ML (ONDASETRON)	1452	$ 6.265,16	1.671.691,14	0,1762%	47,0120%	80%
127	PROFLOX 200 MG AMP X 100 ML (CIPROFLOXACINA)	1242	$ 6.254,72	1.677.945,86	0,1759%	47,1879%	80%
128	VENOFER 100 MG /5ML AMP X 5 IV (HIERRO)	504	$ 6.242,88	1.684.188,74	0,1756%	47,3634%	80%
129	CLAVINEX DUO FORTE 800/57 SUS X 70 ML (AMOXICIL-ACIDOCLAVU)	332	$ 6.203,96	1.690.392,70	0,1745%	47,5379%	80%
130	ZINNAT 750 MG AMP X 1 (CEFUROXIMA AXETIL)	475	$ 6.192,14	1.696.584,84	0,1741%	47,7120%	80%
131	ROACCUTAN 20 MG CAP X 1 (ISOTRETINOINA) 4+1 CAJA	84	$ 6.191,30	1.702.776,15	0,1741%	47,8861%	80%
132	REVOLADE 50 MG TAB X 28 UNID (ELTROMBOPAG)	5	$ 6.162,00	1.708.938,15	0,1733%	48,0594%	80%
133	CIRIAX 500 MG COM X 10 (CIPROFLOXACINO)	3503	$ 6.154,71	1.715.092,85	0,1731%	48,2325%	80%
134	ENTEROGERMINA AMP-BEB X 10 (LACTOBACILUS-5 ML)	8403	$ 5.999,99	1.721.092,84	0,1687%	48,4013%	80%
135	NEXIUM 20 MG TAB X 14 (ESOMEPRAZOL)	4902	$ 5.989,66	1.727.082,51	0,1684%	48,5697%	80%
136	KUFER-Q RECARGADO CAP X 30(SILIMARINA-COENZI Q10) 20%DSCTO	8454	$ 5.927,27	1.733.009,77	0,1667%	48,7364%	80%
137	PARABAY 750 TAB X 20 (PARACETAMOL)	17924	$ 5.924,67	1.738.934,44	0,1666%	48,9030%	80%
138	ZINNAT 250 MG SUS X 70 ML (CEFUROXIMA AXETIL)	208	$ 5.909,08	1.744.843,53	0,1662%	49,0692%	80%
139	HIDROXIUREA SYREA 500 MG CAP X 100 (HIDROXICARBAMIDA)	6569	$ 5.877,32	1.750.720,84	0,1653%	49,2345%	80%
140	QUETIAZIC 25 MG TAB X 30 (QUETIAPINA)	5876	$ 5.867,01	1.756.587,85	0,1650%	49,3995%	80%
141	LACTEOL FORTE 340 MG CAP X 8 (LACTOBACILUS ACIDOPHILUS)	5053	$ 5.859,21	1.762.447,06	0,1648%	49,5642%	80%
142	KYTRIL 3 MG/3 ML AMP I.V (GRANISETRON)	491	$ 5.841,70	1.768.288,76	0,1643%	49,7285%	80%
143	TREX 500 MG TAB X 3 (AZITROMICINA)	1118	$ 5.812,15	1.774.100,91	0,1635%	49,8920%	80%
144	TRIFAMOX IBL DUO 875 MG COM X 14 (AMOXICILINA-SULBACTAM)	2702	$ 5.719,79	1.779.820,70	0,1609%	50,0528%	80%
145	ENSURE ADVANCE VAINILLA POLVO X 400 GR (PROTEI-GRASA-CARBOH)	272	$ 5.625,58	1.785.446,29	0,1582%	50,2110%	80%
146	PREGNYL 5000 U.I AMP X 1 GONADOTROFINA CORIONICA)	451	$ 5.615,96	1.791.062,24	0,1579%	50,3690%	80%
147	INVIGAN 500 MG COM X 10 OJO 3 (ORNIDAZOL)	3898	$ 5.604,59	1.796.666,83	0,1576%	50,5266%	80%
148	IMURAN 50 MG TAB X 100 (AZATIOPRINA)	6221	$ 5.557,71	1.802.224,55	0,1563%	50,6829%	80%
149	DIFLUCAN 2 MG AMP X 50ML (FLUCONAZOL)	285	$ 5.546,11	1.807.770,66	0,1560%	50,8388%	80%
150	KANAZOL 30MG CAP X 20 (LANSOPRAZOL)	5073	$ 5.520,81	1.813.291,47	0,1553%	50,9941%	80%
151	HUMIRA 40MG/0.8ML AMP X 2 (ADALIMUMAB) REFR	8	$ 5.520,00	1.818.811,47	0,1552%	51,1493%	80%
152	TOBIL 500 MG COM X 3 (AZITROMICINA)	1178	$ 5.478,85	1.824.290,33	0,1541%	51,3034%	80%
153	OXA 15 MG COM OJO X 10/30 (MELOXICAM)	5543	$ 5.448,16	1.829.738,49	0,1532%	51,4566%	80%
154	AUGMENTIN ES 600/42.9 MG SUS X 100 ML (AMOXICI-AC CLAVULA)	308	$ 5.420,50	1.835.158,98	0,1524%	51,6091%	80%
155	GIANDA COM X 21 (ETINILESTRADIOL 0.03 MG/DIENOGEST 2MG)	349	$ 5.401,54	1.840.560,52	0,1519%	51,7610%	80%
156	TRUXA 750 MG COM X 5 (LEVOFLOXACINO)	1619	$ 5.363,65	1.845.924,17	0,1508%	51,9118%	80%
157	BUPREX FLASH 400 MG CAP LIQ X 10 (IBUPROFENO)	13612	$ 5.358,81	1.851.282,98	0,1507%	52,0625%	80%
158	TAMSULON 0.4 MG X 10 (TAMSULOSINA)	5578	$ 5.355,14	1.856.638,12	0,1506%	52,2131%	80%
159	ZITROMAX 500 MG TAB X 3 (AZITROMICINA) 30%CUPON	612	$ 5.343,88	1.861.982,00	0,1503%	52,3634%	80%
160	METICORTEN 20 MG TAB X 30 (PREDNISONA)	5859	$ 5.339,37	1.867.321,37	0,1502%	52,5135%	80%
161	V FEND 200 MG AMP LIOFILIZADO (VORICONAZOL)	36	$ 5.337,76	1.872.659,12	0,1501%	52,6637%	80%
162	MITRUL 15 MG X 10 TAB (CICLOBENZAPRINA)	3418	$ 5.332,96	1.877.992,08	0,1500%	52,8136%	80%
163	SURVANTA 200MG/8ML FCO X 8ML (FOSFOLIPIDOS) SURFACTANTE PULMONAR	8	$ 5.327,79	1.883.319,87	0,1498%	52,9635%	80%
164	MIRAPEX ER 3 MG COMP X 30 (PRAMIPEXOL)	1347	$ 5.312,21	1.888.632,08	0,1494%	53,1129%	80%
165	BINOZYT 500 MG TAB X 5/3 UNID (AZITROMICINA)	3508	$ 5.274,73	1.893.906,80	0,1483%	53,2612%	80%
166	DIP 40 GR SUS X 200 ML (SUCRALFATO)	477	$ 5.244,61	1.899.151,41	0,1475%	53,4087%	80%
167	LIPITOR 20 MG TAB X 30 (ATORVASTATINA)	2092	$ 5.215,53	1.904.366,94	0,1467%	53,5554%	80%
168	HEPARINA 5000 UI/10ML AMPO X 25 SOBRIUS FADA	489	$ 5.210,44	1.909.577,37	0,1465%	53,7019%	80%
169	MIRAPEX ER 1.5 MG COMP X 30 (PRAMIPEXOL)	2549	$ 5.163,74	1.914.741,11	0,1452%	53,8471%	80%
170	BERIFEN PARCHES X 5 (DICLOFENACO SODICO)	481	$ 5.141,92	1.919.883,03	0,1446%	53,9917%	80%
171	BURTEN 30 MG AMP X 5 (KETOROLACO-2 ML)	2791	$ 5.117,82	1.925.000,86	0,1439%	54,1356%	80%
172	HEPA-MERZ 3.00 GR (L-ORNITINA-L-ASPARTATO)SOB X 10	2369	$ 5.083,44	1.930.084,29	0,1430%	54,2786%	80%
173	LANTUS 100UI/ML VIAL INY X 10 ML (INSULINA GLARGINA)	109	$ 5.059,90	1.935.144,19	0,1423%	54,4209%	80%
174	NODOLEX 15 MG COM X 10 (MELOXICAM) 22%CON CUPON BAGO	6481	$ 5.057,33	1.940.201,52	0,1422%	54,5631%	80%
175	MICARDIS PLUS 80-12.5 MG COM X OJO 14/28 (TELMISARTAN-CLOROTIAZIDA)	4185	$ 5.029,18	1.945.230,70	0,1414%	54,7045%	80%
176	AVAMYS 27.5 MCD DOSIS X 120 (FLUTICASONA-FUROATO)	336	$ 5.019,48	1.950.250,18	0,1412%	54,8457%	80%
177	ONICIT AMP 1.5ML (PALONOSETRON) 0.075MG/1.5ML	165	$ 5.015,07	1.955.265,25	0,1410%	54,9867%	80%
178	CURAFLEX-DUO 1500 MG SOB X OJO 30/15 (GLUCOSAMI-CONDROITIN)	3001	$ 5.004,46	1.960.269,71	0,1407%	55,1275%	80%
179	ABRILAR JAB X 100 ML (HEDERA HELIX)	803	$ 4.999,62	1.965.269,32	0,1406%	55,2681%	80%
180	NUB (NALBU	579	$ 4.964,93	1.970.234,25	0,1396%	55,4077%	80%
181	SOLOSTAR LANTUS 100UI/ML AMP 3ML(INSULINA GLARGINA%	354	$ 4.955,10	1.975.189,35	0,1393%	55,5471%	80%
182	CONCERTA 36 MG COM X 30 (METILFENIDATO)	2491	$ 4.945,51	1.980.134,86	0,1391%	55,6861%	80%
183	MUCILAN FRESA POLVO X 300 GR (SEMILLA PSYLLIUM MUCILOIDE)	625	$ 4.923,75	1.985.058,61	0,1385%	55,8246%	80%
184	XARELTO 20MG CAP OJO X 14 O 28 UNID (RIVAROXABAN) 4+1 CAJA	1695	$ 4.859,15	1.989.917,75	0,1367%	55,9613%	80%
185	CEDAX 400 MG CAP X 4 (CEFTIBUTEN)	672	$ 4.854,25	1.994.772,00	0,1365%	56,0978%	80%
186	MARTESIA 25MG CAP X 28 (PREGABALINA)	6969	$ 4.757,15	1.999.529,15	0,1338%	56,2315%	80%
187	BLADURIL 200 MG COM X 20 (FLAVOXATO CLORHIDRATO)	7865	$ 4.756,37	2.004.285,52	0,1338%	56,3653%	80%
188	PRISTIQ 50 MG TAB X 28 (DESVENLAFAXINA)	2459	$ 4.756,35	2.009.041,87	0,1338%	56,4991%	80%
189	ATERGIT 0.05% SOL OFT X 5ML (EPINASTINA HCL)	316	$ 4.738,45	2.013.780,32	0,1333%	56,6323%	80%
190	ROSLIPID 10 MG TAB X 30 UNID (ROSUVASTATINA)	4527	$ 4.734,29	2.018.514,61	0,1331%	56,7655%	80%
191	GUARDIX AMP X 5 GR (ANTIADHERENTE)	28	$ 4.732,74	2.023.247,35	0,1331%	56,8986%	80%
192	UTROGESTAN 200 MG CAP BLANDAS X 15 (PROGESTERONA)	2368	$ 4.731,07	2.027.978,42	0,1330%	57,0316%	80%
193	BEDOYECTA AMP 10000 X 1 (COMPLEJO B-IM)	783	$ 4.721,68	2.032.700,10	0,1328%	57,1644%	80%
194	ZURCAL 40 MG COM X 14 (PANTOPRAZOL)	3125	$ 4.703,44	2.037.403,54	0,1323%	57,2967%	80%
195	GLICENEX SR 750 MG COMP X 30 (METFORMINA CLORHIDRATO)	7774	$ 4.698,76	2.042.102,30	0,1321%	57,4288%	80%
196	BAYRO 1 GR AMP X 2 ML (ETOFENAMATO)	856	$ 4.691,47	2.046.793,77	0,1319%	57,5607%	80%
197	PIRSEC 20 MG CAP X 30 (OMEPRAZOL)	6141	$ 4.658,67	2.051.452,44	0,1310%	57,6918%	80%
198	DUODAR 0.5MG/0.4MG CAP X 30 UND (DUTASTERIDE/TAMSULOSINA)	3541	$ 4.642,58	2.056.095,02	0,1306%	57,8223%	80%
199	MOXAVAL 400 MG TAB X 10 (MOXIFLOXACINO)	772	$ 4.618,01	2.060.713,04	0,1299%	57,9522%	80%
200	GEMBIO 1 G AMP X 1 (GEMCITABINA)	22	$ 4.616,62	2.065.329,65	0,1298%	58,0820%	80%
201	GLICENEX SR 500MG COMP X 30 (METFORMINA CLORHIDRATO)	9709	$ 4.615,64	2.069.945,30	0,1298%	58,2118%	80%
202	GESLUTIN-PNM 200 MG CAP X 20 (PROGESTERONA)	3542	$ 4.599,08	2.074.544,37	0,1293%	58,3412%	80%
203	ZOLOFT 50 MG TAB X 28 (SERTRALINA)	2843	$ 4.596,25	2.079.140,62	0,1293%	58,4704%	80%
204	ADAX RETARD 1 MG TAB X 30 (ALPRAZOLAM)	13752	$ 4.573,17	2.083.713,79	0,1286%	58,5990%	80%
205	XANAX 1 MG TAB X 20 (ALPRAZOLAM)	4921	$ 4.554,62	2.088.268,41	0,1281%	58,7271%	80%
206	BUPREX FORTE 200 MG SUS X 120 ML (IBUPROFENO)	1566	$ 4.553,06	2.092.821,47	0,1280%	58,8552%	80%
207	ATORVASTATINA 80MG TAB X 30 (ZOLVASTIN)	1550	$ 4.527,42	2.097.348,89	0,1273%	58,9825%	80%
208	CASODEX 50 MG COMP X 28 (BICALUTAMIDA)	404	$ 4.521,24	2.101.870,13	0,1271%	59,1096%	80%
209	EXELON PATCH 5 RIVASTIGMINA) PARCHE TRANSDERMICO	44	$ 4.480,20	2.106.350,33	0,1260%	59,2356%	80%
210	RITALINA 10 MG TAB X 30 (METILFENIDATO)	18733	$ 4.480,08	2.110.830,41	0,1260%	59,3616%	80%
211	CREON 10000 MG CAP X 20 (PANCREATINA)	7261	$ 4.480,04	2.115.310,45	0,1260%	59,4876%	80%
212	UMBRAL 500 MG CAP X OJO 50 / 20 (ACETAMINOFEN)	20451	$ 4.447,20	2.119.757,65	0,1251%	59,6127%	80%
213	MIRTAPAX 30 MG COM X OJO 30 O 10 (MIRTAPAZINA)	3597	$ 4.388,82	2.124.146,47	0,1234%	59,7361%	80%
214	CARBOPLATINO 150MG AMP X 1 PFIZER	115	$ 4.350,80	2.128.497,27	0,1224%	59,8584%	80%
215	VIMPAT 100 MG COMP X 28 UNID (LACOSAMIDA)	1987	$ 4.343,79	2.132.841,06	0,1222%	59,9806%	80%
216	DAFLON 500 MG COMP X 30 (FRACCION FLAVONOICA PURIFICADA)	6629	$ 4.318,82	2.137.159,88	0,1215%	60,1021%	80%
217	AEROFLUX JAB X 120 ML (SALBUTAM-AMBROXOL) DTO 30%	450	$ 4.262,51	2.141.422,39	0,1199%	60,2219%	80%
218	NABILA 5 MG COMP X 28 UNID (NEBIVOLOL)	5624	$ 4.260,99	2.145.683,38	0,1198%	60,3418%	80%
219	MINOT 100 MG CAP X 10 (MINOCICLINA)	5895	$ 4.259,45	2.149.942,83	0,1198%	60,4615%	80%
220	ACTILYSE 50 MG AMP X 2 VIALES (ALTEPLASE) EFECTIVO	3	$ 4.241,94	2.154.184,77	0,1193%	60,5808%	80%
221	LAMICTAL 100 MG COM X 30 (LAMOTRIGINA)	4518	$ 4.231,82	2.158.416,59	0,1190%	60,6998%	80%
222	TYGACIL 50 MG AMP X 10 (TIGECICLINA)	60	$ 4.230,76	2.162.647,35	0,1190%	60,8188%	80%
223	DOLGENAL 30 MG AMP X 3 (KETOROLACO-2 ML)	2090	$ 4.207,43	2.166.854,78	0,1183%	60,9371%	80%
224	AZITROMICINA 500 MG LA SANTE TAB OJO (X 3 O 5)	2018	$ 4.201,61	2.171.056,38	0,1182%	61,0553%	80%
225	ZALDIAR 362 MG COM X 20 (TRAMADOL-PARACETAM)	9506	$ 4.147,09	2.175.203,47	0,1166%	61,1719%	80%
226	GOVAL 0.1 % GOTAS X 20 ML (RISPERIDONA)	233	$ 4.145,94	2.179.349,41	0,1166%	61,2885%	80%
227	DOLGENAL 20 MG COM X 10 (KETOROLACO)	4919	$ 4.143,00	2.183.492,41	0,1165%	61,4050%	80%
228	FELDENE FLASH 20 MG TAB X 10 (PIROXICAM)	4065	$ 4.132,83	2.187.625,23	0,1162%	61,5213%	80%
229	GRIFOTRIAXONA 1000 IV/IM AMP X 10 ML (CEFTRIAXONA)	361	$ 4.121,90	2.191.747,13	0,1159%	61,6372%	80%
230	KEPPRA 100MG/ML SOL ORAL (LEVETIRACETAM)	53	$ 4.092,91	2.195.840,04	0,1151%	61,7523%	80%
231	TRUXA 500 MG COM X 10 (LEVOFLOXACINA)	2514	$ 4.088,35	2.199.928,39	0,1150%	61,8673%	80%
232	OMEPRAZOL 20 MG GENETIA CAP X 20	9744	$ 4.076,77	2.204.005,15	0,1146%	61,9819%	80%
233	GLUCERNA TRIPLE CARE VAINILLA POLVO X 400 GR (OMEGA3/9)	185	$ 4.075,06	2.208.080,21	0,1146%	62,0965%	80%
234	ZOLTUM 40 MG AMP X 1 (PANTOPRAZOL)	319	$ 4.067,08	2.212.147,29	0,1144%	62,2109%	80%
235	FLORATIL 200 MG SOB X 6 (SACCHAROMYCES-BOULARDII)	2261	$ 4.064,48	2.216.211,77	0,1143%	62,3252%	80%
236	COLUFASE 500 MG GRA X 6 (NITAZOXANIDA)	2995	$ 4.053,95	2.220.265,72	0,1140%	62,4392%	80%
237	UNICLAR INFANTIL SPRAY X 18 GR 140 AP (MOMETASONA FLUROATO)	195	$ 4.048,21	2.224.313,94	0,1138%	62,5530%	80%

ANEXO 5. DIAGRAMA DE PARETO 20% VALOR

Tabla 26

	DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR	VALOR ACUMULADO	%	% VALOR. ACUMULADA	80-20
238	XANAX 0.5 MG TAB X 20 (ALPRAZOLAM)	7598	$ 4.011,08	2.228.325,02	0,1128%	62,6658%	80%
239	CONEXINE 100 MG CAP X 10 MEDICAMENTA(SERTALINA)	3060	$ 4.005,85	2.232.330,87	0,1127%	62,7785%	80%
240	ZETIX 7.5 MG COM X 20 (ZOPICLONA)	8872	$ 4.000,09	2.236.330,96	0,1125%	62,8910%	80%
241	DEPO-MEDROL 80 MG AMP X 1 ML (METILPREDNISOLONA)	413	$ 4.000,07	2.240.331,03	0,1125%	63,0035%	80%
242	LIVIAL 2.5 MG TAB X 30 (TIBOLONA)	120	$ 3.989,94	2.244.320,97	0,1122%	63,1157%	80%
243	ALERCET 10 MG GOTAS X 15 ML (CETIRIZINA)	714	$ 3.982,12	2.248.303,08	0,1120%	63,2277%	80%
244	UVAMIN RETARD 100 MG CAP X 20 (NITROFURANTOINA)	16851	$ 3.978,00	2.252.281,08	0,1119%	63,3395%	80%
245	LACTULOSA 65 % ABLP SUS X 200 ML	421	$ 3.955,73	2.256.236,81	0,1112%	63,4508%	80%
246	PRIMENE 10% FCO. X 250 ML (AMINOACIDOS)	191	$ 3.942,95	2.260.179,76	0,1109%	63,5617%	80%
247	FLUIMUCIL-EFER 600 MG TAB X 20 (ACETILCISTEINA)	3921	$ 3.911,14	2.264.090,90	0,1100%	63,6717%	80%
248	PAXIL-CR 12.5 MG TAB X 30 (PAROXETINA)	4454	$ 3.899,64	2.267.990,54	0,1097%	63,7813%	80%
249	ROSLIPID 20 MG TAB X 30 UNID (ROSUVASTATINA)	2068	$ 3.892,10	2.271.882,64	0,1095%	63,8908%	80%
250	ESOZ 20MG TAB X 28 (ESOMEPRAZOL)	6615	$ 3.848,63	2.275.731,27	0,1082%	63,9990%	80%
251	REDOXON PACK X 3 FCS X 10 UNID 1 GR TAB-EFE (VITAMINA C)	487	$ 3.847,30	2.279.578,57	0,1082%	64,1072%	80%
252	RIVOTRIL 2 MG COMP X 30 (CLONAZEPAM)	16586	$ 3.822,47	2.283.401,04	0,1075%	64,2147%	80%
253	AVIANT 5 MG TAB X 30 (DESLORATADINA)	2547	$ 3.805,50	2.287.206,54	0,1070%	64,3217%	80%
254	MICARDIS 80 MG TAB OJO X 14/28 (TELMISARTAN)	3605	$ 3.802,40	2.291.008,94	0,1069%	64,4287%	80%
255	PRADAXA 150 MG CAP X 30 (DABIGATRAN ETEXILATO) 2+1 CAJA	2399	$ 3.800,62	2.294.809,56	0,1069%	64,5355%	80%
256	MINIRIN SPRAY NASAL X 5ML (DESMOPRESINA ACETATO)	57	$ 3.796,61	2.298.606,18	0,1068%	64,6423%	80%
257	DARISEC 7.5 MG COMP X 30 UNID (DARIFENACINA 5+1 CAJA	3270	$ 3.791,49	2.302.397,66	0,1066%	64,7489%	80%
258	MABTHERA 100MG AMP X 10ML (RITUXIMAB)	8	$ 3.774,96	2.306.172,62	0,1062%	64,8551%	80%
259	SUPRAHYAL 25 MG AMP (HIALURONATO DE SODIO)	105	$ 3.768,98	2.309.941,61	0,1060%	64,9611%	80%
260	LYRICA 50 MG CAP X 28 (PREGABALINA)	4117	$ 3.748,75	2.313.690,35	0,1054%	65,0665%	80%
261	LACTIBON 3.5 LOTION 120ML.	384	$ 3.739,94	2.317.430,29	0,1052%	65,1717%	80%
262	SOLUCION ISOTONICA 0.9% 250 ML X 56	3751	$ 3.736,74	2.321.167,03	0,1051%	65,2768%	80%
263	CEUMID 1000 MG COM RECUBIERTOS X 30 (LEVETIRACETAN)	1803	$ 3.732,37	2.324.899,40	0,1050%	65,3817%	80%
264	CARVEDIL 25 MG COM X 30 (CARVEDILOL)	5470	$ 3.731,38	2.328.630,78	0,1049%	65,4867%	80%
265	ERITROPOYETINA 10000 UI AMP X 1 ML (ROEM)	135	$ 3.719,57	2.332.350,35	0,1046%	65,5913%	80%
266	PASCORBIN 7.5G/50ML (VITAMINA C) + TRANSOFIX	180	$ 3.709,53	2.336.059,88	0,1043%	65,6956%	80%
267	ADRENALINA RACEMICA 2.25%/0.5 ML VIAL X .05 ML	625	$ 3.693,95	2.339.753,82	0,1039%	65,7995%	80%
268	GOVAL 3 MG COM X 20 (RISPERIDONA)	2294	$ 3.692,41	2.343.446,23	0,1038%	65,9033%	80%
269	ENDIAL 1 MG COM X 20 (CINITAPRIDA)	7122	$ 3.682,17	2.347.128,40	0,1036%	66,0069%	80%
270	CRESTOR 20 MG COM X 30 (ROSUVASTATINA)	1560	$ 3.672,16	2.350.800,56	0,1033%	66,1101%	80%
271	BACTIFLOX 500 MG TAB X 10 (CIPROFLOXACINA)	3078	$ 3.671,68	2.354.472,24	0,1033%	66,2134%	80%
272	DEBRIDAT AP 300 MG TAB X 20 (TRIMEBUTINA)	4589	$ 3.664,98	2.358.137,22	0,1031%	66,3165%	80%
273	SERETIDE 25/125 MG/DS X 120 DOSIS 1+1 AGACHAMBER GRATIS(SALMETEROL/FLUTICASONA)	155	$ 3.624,51	2.361.761,73	0,1019%	66,4184%	80%
274	LEVIPED CANA	180	$ 3.620,16	2.365.381,89	0,1018%	66,5202%	80%
275	ALERCET-D 125 MG CAP X 10 (CETIRIZINA-PSEUDOFEDRI)	6917	$ 3.614,59	2.368.996,48	0,1017%	66,6219%	80%
276	BRILINTA 90 MG TAB OJO X 30/60 UNID (TICAGRELOR)	2132	$ 3.604,10	2.372.600,58	0,1014%	66,7232%	80%
277	CIPROFLOXACINA 500 MG LA SANTE CAP X 10	5191	$ 3.591,66	2.376.192,24	0,1010%	66,8242%	80%
278	BEROCA PERFORMANCE PACK X 2 TAB EFERV (VITAMINAS)	472	$ 3.590,98	2.379.783,21	0,1010%	66,9252%	80%
279	VALTREX 500 MG TAB X 10 (VELACICLOVIR)	1434	$ 3.589,55	2.383.372,76	0,1009%	67,0261%	80%
280	VALCOTE 500 MG TAB X 30 (ACIDO VALPROICO)	4709	$ 3.589,18	2.386.961,94	0,1009%	67,1271%	80%
281	VALIXA 450 MG CAMP X 60 UNID (VALGANCICLOVIR)	2	$ 3.555,78	2.390.517,72	0,1000%	67,2271%	80%
282	NUROX 500 MG COM X 6 (AZITROMICINA)	1053	$ 3.553,08	2.394.070,80	0,0999%	67,3270%	80%
283	RECUPEREX 500MG AMP BEBIBLES X 10 UND (ASPARTATO DE ARGININA)	1628	$ 3.550,10	2.397.620,91	0,0998%	67,4268%	80%
284	LANZOPRAL HELI-PACK X 10 BLISTER (LANSOP-AMOXICI-CLARIT)	852	$ 3.541,93	2.401.162,84	0,0996%	67,5264%	80%
285	TRAUMEELS CREMA X 50 GR (ARNICA/CALENDULA/CHAMOMILLA RECUTITA/HYPERICUM PERFORAT	263	$ 3.533,76	2.404.696,60	0,0994%	67,6258%	80%
286	INFLAMIDE 200 MC AEROSOL X 15 ML (BUDESONIDA)	177	$ 3.528,08	2.408.224,69	0,0992%	67,7250%	80%
287	ATIVAN 2 MG TAB X 30 (LORAZEPAM)	8130	$ 3.527,98	2.411.752,67	0,0992%	67,8243%	80%
288	KLARICID 250 MG SUS X 100 ML (CLARITROMICINA)	136	$ 3.516,30	2.415.268,96	0,0989%	67,9231%	80%
289	FLUIMUCIL 300 MG AMP X 5 (ACETILCISTEINA-3ML)	1925	$ 3.492,31	2.418.761,27	0,0982%	68,0214%	80%
290	ESOTLEN 40MG CAP X20 (ESOMEPRAZOL)	2158	$ 3.492,12	2.422.253,39	0,0982%	68,1196%	80%
291	LOTESOFT 0.5 % GOTAS OFT X 5 ML (LOTEPREDNOL)	373	$ 3.488,28	2.425.741,67	0,0981%	68,2177%	80%
292	CRESTOR 10 MG COMP X 30 UNID OJO X 20 (ROSUVASTATINA)	2614	$ 3.472,86	2.429.214,53	0,0977%	68,3153%	80%
293	VYTORIN 10-20 MG COM X OJO 28 / 14 (EZETIMIBA-SIMVASTATINA)	1980	$ 3.456,99	2.432.671,52	0,0972%	68,4125%	80%
294	DOLONEUROBION AMP X 3 (COMPLEJO B-DICLOFENACO)	829	$ 3.454,02	2.436.125,54	0,0971%	68,5097%	80%
295	ESOMAX 20 MG CAP X 14 UND (ESOMEPRAZOL)	3277	$ 3.444,96	2.439.570,50	0,0969%	68,6066%	80%
296	NEUPRO 4MG/24HORAS PARCHE X 14 UNID (ROTIGOTINA)	53	$ 3.438,97	2.443.009,46	0,0967%	68,7033%	80%
297	EFEXOR-XR 150 MG CAP X 10 (VENLAFAXINA)	1555	$ 3.438,15	2.446.447,61	0,0967%	68,8000%	80%
298	STALEVO 100/25/200 MG TAB X 30 (LEVODOPA-CARBIDOPA-ENTACAPONE)	2638	$ 3.425,05	2.449.872,66	0,0963%	68,8963%	80%
299	NEURAL 3 / 10.000 X 1 (COMPLEJO B-3 ML)	938	$ 3.424,21	2.453.296,87	0,0963%	68,9926%	80%
300	CO-APROVEL 300-25MG COM X 14 (IRBESARTAN-HIDROCLOROTIAZIDA)	2963	$ 3.417,99	2.456.714,85	0,0961%	69,0887%	80%
301	PREDNEFRIN FORTE 1 % GOT OFT X 5 ML (PRENISOLONA)	417	$ 3.414,24	2.460.129,09	0,0960%	69,1847%	80%
302	BIPETOL 20 MG X 14 CAP (ESOMEPRAZOL ROWE)	3449	$ 3.395,09	2.463.524,18	0,0955%	69,2802%	80%
303	LACTEOL FORTE SOBRES X 8 (LACTOBACILUS ACIDOPHILUS)	2585	$ 3.391,92	2.466.916,10	0,0954%	69,3756%	80%
304	MOBIC 15 MG AMP X 3 (MELOXICAM)	918	$ 3.390,42	2.470.306,52	0,0953%	69,4709%	80%
305	ISOPRINOSINE 5GR JRB X 120 ML (METISOPRINOL)	261	$ 3.384,76	2.473.691,28	0,0952%	69,5661%	80%
306	MARIMER ISOTONIQUE HYGIENE NASAL X 100 ML (ISOTONICA ESTERIL)	375	$ 3.384,64	2.477.075,92	0,0952%	69,6613%	80%
307	SEBIUM GEL PIEL MIXTA/GRASA X 200ML (BIODERMA)	113	$ 3.373,95	2.480.449,87	0,0949%	69,7562%	80%
308	LEXOTAN 3 MG COM X 30 (BROMAZEPAM)	7435	$ 3.342,31	2.483.792,18	0,0940%	69,8502%	80%
309	ZURCAL 20 MG COM X 14 (PANTOPRAZOL)	3494	$ 3.339,89	2.487.132,07	0,0939%	69,9441%	80%
310	DIGERIL 860 MG/ 10 ML SUS X 150 ML (MAGALDRATO/SIMETICONA)	714	$ 3.291,24	2.490.423,31	0,0926%	70,0367%	80%
311	CEDAX 36 MG SUS X 30 ML (CEFTIBUTEN)	180	$ 3.289,07	2.493.712,38	0,0925%	70,1292%	80%
312	ANAGRELIDE HYD 0.5 MG TAB X 100 AMERICANO (ANAGRELIDE)	1600	$ 3.281,60	2.496.993,98	0,0923%	70,2214%	80%
313	SIMEPAR CAP X 200 (SILIMARINA/COMPLEJO B)	12615	$ 3.279,63	2.500.273,61	0,0922%	70,3137%	80%
314	TOTAL MAGNESIO STRESS X24 SOBRES EFERV (MAGNESIO + VIT B)	2632	$ 3.272,13	2.503.545,75	0,0920%	70,4057%	80%
315	IMMUVIT PLUS Q10 X 30 CAP.GEL (MULTIVITAMINICO-MINERALES - GINSENG)	6648	$ 3.266,07	2.506.811,81	0,0918%	70,4976%	80%
316	ZALEPLA 7.5 MG COMP X 30 (ZOPICLONA) ABL	11025	$ 3.261,77	2.510.073,58	0,0917%	70,5893%	80%
317	LIPITOR 10 MG TAB X 30 (ATORVASTATINA)	2294	$ 3.260,91	2.513.334,49	0,0917%	70,6810%	80%
318	CLOPSINE 100MG TAB X 30 (CLOZAPINA)	2303	$ 3.254,45	2.516.588,94	0,0915%	70,7725%	80%
319	GELOFUSINE X 500 ML (SUSTITUTO DEL PLASMA GELATINA) COD FE11513	162	$ 3.251,61	2.519.840,55	0,0914%	70,8639%	80%
320	AUGMENTIN 1.2 GR IV AMP X 10 (AMOXICI-AC CLAVULANI)	330	$ 3.248,11	2.523.088,65	0,0913%	70,9553%	80%
321	LUVOX 100 MG GRAGEAS X 15 (FLUVOXAMINA) 28+2 TAB	2238	$ 3.236,15	2.526.324,81	0,0910%	71,0463%	80%
322	LIPITOR 40 MG TAB X 30 (ATORVASTATINA)	1253	$ 3.234,23	2.529.559,04	0,0910%	71,1373%	80%
323	DIVANON-DUO 500 MG CAP X 7 (CLINDAMICINA-KETOCONAZOL)	1000	$ 3.217,86	2.532.776,90	0,0905%	71,2278%	80%
324	CEFEPIME 1 GR FARMALOGICA X 1 UNID	494	$ 3.211,78	2.535.988,68	0,0903%	71,3181%	80%
325	OMEPRAZOL 40 MG G-AM CAP X 14	4353	$ 3.198,64	2.539.187,32	0,0900%	71,4080%	80%
326	ANAPSIQUE 25 MG TAB X 50 (AMITRIPTILINA)	34654	$ 3.197,19	2.542.384,51	0,0899%	71,4979%	80%
327	SEROPHENE 50 MG TAB X 10 UNID (CLOMIFENO)	4822	$ 3.195,79	2.545.580,30	0,0899%	71,5878%	80%
328	EMEND 125MG/80MG CAPS X 3UND (APREPITANT)	24	$ 3.192,43	2.548.772,72	0,0898%	71,6776%	80%
329	BACTRIM FORTE 960 MG COM X 10 (TRIMETOPRI-SULFAMETOXA)	7138	$ 3.169,05	2.551.941,77	0,0891%	71,7667%	80%
330	FENOFIKAN 160MG CAP X 20 (FENOFIBRATO) 3+1	5438	$ 3.166,61	2.555.108,37	0,0891%	71,8558%	80%
331	TAVOR 150 MG CAP X 2 OJO 4 (FLUCONAZOL)	527	$ 3.166,01	2.558.274,39	0,0890%	71,9448%	80%
332	TENVALIN FORTE 200 MG JRB X 100 ML (IBUPROFENO)	597	$ 3.160,81	2.561.435,19	0,0889%	72,0337%	80%
333	ARIMIDEX 1 MG COMP X 28 (ANASTROZOL)	11	$ 3.136,64	2.564.571,84	0,0882%	72,1219%	80%
334	SESAREN-XR 150 MG CAP X 15 (VENLAFAXINA)	2152	$ 3.132,63	2.567.704,47	0,0881%	72,2100%	80%
335	COMBIVENT-UDV AMP X 20 (IPRATROPIO-SALBUTAMO)	3863	$ 3.121,02	2.570.825,49	0,0878%	72,2978%	80%
336	DIGESPAR TAB X 20 (PANCREATI-METOCLOPRAMI)	7072	$ 3.113,49	2.573.938,97	0,0876%	72,3853%	80%
337	EPTAVIS 3G ADULTOS SOB X 6 (SACCHAROMYCES-BOULARDII)	1350	$ 3.111,59	2.577.050,56	0,0875%	72,4728%	80%
338	DIFLUCAN 150 MG CAP X 2 (FLUCONAZOL)	336	$ 3.102,88	2.580.153,44	0,0873%	72,5601%	80%
339	NEVANAC 0.1% SUS OFT X 5 ML (NEPAFENACO)	146	$ 3.102,18	2.583.255,62	0,0872%	72,6473%	80%
340	STRATTERA 40 MG X 14 CAP (ATOMOXETINA)	708	$ 3.097,61	2.586.353,23	0,0871%	72,7344%	80%
341	LIBRAZOLAM 0.50 MG TAB X 10 (ALPRAZOLAM)	10806	$ 3.094,44	2.589.447,67	0,0870%	72,8215%	80%
342	VANCOMICINA 500 MG RICHET/KLONAL/RIVERAN AMP X 1	578	$ 3.093,34	2.592.541,01	0,0870%	72,9085%	80%
343	GELICART 10 G SOB X 30 (COLAGENO HIDROLIZADO)	1845	$ 3.068,43	2.595.609,44	0,0863%	72,9948%	80%
344	FLAZINIL 10 MG COM X 10 (ZOLPIDEN)	3785	$ 3.065,13	2.598.674,57	0,0862%	73,0810%	80%
345	BIODROXIL 500 MG CAPSULAS X 12 (CEFADROXIL)	3068	$ 3.064,02	2.601.738,59	0,0862%	73,1671%	80%
346	SOLUCION ISOTONICA 0.9% 500 MLX 40	2400	$ 3.050,40	2.604.788,99	0,0858%	73,2529%	80%
347	NEUPRO 2MG/24HORAS PARCHE X 7 UNID (ROTIGOTINA)	107	$ 3.032,13	2.607.821,12	0,0853%	73,3382%	80%
348	CELECOXIB 200 MG GEN-FAR TAB X 10	5259	$ 3.030,81	2.610.851,93	0,0852%	73,4234%	80%
349	ABRILAR JAB X 200 ML (HEDERA HELIX)	231	$ 3.030,18	2.613.882,11	0,0852%	73,5086%	80%
350	MICOZONE 250 MG COM X 14 (TERBINAFINA)	1502	$ 3.020,25	2.616.902,37	0,0849%	73,5936%	80%
351	PHOTODERM MAX CREMA TEINTE DOREE 100 SPF X 40 ML	87	$ 3.013,92	2.619.916,28	0,0848%	73,6783%	80%
352	PROCICAR NF CREMA X 60 GR (OXIDO ZIN-CALAMINA-PANTENOL-AC HIALURONICO)	240	$ 2.992,32	2.622.908,60	0,0842%	73,7625%	80%
353	ROXICAINA JALEA X 30 ML (LIDOCAINA)	673	$ 2.970,94	2.625.879,54	0,0836%	73,8460%	80%
354	PHARMATON VITALITY CAP X 30 (GINSENG VITAMINAS)	5720	$ 2.955,85	2.628.835,39	0,0831%	73,9291%	80%
355	INDOXYL GEL X 30 GR (CLINDAMICINA-PEROXIDBENZ)	101	$ 2.953,23	2.631.788,62	0,0831%	74,0122%	80%

ANEXO 5. DIAGRAMA DE PARETO 20% VALOR

Tabla 26

	DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR	VALOR ACUMULADO	%	% VALOR. ACUMULADA	80-20
356	TRIFAMOX IBL 500 MG COM X 16 (AMOXICILINA-SULBACTAM)	2019	$ 2.946,79	2.634.735,41	0,0829%	74,0951%	80%
357	FLUCOMIX 50MG 120 DOSIS (FLUTICASONA PROPIONATO)	157	$ 2.938,22	2.637.673,62	0,0826%	74,1777%	80%
358	INMUNOPRIN 100 MG COM X 100 (TALIDOMIDA)	1703	$ 2.935,33	2.640.608,95	0,0825%	74,2602%	80%
359	CEFAZOLINA 1 GR VITALIS AMP X 10	1017	$ 2.922,94	2.643.531,89	0,0822%	74,3424%	80%
360	NUCLEO C.M.P. FORTE X 30 CAP (CITIDIN/URIDIN)	4366	$ 2.915,00	2.646.446,89	0,0820%	74,4244%	80%
361	OCAM PROTECT 15 MG X 10 (MELOXICAM+ESOMEPRAZOL)	1922	$ 2.912,82	2.649.359,71	0,0819%	74,5063%	80%
362	S-26 GOLD POLVO X 400 GR (PROTEIN-CARBO-MINER)	164	$ 2.908,91	2.652.268,62	0,0818%	74,5881%	80%
363	IDENA 150 MG COM X 1 (IBANDRONATO)	91	$ 2.906,75	2.655.175,37	0,0817%	74,6699%	80%
364	KIDCAL FRESA 300 MG SUS X 180 ML (CALCIO-ZINC-VITA D)	186	$ 2.902,94	2.658.078,31	0,0816%	74,7515%	80%
365	NUB	350	$ 2.899,05	2.660.977,36	0,0815%	74,8331%	80%
366	AKIM 1 GR AMP X 4 ML (AMIKACINA)	306	$ 2.898,02	2.663.875,38	0,0815%	74,9146%	80%
367	LEXAPRO 10 MG TAB X 14 (OXALATO ESCITALOPRAM)	1959	$ 2.890,04	2.666.765,42	0,0813%	74,9958%	80%
368	CARDIOASPIRINA 100 MG COM X 30 (3+1 CAJA) (AC ACETILSALICILICO)	10771	$ 2.887,92	2.669.653,34	0,0812%	75,0770%	80%
369	SERETIDE 25/250 MG/DS X 120 DOSIS 1+1AGACHAMBER (SALMETEROL/FLUTICASONA)	110	$ 2.885,40	2.672.538,74	0,0811%	75,1582%	80%
370	BERIFEN 75 MG AMP X 5 (DICOFENACO-LIDOCAINA)	1867	$ 2.869,61	2.675.408,35	0,0807%	75,2389%	80%
371	WELLBUTRIN XL 150 MG X 30 TABS (BUPROPION CLORHIDRATO)	2744	$ 2.868,01	2.678.276,36	0,0807%	75,3195%	80%
372	GLAUCOMED 250 MG TAB X 10 UNID (ACETAZOLAMIDA)	3100	$ 2.865,65	2.681.142,02	0,0806%	75,4001%	80%
373	PIRSEC 40 MG CAP X 30 (OMEPRAZOL)	2652	$ 2.846,02	2.683.988,03	0,0800%	75,4802%	80%
374	NASONEX ADULTO SPRAY X 18 GR (MOMETASONA FLUROATO)	135	$ 2.841,56	2.686.829,60	0,0799%	75,5601%	80%
375	BENUTREX B-12 AMP X 10 ML (COMPLE B)	239	$ 2.838,38	2.689.667,98	0,0798%	75,6399%	80%
376	BONVIVA 150 MG COM X 1 (ACIDO IBANDRONICO) 3+1 CAJA	83	$ 2.836,92	2.692.504,90	0,0798%	75,7197%	80%
377	GEMZAR 200 MR AMP X 1 (GEMCITABINA-MANITOL-AC CLORHI)	44	$ 2.835,58	2.695.340,48	0,0797%	75,7994%	80%
378	FLORATIL 200 MG CAP X 6 (SACCHAROMYCES-BOULARDII)	2105	$ 2.834,18	2.698.174,65	0,0797%	75,8791%	80%
379	BICARBONATO-SODIO SAND AMP X 10 ML	2956	$ 2.823,89	2.700.998,55	0,0794%	75,9585%	80%
380	CLEXANE 20 MG AMP X 0.2 ML (ENOXAPARINA SODICA)	393	$ 2.819,87	2.703.818,42	0,0793%	76,0378%	80%
381	ETEC 1000 MG CAP X 30 (VITAMINA E)	6747	$ 2.817,04	2.706.635,46	0,0792%	76,1171%	80%
382	OXYCONTIN 10 MG COMP X 30 (OXICODONA)	1564	$ 2.816,53	2.709.451,99	0,0792%	76,1963%	80%
383	GLUCOFAGE-XR 750 MG TAB X 30 (METFORMINA) 60+5 TAB	3935	$ 2.806,43	2.712.258,42	0,0789%	76,2752%	80%
384	ARAVA 20 MG TAB X 30 (LEFLUNOMIDA)	801	$ 2.804,49	2.715.062,91	0,0789%	76,3541%	80%
385	AERO-OM 100 MG GOTAS X 15 ML (SIMETICONA)	754	$ 2.801,12	2.717.864,03	0,0788%	76,4328%	80%
386	INFLACOR RETARD 6-6 MG AMP X 2 ML (BETAMETASONA)	703	$ 2.791,18	2.720.655,21	0,0785%	76,5113%	80%
387	BIENEX 15 MG CAP X 10 (MELOXICAM)	5160	$ 2.790,05	2.723.445,27	0,0785%	76,5898%	80%
388	MARTESIA 75MG CAP X 28 (PREGABALINA)	3203	$ 2.786,80	2.726.232,06	0,0784%	76,6682%	80%
389	TOPICTAL 25 MG COM X 28 (TOPIRAMATO)	8298	$ 2.776,80	2.729.008,87	0,0781%	76,7463%	80%
390	LOSARTAN 100 MG GENAMERICA X 30 TABS	3051	$ 2.775,05	2.731.783,92	0,0780%	76,8243%	80%
391	AUGMENTIN BD 457 MG SUS X 70 ML (AMOXICI-AC CLAVULANI)	112	$ 2.770,48	2.734.554,40	0,0779%	76,9022%	80%
392	CIPROXINA XR 1000 MG TAB X 3 (CIPROFLOXACINA) 20% CANJEAR DIFARE	189	$ 2.766,19	2.737.320,58	0,0778%	76,9800%	80%
393	ORLIFIT 120 MG CAP X 30 (ORLISTAT) 2+1 CAJA	3723	$ 2.764,20	2.740.084,78	0,0777%	77,0577%	80%
394	SEROQUEL XR 300 MG COM X 30 (QUETIAPINA)	574	$ 2.763,54	2.742.848,32	0,0777%	77,1355%	80%
395	VIMPAT 50 MG COMP X 14 UNID (LACOSAMIDA)	2450	$ 2.756,88	2.745.605,20	0,0775%	77,2130%	80%
396	VALCOTE AMP 500MG/5ML (DIVALPROATO SODICO)	155	$ 2.754,24	2.748.359,44	0,0775%	77,2904%	80%
397	ERBITUX 100MG/20ML FCO AMPOLLA (CETUXIMAB)	6	$ 2.754,00	2.751.113,44	0,0774%	77,3679%	80%
398	EPIDUO 0.1% /2.5% GEL X 30 GR (ADAPALENO PEROXIDO DE BENZOILO)	91	$ 2.752,98	2.753.866,42	0,0774%	77,4453%	80%
399	LETROZOL 2.5 MG COMP RECUBIERTOS X 30 (LETROZOL)	1252	$ 2.750,82	2.756.617,24	0,0774%	77,5227%	80%
400	ENSURE FRESA LIQ X 8 OZ (PROTEINA-GRASA-CARBOHID-MINER)	939	$ 2.738,20	2.759.355,43	0,0770%	77,5997%	80%
401	ANSIFIX SR 150 MG CAP X 30 (VENLAFAXINA)	1706	$ 2.730,81	2.762.086,25	0,0768%	77,6765%	80%
402	CLARICORT JAB X 60 ML (LORATADINA-BETAMETASO)	387	$ 2.725,90	2.764.812,15	0,0767%	77,7531%	80%
403	SINDROMETA CAP X 30 (COENZIMA Q10/RESVERATROL) 20%DSCTO	4620	$ 2.723,39	2.767.535,54	0,0766%	77,8297%	80%
404	SANDOSTATIN 0.1 MG AMP-SUB X 1ML (OCTREOTID) SOMATOSTATINA	114	$ 2.717,74	2.770.253,28	0,0764%	77,9062%	80%
405	SPORANOX 100 MG OJO CAP X 15 - CAP X 4 (ITRACONAZOL)	1187	$ 2.704,45	2.772.957,74	0,0761%	77,9822%	80%
406	TIENAM MONOVIAL IV (IMIPENEM/CILASTINA) 500/500MG	90	$ 2.702,66	2.775.660,40	0,0760%	78,0582%	80%
407	NEURYL 2.5 MG GOTAS X 20 ML (CLONAZEPAM)	349	$ 2.701,83	2.778.362,23	0,0760%	78,1342%	80%
408	ENSURE FOS FOOD VAINILLA POLVO X 900 GR (PROTEI-GRASA-CARBOH)	69	$ 2.695,14	2.781.057,37	0,0758%	78,2100%	80%
409	LUVIT B FORTE AM 10000MG/2ML+JER CAJ X 1 (COMPLEJO B)	2143	$ 2.682,78	2.783.740,15	0,0754%	78,2854%	80%
410	KIT BOTOX (TOXINA BOTULINICA TIPO A) BOTOX 100U	7	$ 2.682,73	2.786.422,88	0,0754%	78,3609%	80%
411	NALOXONA AMP X 1 ML (NALOXONA)	267	$ 2.682,55	2.789.105,43	0,0754%	78,4363%	80%
412	CEUMID 500 MG COM RECUBIERTOS X 30 (LEVETIRACETAM)	2356	$ 2.682,28	2.791.787,71	0,0754%	78,5118%	80%
413	EPTAVIS 1G PEDIATRICO SOB X 6 (SACCHAROMYCES-BOULARDII)	1401	$ 2.678,89	2.794.466,60	0,0753%	78,5871%	80%
414	SALOFALK 4 GR ENEMA X 7 (MESALAZINA-60 ML)	165	$ 2.673,22	2.797.139,82	0,0752%	78,6623%	80%
415	MIGRA-DORIXINA 125-1 MG GRA X 20 (LISINA-ERGOTAMINA)	4883	$ 2.662,52	2.799.802,34	0,0749%	78,7371%	80%
416	CEFEPIME 1GR FCO AMPO X 1 FADA	414	$ 2.655,01	2.802.457,35	0,0747%	78,8118%	80%
417	EUROCLIN 600 MG AMP X 2 (CLINDAMICINA-4 ML)	439	$ 2.651,29	2.805.108,64	0,0746%	78,8864%	80%
418	ATORVASTATINA 40MG TAB X 30 (ZOLVASTIN)	1431	$ 2.650,92	2.807.759,56	0,0746%	78,9609%	80%
419	TETANOL AMP X 0.5 ML (TOXOIDE TETANICO) NOVARTIS VACUNAS	397	$ 2.648,12	2.810.407,68	0,0745%	79,0354%	80%
420	CALSOLID 0.50 MG CAP BLANDAS X 30 (CALCITRIOL)	6634	$ 2.642,67	2.813.050,36	0,0743%	79,1097%	80%
421	DUPHALAC 66.75 GR JBE 200 ML	217	$ 2.618,35	2.815.668,71	0,0736%	79,1833%	80%
422	TREX FORTE 400MG/5ML (8 GR) X 20 ML (AZITROMICINA)	125	$ 2.618,32	2.818.287,03	0,0736%	79,2570%	80%
423	CIALIS 20 MG TAB OJO X1 UNIDADES (TADALAFILO)	290	$ 2.603,87	2.820.890,90	0,0732%	79,3302%	80%
424	BI-PROFENID 150 MG TAB X 10 (KETOPROFENO)	2438	$ 2.600,96	2.823.491,86	0,0731%	79,4034%	80%
425	SINGULAIR 4 MG SOB X 30 (MONTELUKAST)	1383	$ 2.593,40	2.826.085,26	0,0729%	79,4763%	80%
426	DIFENHIDRAMINA AMP X 1	421	$ 2.590,83	2.828.676,10	0,0729%	79,5491%	80%
427	STOCRIN 600MG TAB CAJA X 30 (EFAVIRENZ) RETROVIRAL	34	$ 2.587,54	2.831.263,63	0,0728%	79,6219%	80%
428	DEXAMETASONA 4 MG SAND AMP X 2 ML	2916	$ 2.586,76	2.833.850,39	0,0727%	79,6947%	80%
429	ADAX 0.50 MG TAB X 30 (ALPRAZOLAM)	8283	$ 2.579,10	2.836.429,49	0,0725%	79,7672%	80%
430	AVIANT 50 MG JBE X 120 ML (DESLORATADINA)	157	$ 2.578,27	2.839.007,76	0,0725%	79,8397%	80%
431	CATAFLAM 15 MG GOTAS X 20 ML (DICLOFENACO POTASICO)	574	$ 2.550,72	2.841.558,48	0,0717%	79,9114%	80%
432	AMOVAL 1 GR TAB X 14 (AMOXICILINA)	4662	$ 2.546,21	2.844.104,69	0,0716%	79,9830%	80%
433	TRIFAMOX IBL DUO 20 MG SUS X 60 ML (AMOXICILINA-SULBACTAM)	112	$ 2.540,85	2.846.645,55	0,0715%	80,0545%	80%
434	XITUCIRA SOL 100MG/ML (LEVETIRACETAM) FCO X 250 ML	59	$ 2.539,20	2.849.184,75	0,0714%	80,1259%	80%
435	PANATAXEL 30 MG AMP X 1 (PACLITAXEL) BAGO	106	$ 2.538,49	2.851.723,23	0,0714%	80,1973%	80%
436	PUREGON 50 U.I AMP X 0.5ML (UROFOLITROPINA O FSH)	55	$ 2.535,72	2.854.258,96	0,0713%	80,2686%	80%
437	IBANDRIX AMP X 3 ML (ACIDO IBANDRONICO) I.V.	34	$ 2.526,23	2.856.785,19	0,0710%	80,3396%	80%
438	TEGRETOL-CR 400 MG COM X 60 (CARBAMAZEPINA)	4460	$ 2.525,87	2.859.311,06	0,0710%	80,4107%	80%
439	ATIVAN 1 MG TAB X 30 (LORAZEPAM)	10945	$ 2.523,96	2.861.835,02	0,0710%	80,4817%	80%
440	SOLETROL-K AMP X 10 (POTASIO SOLUCION CONCEN)	4112	$ 2.522,55	2.864.357,56	0,0709%	80,5526%	80%
441	FLEET ORAL SOL X 45 ML (FOSFATO DE SODIO)	1107	$ 2.510,86	2.866.868,42	0,0706%	80,6232%	80%
442	PRISTIQ 100 MG TAB X 28 (DESVENLAFAXINA)	1325	$ 2.510,74	2.869.379,16	0,0706%	80,6938%	80%
443	VIMOVO COMP 500MG/20MG COM X 10 UNID (NAPROXENO/ESOMEPRAZOL)	2133	$ 2.505,55	2.871.884,70	0,0705%	80,7643%	80%
444	CLARITROMICINA 500 MG TAB X 10 (CLANIL)	2129	$ 2.501,90	2.874.386,60	0,0704%	80,8346%	80%
445	FOSFOCINA 500 MG CAP X 12 (FOSFOMICINA)	2900	$ 2.498,20	2.876.884,80	0,0703%	80,9049%	80%
446	ANGIOTEN 50 MG TAB X 20 (LOSARTAN) 2+1 CAJA	4316	$ 2.494,51	2.879.379,31	0,0702%	80,9750%	80%
447	BIRM SOL X 120 ML (BEBIDA DE DULCAMARA)	109	$ 2.482,39	2.881.861,70	0,0698%	81,0449%	80%
448	HIPERLIPEN 100 MG TAB X 20 (CIPROFIBRATO)	2525	$ 2.482,05	2.884.343,75	0,0698%	81,1147%	80%
449	SESAREN-XR 75 MG CAP X 15 (VENLAFAXINA)	2714	$ 2.476,99	2.886.820,74	0,0697%	81,1843%	80%
450	LYRICA 150 MG CAP X 28 (PREGABALINA)	1651	$ 2.448,54	2.889.269,28	0,0689%	81,2532%	80%
451	AUGMENTIN 500 MG TAB X 10 (AMOXICI-AC CLAVULANI)	2265	$ 2.443,79	2.891.713,07	0,0687%	81,3219%	80%
452	UNITONE 4 WHITE ADVANCED HYPER PIGMENTACION X 15ML (ISISPHARMA)	80	$ 2.438,32	2.894.151,39	0,0686%	81,3905%	80%
453	ACROCEF 1000 IV AMP X 10 ML (CEFTRIAXONA)	458	$ 2.435,64	2.896.587,03	0,0685%	81,4590%	80%
454	PRECEDEX 100UG/ML AMP X 2ML (DEXMEDETOMIDINA HCL)	68	$ 2.426,15	2.899.013,18	0,0682%	81,5272%	80%
455	NOMADOL 60 MG AMP X 1 (KETOROLA-TROMETAMI)	648	$ 2.423,61	2.901.436,79	0,0682%	81,5953%	80%
456	ESPASMO-CANULASE TAB X 100 (METIXENO-PANCREATINA-CELULOSA)	6894	$ 2.387,61	2.903.824,40	0,0671%	81,6625%	80%
457	PROZAC 20 MG CAP X 28 (FLUOXETINA)	1554	$ 2.386,37	2.906.210,77	0,0671%	81,7296%	80%
458	PREDNICORTEN 5 MG TAB X 30 (PREDNISONA)	10134	$ 2.385,48	2.908.596,25	0,0671%	81,7967%	80%
459	SPIRIVA 18 MG CAP X 30 (TIOTROPIO)	1516	$ 2.384,54	2.910.980,79	0,0671%	81,8637%	80%
460	FERINJECT 50 MG AMP X 10 ML (CARBOXIMALTOSA DE HIERRO)	19	$ 2.376,15	2.913.356,93	0,0668%	81,9306%	80%
461	AMOXICILINA 500 MG LA SANTE CAP X 50	14931	$ 2.376,14	2.915.733,07	0,0668%	81,9974%	80%
462	ISOFACE 20 MG CAP X 20 (ISOTRETINOINA)	86	$ 2.373,46	2.918.106,53	0,0667%	82,0641%	80%
463	MULGATOL GEL X 100 ML (VITA C-D-E-COMP B)	460	$ 2.369,68	2.920.476,21	0,0666%	82,1308%	80%
464	XARELTO 10MG CAP X 10 (RIVAROXABAN)	811	$ 2.365,75	2.922.841,96	0,0665%	82,1973%	80%
465	CEFTRIAXONA 1 GR FCO AMP FARMALOG/BIOSELEC/PHARMEDIC	1285	$ 2.365,71	2.925.207,67	0,0665%	82,2638%	80%
466	EFEXOR-XR 75 MG CAP X 10 (VENLAFAXINA)	1700	$ 2.361,82	2.927.569,49	0,0664%	82,3303%	80%
467	SERTAL-CTO 135 MG GRA X 20 (PROPINOX HCL-LISINA)	7384	$ 2.359,20	2.929.928,69	0,0663%	82,3966%	80%
468	FLIXOTIDE 50 MC DOSIS X 120 (FLUTICASONA-PROPION)	126	$ 2.356,59	2.932.285,28	0,0663%	82,4629%	80%
469	ACNOTIN 10 MG CAP X 1 (ISOTRETINOINA)	86	$ 2.355,30	2.934.640,58	0,0662%	82,5291%	80%
470	ANGIORETIC FORTE 100-25 MG TAB X 20 (LOSARTA-HIDROCLOROTIA) 2+1 CAJA	2461	$ 2.348,27	2.936.988,85	0,0660%	82,5952%	80%
471	PROTOPIC 0.1 % UNG X 10 GR (TACROLIMUS)	78	$ 2.346,57	2.939.335,42	0,0660%	82,6611%	80%
472	MICARDIS AMLO 80-5 MG COM X 28 (TELMISARTAN-AMLODIPINO)	1717	$ 2.345,36	2.941.680,78	0,0660%	82,7271%	80%

ANEXO 5. DIAGRAMA DE PARETO 20% VALOR

Tabla 26

	DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR	VALOR ACUMULADO	%	% VALOR. ACUMULADA	80-20
473	URSOFALK 250 MG CAP X 25 (ACIDO URSODESOXICOLICO)	2800	$ 2.343,23	2.944.024,01	0,0659%	82,7930%	80%
474	CALCORT 30 MG TAB X 10 (DEFLAZACORT)	744	$ 2.342,73	2.946.366,74	0,0659%	82,8589%	80%
475	RAVALGEN 75 MG COM X 15 (CLOPIDOGREL)	1638	$ 2.340,92	2.948.707,66	0,0658%	82,9247%	80%
476	KALOBA GOTAS X 50 ML GRANDE (PELARGONIUM SIDOIDES)	137	$ 2.332,13	2.951.039,79	0,0656%	82,9903%	80%
477	WHITE OBJETIVE SERUM X 30ML (BIODERMA)	50	$ 2.325,83	2.953.365,62	0,0654%	83,0557%	80%
478	MENUIX 1MG COMP X 30 UNID (RASAGILINA)	904	$ 2.325,13	2.955.690,75	0,0654%	83,1211%	80%
479	ENSURE FOS VAINILLA POLVO X 400 GR (PROTEI-GRASA-CARBOH)	125	$ 2.324,07	2.958.014,82	0,0654%	83,1865%	80%
480	XARELTO 15MG CAP X 14 (RIVAROXABAN) 4+1 CAJA	797	$ 2.323,73	2.960.338,55	0,0653%	83,2518%	80%
481	CIALIS 5 MG TAB X 28 (TADALAFILO)	881	$ 2.314,18	2.962.652,73	0,0651%	83,3169%	80%
482	NERVINETAS GRAGEAS X 15 (VALERIANA)	4301	$ 2.307,73	2.964.960,46	0,0649%	83,3818%	80%
483	SUPRIMAL500MG (MESALAZINA)TAB X 50 (5+1 TAB)	2380	$ 2.301,24	2.967.261,70	0,0647%	83,4465%	80%
484	GLUCOFAGE-XR 500 MG TAB X 30 (METFORMINA) 60+5 TAB	4309	$ 2.301,12	2.969.562,82	0,0647%	83,5112%	80%
485	TRENTAL 400 MG TAB X 20 (PENTOXIFILINA)	3318	$ 2.294,87	2.971.857,69	0,0645%	83,5758%	80%
486	DEXTROSA NA 5% X 1000 ML X 20	1464	$ 2.283,98	2.974.141,67	0,0642%	83,6400%	80%
487	PEDIALYTE FRESA 45 X 500 ML (NA-K-CA-MG-CL-LACTOSA)	787	$ 2.282,52	2.976.424,19	0,0642%	83,7042%	80%
488	TETRALYSAL 150 MG CAP X 16 (TETRACICLINA)	2340	$ 2.280,67	2.978.704,86	0,0641%	83,7683%	80%
489	SILDENAFIL 50 MG LA SANTE TAB X 2	899	$ 2.274,11	2.980.978,97	0,0640%	83,8323%	80%
490	HEMAX 2000 U.I AMP (ERITROPOYETINA HUMANA) (ALEXXIA	421	$ 2.274,00	2.983.252,97	0,0640%	83,8962%	80%
491	PROFINAL 600 MG TAB X 20 (IBUPROFENO)	6881	$ 2.272,74	2.985.525,71	0,0639%	83,9601%	80%
492	ATORVASTATINA 20 MG LA SANTE TAB X 10 2+2 CAJAS	1979	$ 2.271,50	2.987.797,21	0,0639%	84,0240%	80%
493	CARBOPLATINO 450 MG AMP POLVO LIOFILIZADO SERVYCAL	21	$ 2.269,91	2.990.067,13	0,0638%	84,0878%	80%
494	JANUMET 50MG/1000MG COMP X 56 (SITAGLIPTINA-METFORMINA)	3104	$ 2.264,47	2.992.331,59	0,0637%	84,1515%	80%
495	COLYPAN 10 MG/ML AMPOLLA X 2 (TRIMEBUTINA MALEATO)	276	$ 2.263,58	2.994.595,17	0,0637%	84,2152%	80%
496	GLUCERNA TRIPLE CARE PACK X 2 UND POLVO X 400 GR	57	$ 2.260,60	2.996.855,77	0,0636%	84,2788%	80%
497	TENSODOX 10 MG COM X 20 (CICLOBENZAPRINA)	4064	$ 2.246,14	2.999.101,91	0,0632%	84,3419%	80%
498	TROKEN 75 MG COM X 28 (CLOPIDOGREL)	2675	$ 2.243,45	3.001.345,37	0,0631%	84,4050%	80%
499	PRANEX-LP 90 MG CAP X 10 (ACEMETACINA)	1567	$ 2.242,87	3.003.588,23	0,0631%	84,4681%	80%
500	GASEC 20 MG CAP X OJO 14 (OMEPRAZOL)	2125	$ 2.240,82	3.005.829,06	0,0630%	84,5311%	80%
501	MESULID 100 MG TAB X 20 (NIMESULIDE)	3881	$ 2.239,47	3.008.068,53	0,0630%	84,5941%	80%
502	BIFIDOLAC 170 MG SOB X 6 (LACTOBACILUS ACIDOPHIL)	1263	$ 2.237,70	3.010.306,23	0,0629%	84,6570%	80%
503	ALERCET-D 65 MG JAB X 60 ML (CETIRIZINA-PSEUDOFEDRI)	457	$ 2.236,04	3.012.542,27	0,0629%	84,7199%	80%
504	REMERON 30 MG TAB X 30 (MIRTAZAPINA)	1335	$ 2.219,67	3.014.761,94	0,0624%	84,7823%	80%
505	ESTROGEL GEL 80 GR (1 DOSIS 1.25 G = 0.75 MG ESTRADIOL)	68	$ 2.219,64	3.016.981,58	0,0624%	84,8447%	80%
506	TOBRADEX 0.4 % SOL OFT X 5 ML (DEXAMETASO-TOBRAMICINA)	139	$ 2.213,76	3.019.195,33	0,0623%	84,9070%	80%
507	WOBENZYM N GRAGEAS X 100 UNID (PANCREAT,PROT,LIPAS,PAPIN)	4818	$ 2.211,25	3.021.406,59	0,0622%	84,9692%	80%
508	METOTREXATO 2.5 MGTAB X 100 MEDICAMENTA	10851	$ 2.208,82	3.023.615,41	0,0621%	85,0313%	80%
509	VASOPR 20UI/ ML AMP X 1 ML (VASOPRESINA)	72	$ 2.208,02	3.025.823,43	0,0621%	85,0934%	80%
510	KRYTAN TEK SOL OFT X 5 ML (BRIMONIDINA-TIMOLOL-DORZ0LAMIDA)	66	$ 2.206,48	3.028.029,92	0,0621%	85,1555%	80%
511	QLAIRA COM X 28 3+1 CAJA (ESTRADIOL VALERATO/DIENOGEST)	126	$ 2.195,30	3.030.225,22	0,0617%	85,2172%	80%
512	MESULID 100 MG SOB X 30 (NIMESULIDE)	3229	$ 2.187,51	3.032.412,72	0,0615%	85,2787%	80%
513	AFUMIX TAB X 4 UNIDADES (FLUCONAZOL-TINIDAZOL)	438	$ 2.183,96	3.034.596,69	0,0614%	85,3401%	80%
514	URBADAN 10 MG TAB X 20 (CLOBAZAM)	11473	$ 2.182,34	3.036.779,03	0,0614%	85,4015%	80%
515	FERRUM 50 MG GOTAS X 30 ML (HIERRO)	233	$ 2.165,94	3.038.944,97	0,0609%	85,4624%	80%
516	QUETIAZIC 300 MG TAB X 30 MEDICAMENTA (QUETIAPINA)	484	$ 2.161,84	3.041.106,81	0,0608%	85,5232%	80%
517	PEDIALYTE MANZANA - 45 X 500 ML (NA-K-CA-MG-CL-LACTOSA)	739	$ 2.157,96	3.043.264,77	0,0607%	85,5839%	80%
518	EXFORGE HCT 5-160/12.5 MG COM X 28 (AMLODIPI-VALSARTAN-HCT)	1419	$ 2.154,55	3.045.419,32	0,0606%	85,6445%	80%
519	PEDIALYTE COCO X 500 ML (NA-K-CA-MG-CL-LACTOSA)	742	$ 2.154,54	3.047.573,86	0,0606%	85,7051%	80%
520	CLAVINEX-DUO 1 GR TAB X 14 (AMOXICI875-ACI CLAVULA125)	1089	$ 2.146,51	3.049.720,37	0,0604%	85,7654%	80%
521	OXETOL 600 MG TAB X 10 (OXCARBAZEPINA) 3+1 CAJA	2637	$ 2.126,03	3.051.846,39	0,0598%	85,8252%	80%
522	ZURCAL 40 MG AMP X 1 (PANTOPRAZOL)	157	$ 2.119,28	3.053.965,67	0,0596%	85,8848%	80%
523	STALEVO 150/37/200 MG TAB X 30 (LEVODOPA-CARBIDOPA-ENTACAPONE)	1438	$ 2.117,98	3.056.083,65	0,0596%	85,9444%	80%
524	FLEET ENEMA ADULTO X 133 ML (FOSFATO DE SODIO)	1397	$ 2.117,80	3.058.201,44	0,0596%	86,0039%	80%
525	MICARDIS PLUS 80-25 MG OJO COM X 28 (TELMISARTAN-CLOROTIAZIDA)	1554	$ 2.116,02	3.060.317,47	0,0595%	86,0635%	80%
526	SINEMET 25-250 MG TAB X 30 (CARBIDOPA LEVODOPA)	4073	$ 2.115,04	3.062.432,51	0,0595%	86,1229%	80%
527	ATORVASTATINA 20MG ZOLVASTIN TAB X 30	1745	$ 2.110,73	3.064.543,23	0,0594%	86,1823%	80%
528	MUVETT RETARD 300 MG TAB X 20 (TRIMEBUTINA)	5127	$ 2.108,30	3.066.651,53	0,0593%	86,2416%	80%
529	VITAGNI CREMA X 60 GR	132	$ 2.104,25	3.068.755,77	0,0592%	86,3008%	80%
530	IRUXOL UNG X 15 GR (CLOSTRIDIO HISTOLITICO/COLAGENASA/CLORANFENICOL)	157	$ 2.094,23	3.070.850,01	0,0589%	86,3597%	80%
531	NEOGAIVAL 3 MG COM X 20 (ESZOPICLONA) 3+1 CAJA	4256	$ 2.091,71	3.072.941,72	0,0588%	86,4185%	80%
532	PREDNISONA 20 MG TAB X 30 PHARMA	4589	$ 2.089,95	3.075.031,67	0,0588%	86,4773%	80%
533	ZITROMAX 200 MG SUS X 30 ML (AZITROMICINA)	102	$ 2.080,52	3.077.112,19	0,0585%	86,5358%	80%
534	VITAFOS PREMIUM POLVO X 400 GR (VITAMINAS)	142	$ 2.070,19	3.079.182,38	0,0582%	86,5940%	80%
535	CEFIRAX 100 MG SUS X 75 ML (CEFPODOXIMA)	72	$ 2.067,60	3.081.249,98	0,0581%	86,6521%	80%
536	CUSTODIOL X 1000 ML (SOLUCION HTK)	4	$ 2.059,20	3.083.309,18	0,0579%	86,7100%	80%
537	NEURYL 0.50 MG COM X 50 (CLONAZEPAM)	9088	$ 2.056,77	3.085.365,94	0,0578%	86,7679%	80%
538	ESTERMAX CREMA VAGINAL X 40 GR (ESTROGENOS CONJUGADOS 0.625 MG/G)	170	$ 2.056,61	3.087.422,56	0,0578%	86,8257%	80%
539	DOXIUM 500 MG CAP X 30 (DOBESILATO CALCIO)	1431	$ 2.049,10	3.089.471,66	0,0576%	86,8833%	80%
540	PREBICTAL 150 MG CAP X 28 (PREGABALINA)	1719	$ 2.048,81	3.091.520,47	0,0576%	86,9410%	80%
541	MUCILAN NARANJA POLVO X 300 GR (SEMILLA PSYLLIUM MUCILOIDE)	260	$ 2.048,80	3.093.569,27	0,0576%	86,9986%	80%
542	GEMBIO 200 MG AMP X 1 (GEMCITABINA	42	$ 2.048,69	3.095.617,97	0,0576%	87,0562%	80%
543	CONRELAX 4 MG X 10 CAPS (TIOCOLCHICOSIDO)	3848	$ 2.036,83	3.097.654,79	0,0573%	87,1135%	80%
544	TRAYENTA 5 MG TAB X 30 (LINAGLIPTINA) (1+1 TARJETA)	1432	$ 2.036,03	3.099.690,82	0,0573%	87,1707%	80%
545	COLISTINA 100MG X 1 AMP RICHET	30	$ 2.034,72	3.101.725,54	0,0572%	87,2279%	80%
546	BLOPRESS-PLUS 16-12.5 MG TAB X 30 (CANDESARTAN-CILEXE-CLOROTIAZI) 27+3 TAB	1265	$ 2.030,84	3.103.756,39	0,0571%	87,2851%	80%
547	SPIRIVA RESPIMAT INHHALADOR 2.5 X 60PUFFS	39	$ 2.029,11	3.105.785,49	0,0571%	87,3421%	80%
548	COLMIBE 20 MG COMP X 30 MEDICAMENTA(ATORVASTATINA/EZETIMIBE)	1206	$ 2.026,81	3.107.812,30	0,0570%	87,3991%	80%
549	CEUMID SOLUCION ORAL 100 MG/ML FCO 150 ML (LEVETIRACETAM)	63	$ 2.024,35	3.109.836,64	0,0569%	87,4561%	80%
550	FLIMOX 4 MG X 30 COM MASTICABLES (MONTELUKAST)	5092	$ 2.022,24	3.111.858,88	0,0569%	87,5129%	80%
551	BELARA 2.3 MG TAB X 21 (CLORMADINONA-ETINILESTRADIOL)	283	$ 2.017,32	3.113.876,20	0,0567%	87,5697%	80%
552	DALACIN-C 300 MG CAP X 48 (CLINDAMICINA)	3014	$ 2.016,87	3.115.893,07	0,0567%	87,6264%	80%
553	HIDRAPLUS-45 FRESA X 500 ML (SODIO-POTASIO-CLORURO)	670	$ 2.013,98	3.117.907,05	0,0566%	87,6830%	80%
554	NOTOLAC SUBLINGUAL 30 MG X 4 TABL (KETOROLACO)	935	$ 2.007,72	3.119.914,77	0,0565%	87,7395%	80%
555	LINFONEX 500 MG COM X 30 (MICOFENOLATO MOFETILO)	693	$ 1.995,84	3.121.910,61	0,0561%	87,7956%	80%
556	NODOLEX 15 MG AMP I.M. X 1 (MELOXICAM)	730	$ 1.989,52	3.123.900,13	0,0559%	87,8516%	80%
557	GINEDAZOL-DUAL X 1 (TINIDAZOL-MICONAZO)	196	$ 1.989,13	3.125.889,26	0,0559%	87,9075%	80%
558	PAROTEN 20 MG TAB X 10 /20UND(PAROXETINA) 2+1 CAJA	2000	$ 1.976,31	3.127.865,56	0,0556%	87,9631%	80%
559	FLURITOX COM X 20 (ACETAMINOFEN-PSEUDOEFEDRI-CETIRIZINA)	3914	$ 1.974,12	3.129.839,69	0,0555%	88,0186%	80%
560	PREBICTAL 75 MG CAP X 28 (PREGABALINA)	2588	$ 1.965,46	3.131.805,14	0,0553%	88,0739%	80%
561	VITAFOS JUNIOR POLVO X 400 GR COMPLEMENTO ALIMENTICIO (VITAMINAS)	122	$ 1.963,37	3.133.768,51	0,0552%	88,1291%	80%
562	DUCETEN 60 MG TAB X 30 (DULOXETINA)	1191	$ 1.955,92	3.135.724,43	0,0550%	88,1841%	80%
563	CEFIRAX 200 MG COM X 10 (CEFPODOXIMA)	905	$ 1.955,91	3.137.680,34	0,0550%	88,2391%	80%
564	CURAM 1000 MG TAB X 10 (AMOXICI- ACI CLAVULA)	1652	$ 1.954,67	3.139.635,01	0,0550%	88,2941%	80%
565	TERBIFUNG 250 MG TAB X 30 (TERBINAFINA)	909	$ 1.953,07	3.141.588,08	0,0549%	88,3490%	80%
566	ANGIORETIC 50-12.5 MG TAB X 20 (LOSARTA-HIDROCLOROTIA) 2+1 CAJA	3522	$ 1.950,62	3.143.538,70	0,0549%	88,4038%	80%
567	DORIXINA-RELAX 130 MG COM X 10 (LISINA-CICLOBENZAPRI)	3241	$ 1.950,33	3.145.489,02	0,0548%	88,4587%	80%
568	LEPRIT 25 MG TAB X 30 (LEVOSULPIRIDE)	2101	$ 1.946,58	3.147.435,60	0,0547%	88,5134%	80%
569	CALCIBON-D 1500 MG TAB 60 (CALCIO-VITA D)	5497	$ 1.946,47	3.149.382,07	0,0547%	88,5682%	80%
570	DIOVAN-HCT 160-12.5 MG COM X 28 (VALSARTAN-HIDROCLORORIA)	1487	$ 1.944,10	3.151.326,17	0,0547%	88,6228%	80%
571	CARDURA XL 4 MG TAB LIBERACION PROLONGADA X 30 (DOXAZOSIN)	2053	$ 1.934,17	3.153.260,33	0,0544%	88,6772%	80%
572	HIDROCORTIF 100 MG AMP X 2 ML (HIDROCORTISONA)	606	$ 1.933,59	3.155.193,93	0,0544%	88,7316%	80%
573	POVIRAL 800 MG CAP X 10 (ACICLOVIR)	851	$ 1.925,19	3.157.119,12	0,0541%	88,7857%	80%
574	CELECOXIB CELERIDAN 200 MG CAP X 20	2129	$ 1.924,59	3.159.043,70	0,0541%	88,8399%	80%
575	ONICIT AMP 5ML (PALONOSETRON) 0.25MG/5ML	25	$ 1.920,61	3.160.964,31	0,0540%	88,8939%	80%
576	MCT OIL FRASCO X 960ML	7,2	$ 1.918,08	3.162.882,39	0,0539%	88,9478%	80%
577	ZUDENINA PLUS GEL TUBO X 30 G (ADAPALENE/CLINDAMICINA)	101	$ 1.915,12	3.164.797,50	0,0539%	89,0017%	80%
578	URBADAN 20 MG TAB X 20 (CLOBAZAM)	5152	$ 1.908,77	3.166.706,27	0,0537%	89,0554%	80%
579	DEXTROSA 5% EN AGUA X 1000 ML X 20	1234	$ 1.901,72	3.168.607,99	0,0535%	89,1088%	80%
580	RIVOTRIL 2.5 MG/1 ML GTS X 20 ML (CLONAZEPAM)	316	$ 1.900,78	3.170.508,77	0,0535%	89,1623%	80%
581	BIOMETRIX CAP X 30 (GINSENG /GINKGO BILOBA)	3165	$ 1.897,28	3.172.406,05	0,0534%	89,2157%	80%
582	GRIFOCIPROX 500 MG COM X 20 (CIPROFLOXACINA)	1652	$ 1.893,48	3.174.299,52	0,0532%	89,2689%	80%
583	MESIGYNA 55 MG AMP X 1 ML (NORETISTERONA-ESTRADIO)	382	$ 1.887,98	3.176.187,51	0,0531%	89,3220%	80%
584	LINEX CAP 280 MG CAJ X 16 (LACTOBACILUS ACIDOPHILUS)	3679	$ 1.884,78	3.178.072,29	0,0530%	89,3750%	80%
585	CLOPIKANA 75 MG TAB X 20 (CLOPIDOGREL)	1230	$ 1.876,71	3.179.949,00	0,0528%	89,4278%	80%

ANEXO 5. DIAGRAMA DE PARETO 20% VALOR

Tabla 26

	DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR	VALOR ACUMULADO	%	% VALOR. ACUMULADA	80-20
586	ALDACTONE 25 MG TAB X 30 (ESPIRONOLACTONA)	4288	$ 1.870,44	3.181.819,44	0,0526%	89,4804%	80%
587	PANATAXEL 150 MG AMP X 1 (PACLITAXEL) BAGO	21	$ 1.868,62	3.183.688,06	0,0526%	89,5329%	80%
588	RINOVAL 50 MCG X 120 DES 35% CUPON SPRAY NASAL (MOMETASONA FUROATO)	106	$ 1.866,84	3.185.554,90	0,0525%	89,5854%	80%
589	TEMGESIC 0.3 MG AMP X 6 (BUPRENORFINA-1 ML)	373	$ 1.865,07	3.187.419,96	0,0525%	89,6379%	80%
590	AKIM 500 MG AMP X 2 ML (AMIKACINA)	383	$ 1.856,72	3.189.276,68	0,0522%	89,6901%	80%
591	DOXORUBICINA 50 MG AMP DOXTIE (CLORHIDRATO DE DOXORUBICINA)	45	$ 1.856,52	3.191.133,20	0,0522%	89,7423%	80%
592	KYTRIL 1 MG X 10 COMP (GRANISETRON)	532	$ 1.854,82	3.192.988,02	0,0522%	89,7945%	80%
593	COLYPAN 300 MG TAB X 20 (TRIMEBUTINA MALEATO	3081	$ 1.853,79	3.194.841,81	0,0521%	89,8466%	80%
594	DIOVAN 160 MG CAP X 28 (VALSARTAN)	1385	$ 1.852,87	3.196.694,68	0,0521%	89,8987%	80%
595	URO VAXOM 6 MG CAP X 30 (LIOFILIZADO DE E. COLI)	1304	$ 1.850,52	3.198.545,20	0,0520%	89,9507%	80%
596	XANAX 0.25 MG TAB X 20 (ALPRAZOLAM)	4378	$ 1.849,21	3.200.394,41	0,0520%	90,0028%	80%
597	NUTRIZYM PLUS GRAGEA X 20 (BROMOPRIDE-PANCREAT-POLSILOXA)	5314	$ 1.847,51	3.202.241,92	0,0520%	90,0547%	80%
598	VISANNE 2 MG (DIENOGEST) COMP X 28 UNID	28	$ 1.844,94	3.204.086,87	0,0519%	90,1066%	80%
599	LANZOPRAL IV 30MG AMP X5 (LANSOPRAZOL)	300	$ 1.844,10	3.205.930,97	0,0519%	90,1585%	80%
600	EXFORGE 5-160 MG COM X 28 (AMLODIPI-VALSARTAN)	1304	$ 1.839,79	3.207.770,75	0,0517%	90,2102%	80%
601	DOSTINEX 0.5 MG TAB X 2 (CABERGOLINA)	361	$ 1.835,70	3.209.606,46	0,0516%	90,2618%	80%
602	SOLETROL-NA AMP X 10 (SODIO SOLUCION CONCEN)	3008	$ 1.834,50	3.211.440,96	0,0516%	90,3134%	80%
603	UNICLAR SPRAY X 18 GR (MOMETASONA FLUROATO)	86	$ 1.833,36	3.213.274,31	0,0516%	90,3650%	80%
604	AZITRAL 500 MG TAB X 3 (AZITROMICINA)	832	$ 1.833,14	3.215.107,46	0,0516%	90,4165%	80%
605	IMMUNOCAL PROTEINA SOB X 30 UN (PROTEINA AISLADA SUERO DE DELECHE CISTEINA BIOA	18	$ 1.831,06	3.216.938,51	0,0515%	90,4680%	80%
606	PRENAVIT CAP X 30 (MULTIVITAMINAS PRENATALES)	8960	$ 1.828,52	3.218.767,03	0,0514%	90,5194%	80%
607	AVODART 0.5MG CAP BLANDA X 30 (DUTASTERIDA)	1529	$ 1.825,18	3.220.592,21	0,0513%	90,5708%	80%
608	LUXOR COM X 4 (RAIZ MACA /GINSENG/ZINC)	996	$ 1.822,28	3.222.414,49	0,0512%	90,6220%	80%
609	DOCETAXEL 80 MG AMP. X 1 (DOCETAXEL)	15	$ 1.820,45	3.224.234,94	0,0512%	90,6732%	80%
610	CETOPIC CREMA X 30 GR (VITAMINA C)	124	$ 1.819,10	3.226.054,04	0,0512%	90,7244%	80%
611	DETRUSITOL SR 4MG TAB X 30 (TOLTERODINA)	2155	$ 1.816,79	3.227.870,83	0,0511%	90,7755%	80%
612	ANDROSTAT 50 MG TAB X 50 (ACETATO CIPROTERONA)	1531	$ 1.814,39	3.229.685,21	0,0510%	90,8265%	80%
613	MOTILIUM 10 MG COM X 20 (DOMPERIDONA)	1333	$ 1.812,32	3.231.497,53	0,0510%	90,8774%	80%
614	VADIRAL 1000 MG COM X 21 (VALACICLOVIR)	526	$ 1.809,12	3.233.306,64	0,0509%	90,9283%	80%
615	CREON 25,000 UI CAP X 20 (PANCREATINA)	1092	$ 1.800,13	3.235.106,77	0,0506%	90,9789%	80%
616	LIPOFUNDIN 20% FRASCO X 500 ML LIPIDOS CADENA MEDIA Y LARGA MCOD 3558061	71	$ 1.798,65	3.236.905,43	0,0506%	91,0295%	80%
617	LERTUS-LR 150 MG COM X 10 (DICLOFENACO)	1564	$ 1.795,03	3.238.700,45	0,0505%	91,0800%	80%
618	ITODAL 100 MG CAP X 15 (ITRACONAZOL)	857	$ 1.793,20	3.240.493,65	0,0504%	91,1304%	80%
619	NOMADOL 20 MG COM X 10 (KETOROLA-TROMETAMI) 22%CUPON BAGO	2695	$ 1.785,31	3.242.278,96	0,0502%	91,1806%	80%
620	SPIRON 1MG/ML GOTAS (RISPERIDONA) ABL	114	$ 1.782,95	3.244.061,92	0,0501%	91,2308%	80%
621	NASOLIMP SOL X 30 ML (CLORURO SODIO 0.09%)	312	$ 1.781,74	3.245.843,66	0,0501%	91,2809%	80%
622	VEDIPAL COMP X 30 UNID 450/50 MG (DIOSMINA/HESPERIDINA)	3006	$ 1.775,81	3.247.619,46	0,0499%	91,3308%	80%
623	MARIMER HYPERTONIQUE X 100 ML (HIPERTONICA ESTERIL)	192	$ 1.772,44	3.249.391,90	0,0498%	91,3807%	80%
624	ALOPURINOL 300 MG TAB X 30 (ALOPURINOL) SWISS	10009	$ 1.763,07	3.251.154,97	0,0496%	91,4303%	80%
625	SEROQUEL 25 MG COM X 30 (QUETIAPINA)	1078	$ 1.758,66	3.252.913,63	0,0495%	91,4797%	80%
626	FAPRIS 50 MG TAB X 30 UNID (DESVENLAFAXINA)	1293	$ 1.757,45	3.254.671,08	0,0494%	91,5291%	80%
627	TRANEXAM 500MG AMP X 8 (AC. TRANEXAMICO)	461	$ 1.754,37	3.256.425,45	0,0493%	91,5785%	80%
628	VALERPAN 4-10 MG AMP X 2 ML (BETAMETASO-FOSFA-DIPROPIO) X 100 UNID	629	$ 1.753,40	3.258.178,85	0,0493%	91,6278%	80%
629	PEDIALYTE CEREZA X 500 ML (NA-K-CA-MG-CL-LACTOSA)	600	$ 1.753,15	3.259.932,00	0,0493%	91,6771%	80%
630	CLARIXOL 700 MG JAB X 60 ML (LORATADI-AMBROX)	201	$ 1.748,17	3.261.680,17	0,0492%	91,7263%	80%
631	LEXAPRO 20 MG TAB X 14 (OXOLATO ESCITALOPRAM)	607	$ 1.741,58	3.263.421,75	0,0490%	91,7752%	80%
632	MIQUIMOD 5 % CREMA X 3 GR (IMIQUIMOD)	67	$ 1.738,09	3.265.159,84	0,0489%	91,8241%	80%
633	CIPROXINA XR 500 MG TAB X OJO 3 O 5 (CIPROFLOXACINA) 20% CANJEAR DIFARE	235	$ 1.737,03	3.266.896,87	0,0488%	91,8730%	80%
634	ALERCET 10 MG CAP X 10 (CETIRIZINA)	4310	$ 1.732,42	3.268.629,29	0,0487%	91,9217%	80%
635	CONEXINE 50 MG CAP OJO X 30/10 MEDICAMENTA (SERTALINA)	2391	$ 1.729,42	3.270.358,70	0,0486%	91,9703%	80%
636	NEUROBION 1000 AMP X 1 (COMPLEJO B)	2140	$ 1.728,32	3.272.087,03	0,0486%	92,0189%	80%
637	LEPONEX 100 MG TAB X 50 (CLOZAPINE)	1483	$ 1.728,29	3.273.815,32	0,0486%	92,0675%	80%
638	HYZAAR 50-12.5 MG TAB X 30 (LOSARTAN-CLOROTIAZIDA)	1246	$ 1.727,53	3.275.542,84	0,0486%	92,1161%	80%
639	CEMIN 500 MG/5 ML AMP X 10 (VITAMINA C)	3296	$ 1.722,68	3.277.265,52	0,0484%	92,1646%	80%
640	HUMULIN N FCO X 10 ML (INSULINA HUMANA LENTA)	86	$ 1.718,77	3.278.984,30	0,0483%	92,2129%	80%
641	DIANE 2.35 MG TAB X 21 (CIPROTERONA-ETINILESTRADIOL)	241	$ 1.715,53	3.280.699,83	0,0482%	92,2611%	80%
642	YASMIN TAB X 21 3+1 CAJA (DROSPIRENONA-ETINILESTRADIOL)	168	$ 1.705,30	3.282.405,13	0,0480%	92,3091%	80%
643	ZYPREXA 10 MG COMP X 14 (OLANZAPINA)	235	$ 1.705,02	3.284.110,15	0,0479%	92,3570%	80%
644	COQUAN 2.5 MG GOTAS X 30 ML (CLONAZEPAM)	174	$ 1.702,32	3.285.812,47	0,0479%	92,4049%	80%
645	CARVEDIL 12.5 MG COM X 28 (CARVEDILOL)	3411	$ 1.699,60	3.287.512,06	0,0478%	92,4527%	80%
646	MUTUM-CR 10 MG COM X 10 (OXIBUTININA)	1092	$ 1.699,31	3.289.211,38	0,0478%	92,5005%	80%
647	SOLUMEDROL 125 MG AMP X 2 ML (METILPREDNISOLONA)	172	$ 1.684,18	3.290.895,56	0,0474%	92,5479%	80%
648	REMERON 15 MG TAB X 6 (MIRTAZAPINA)	1349	$ 1.682,20	3.292.577,75	0,0473%	92,5952%	80%
649	DOLRAD 1 GR/2 ML AMP X 5 (METAMIZOL / DIPIRONA)	3284	$ 1.671,31	3.294.249,06	0,0470%	92,6422%	80%
650	CETAPHIL LOCION HIDRATANTE X 473ML	50	$ 1.669,09	3.295.918,15	0,0469%	92,6891%	80%
651	KUFER Q - ECV X 20 CAP (SILIMARINA-COENZIQ10-VIT C) 20%DSCTO	2041	$ 1.664,65	3.297.582,80	0,0468%	92,7359%	80%
652	COMBIVIR 150/300 MG TAB X 60 (ZIDOVUDINA/LAMIVUDINA) (	1260	$ 1.663,20	3.299.246,00	0,0468%	92,7827%	80%
653	FERRUM 100 MG AMP BEB X 10 (HIERRO)	1715	$ 1.660,06	3.300.906,06	0,0467%	92,8294%	80%
654	LABETALOL 5 MG AMER AMP X 20 ML (TRANDATE)	53	$ 1.658,86	3.302.564,92	0,0467%	92,8760%	80%
655	ERITROPOYETINA 4000 UI AMP X 1 ML (ROEM)	122	$ 1.654,47	3.304.219,39	0,0465%	92,9226%	80%
656	CONTRACTUBEX GEL X 50 GR (CEPAE-HEPARINA S-ALANTOINA)	94	$ 1.650,06	3.305.869,46	0,0464%	92,9690%	80%
657	CEFULAM 250 MG/5ML SUS X 75 ML (CEFUROXIMA)	139	$ 1.649,63	3.307.519,09	0,0464%	93,0154%	80%
658	EAU THERMALE AEROSOL AVENE 300 ML.	88	$ 1.644,73	3.309.163,82	0,0463%	93,0616%	80%
659	RAQUIFEROL AMP 2000 UI/10ML CAJA X 5 AMP (VITA D3-ORAL)	768	$ 1.642,88	3.310.806,71	0,0462%	93,1078%	80%
660	DEGRALER PLUS 5 MG COM X 10 (LEVOCETIRIZINA)	1181	$ 1.639,47	3.312.446,17	0,0461%	93,1539%	80%
661	SINGULAIR 10 MG TAB X 30 (MONTELUKAST)	879	$ 1.637,20	3.314.083,37	0,0460%	93,2000%	80%
662	GLUCONATO-CALCIO ECAR AMP X 10 ML	828	$ 1.635,83	3.315.719,20	0,0460%	93,2460%	80%
663	TIZO 3 SOLAR PROTECTOR COLOR SPF 40 X 44.4 ML	41	$ 1.633,81	3.317.353,01	0,0459%	93,2919%	80%
664	B-DEX FUNDA X 1000 ML (COMPLEJO B)	610	$ 1.632,67	3.318.985,68	0,0459%	93,3378%	80%
665	SYNVISC ONE AMP X 6 ML SUPLEMENTO INUECTABLE DEL LIQ SINOVIAL	5	$ 1.627,87	3.320.613,55	0,0458%	93,3836%	80%
666	TRIFAMOX IBL 1500 MG AMP X 1 (AMOXICILINA/SULBACTAM)	213	$ 1.626,49	3.322.240,04	0,0457%	93,4293%	80%
667	DOLGENAL RAPID 10 MG TAB X 10 (KETOROLACO)	3406	$ 1.620,60	3.323.860,64	0,0456%	93,4749%	80%
668	DERMANUTRIX SACHET X 14 UNID (COLAGENO BEBIBLE)	126	$ 1.620,23	3.325.480,87	0,0456%	93,5205%	80%
669	BUSCAPINA-CTO NF COM X 20 (N-BUTILBR HIOSCI,IBUPRO)	4791	$ 1.613,88	3.327.094,75	0,0454%	93,5659%	80%
670	ULCOZOL RAPID 20 MG CAP X 28 (OMEPRAZOL/BICARBONATO DE SODIO)	2170	$ 1.612,27	3.328.707,02	0,0453%	93,6112%	80%
671	CARVEDIL 6.25 MG COM X 28 (CARVEDILOL)	4226	$ 1.610,86	3.330.317,88	0,0453%	93,6565%	80%
672	TRAMAL 100 MG/ML GTS X 10 ML (TRAMADOL)	264	$ 1.608,99	3.331.926,87	0,0452%	93,7018%	80%
673	LACOTEM 100 MG COMP X 30 UNID (LACOSAMIDA)	778	$ 1.606,30	3.333.533,17	0,0452%	93,7469%	80%
674	CEFTAZIDIMA 1GR IM- IV AMP X 5 ML VITALIS/LIBRA	330	$ 1.597,98	3.335.131,15	0,0449%	93,7919%	80%
675	PROFENID LIOFILIZADO 100 MG AMP X 6 (KETOPROFENO)	522	$ 1.597,50	3.336.728,64	0,0449%	93,8368%	80%
676	CIPRONORDIKA 500 MG TAB X 10 (CIPROFLOXACINO)	1608	$ 1.586,48	3.338.315,12	0,0446%	93,8814%	80%
677	JANUVIA 100MG COMP X 28 (SITAGLIPTINA)	994	$ 1.574,94	3.339.890,06	0,0443%	93,9257%	80%
678	FELDENE GEL X 30 GR (PIROXICAM)	269	$ 1.572,28	3.341.462,34	0,0442%	93,9699%	80%
679	ZOLOFT 100 MG TAB X 10 (SERTRALINA)	517	$ 1.567,03	3.343.029,37	0,0441%	94,0140%	80%
680	AFLAZACORT 30 MG COM X 10 (DEFLAZACORT)	680	$ 1.563,44	3.344.592,81	0,0440%	94,0580%	80%
681	VALDOXAN 25 MG CAJ X 28 COM REC (AGOMELATINA)	872	$ 1.563,00	3.346.155,82	0,0440%	94,1019%	80%
682	NOXIBEL 30 MG COM X 30 (MIRTAZAPINA)	1084	$ 1.561,21	3.347.717,02	0,0439%	94,1458%	80%
683	NABILA 2.5 MG COMP X 28 UNID (NEBIVOLOL)	3351	$ 1.558,82	3.349.275,85	0,0438%	94,1897%	80%
684	MACMIROR COMPLEX CAP VAGINALES X 6 (NIFURATEL/NISTATINA)	1342	$ 1.556,10	3.350.831,94	0,0438%	94,2334%	80%
685	HIDROCORTIF 500 MG AMP X 2 ML (HIDROCORTISONA)	344	$ 1.550,30	3.352.382,24	0,0436%	94,2770%	80%
686	INTRON A 15MUI (18MUI/PLUMA) AMP X 1 (INTERFERON)	4	$ 1.543,38	3.353.925,62	0,0434%	94,3204%	80%
687	MIRAPEX ER 0.75 MG COMP X 30 (PRAMIPEXOL)	976	$ 1.542,73	3.355.468,34	0,0434%	94,3638%	80%
688	CELTIUM 20 MG COM X 30 (ESCITALOPRAM)	855	$ 1.540,33	3.357.008,67	0,0433%	94,4071%	80%
689	DOXIPROCT PLUS POM X 20 GR (DOBESILATO CALCICO,LIDOCAINA-DEXAMETASO)	142	$ 1.535,88	3.358.544,56	0,0432%	94,4503%	80%
690	AUGMENTIN 250 MG SUS X 100 ML (AMOXICI-AC CLAVULA)	98	$ 1.535,69	3.360.080,25	0,0432%	94,4935%	80%
691	BIFIDOLAC 170 MG CAP X 6 (LACTOBACILUS ACIDOPHIL)	1158	$ 1.534,47	3.361.614,72	0,0432%	94,5367%	80%
692	ACI-TIP SUS X 200 ML (MALGADRATO-SIMETICONA)	266	$ 1.532,12	3.363.146,84	0,0431%	94,5797%	80%
693	DEP 50 MG AMP X 1 ML (HALOPERIDOL)	128	$ 1.527,35	3.364.674,18	0,0430%	94,6227%	80%
694	DOSIN 10 MG GOTAS X 20 ML (DOMPERIDONA)	393	$ 1.521,40	3.366.195,59	0,0428%	94,6655%	80%
695	DICYNONE 500 MG COMP X 20 (ETAMSILATO)	988	$ 1.520,28	3.367.715,87	0,0428%	94,7082%	80%
696	KIONEX 454 GR (SODIO POLISTERINA SULFONATO) KAYEXALATE	5	$ 1.519,54	3.369.235,41	0,0427%	94,7510%	80%
697	ITRAFUNG 100 MG CAP X 30 (ITRACONAZOL) 3+1 CAJA	716	$ 1.518,81	3.370.754,22	0,0427%	94,7937%	80%
698	YAZ COM X 28 3+1 CAJA (DROSPIRENONA-ESTRADIOL)	94	$ 1.517,84	3.372.272,05	0,0427%	94,8364%	80%
699	MULTIDOL 800 MG CAP BLANDA X 10 UNID (IBUPROFENO)	2249	$ 1.515,56	3.373.787,62	0,0426%	94,8790%	80%
700	BIO T ZING 150 MCG AMP BEBIBLES X 5 (BIOTINA/ZING)	1017	$ 1.513,49	3.375.301,11	0,0426%	94,9215%	80%
701	LIPIDIL 200 MG CAP X 20 (FENOFIBRATO) 36+4 TAB	2117	$ 1.512,08	3.376.813,19	0,0425%	94,9641%	80%

ANEXO 5. DIAGRAMA DE PARETO 20% VALOR

Tabla 26

	DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR	VALOR ACUMULADO	%	% VALOR. ACUMULADA	80-20
702	TRAVIATA 20 MG COM X 10 (PAROXETINA)	1949	$ 1.510,51	3.378.323,70	0,0425%	95,0066%	80%
703	DIGESTA 250 MG CAP LIQ X 20 (SIMETICONA)	6082	$ 1.507,12	3.379.830,82	0,0424%	95,0489%	80%
704	PEDIALYTE UVA 60 X 500 ML (NA-K-CA-MG-CL-LACTOSA)	517	$ 1.502,08	3.381.332,90	0,0422%	95,0912%	80%
705	VALCOTE ER 250MG TAB X 30 (DIVALPROATO SODICO) 30+3 TAB	3239	$ 1.501,85	3.382.834,76	0,0422%	95,1334%	80%
706	PERFECTIL CAP X 30 (VITA D-E-C-COMPLE-B)	4440	$ 1.489,71	3.384.324,47	0,0419%	95,1753%	80%
707	POENTOBRAL-PLUS UNG OFT X 3.5 GR (TOBRAMICINA + DEXAMETASONA)	181	$ 1.488,96	3.385.813,43	0,0419%	95,2172%	80%
708	POENTOBRAL-PLUS SOL OFT X 5 ML (TOBRAMICINA - DEXAMETASONA)	190	$ 1.488,53	3.387.301,97	0,0419%	95,2590%	80%
709	HIPOGLOS POMADA X 100 GR (OXIDO ZIN-VITA A-D)	332	$ 1.488,36	3.388.790,33	0,0419%	95,3009%	80%
710	MIRTAZ 15 MG TAB X 30 (MIRTAZAPINA) 3+1 CAJA	1622	$ 1.487,88	3.390.278,20	0,0418%	95,3427%	80%
711	BICALUTAMIDA 50 MG X 30 SANDOZ	815	$ 1.487,15	3.391.765,36	0,0418%	95,3846%	80%
712	NORVASC 5 MG TAB X 30 (AMLODIPINO)	1722	$ 1.484,53	3.393.249,89	0,0417%	95,4263%	80%
713	VOLTAREN EMULGEL X 60 GR (DICLOFENACO SODICO)	149	$ 1.484,40	3.394.734,29	0,0417%	95,4681%	80%
714	CEFUR 250 MG SUS X 70 ML (CEFUROXIMA AXETIL)	91	$ 1.483,35	3.396.217,64	0,0417%	95,5098%	80%
715	REDOXITOS GOMITAS MASTICABLES X 25UN	711	$ 1.483,18	3.397.700,82	0,0417%	95,5515%	80%
716	ANSIFIX SR 75 MG CAP X 30 (VENLAFAXINA)	2038	$ 1.479,00	3.399.179,82	0,0416%	95,5931%	80%
717	LEPRIT ENZIMATICO TAB X 30 (LEVOSULPIRIDE/SIMET/PANCRE)	1288	$ 1.478,83	3.400.658,64	0,0416%	95,6347%	80%
718	MEROPENEM 1 GR AMP X 1 UNID (FARMALOGICA)	37	$ 1.477,85	3.402.136,50	0,0416%	95,6762%	80%
719	ZOLTUM 40 MG COM X 14 (PANTOPRAZOL)	1257	$ 1.477,75	3.403.614,25	0,0416%	95,7178%	80%
720	ACTOS MET 15/850 MG X 30 TAB (PIOGLITAZONA/METFORMINA) ABBOTT 27+3 TAB	906	$ 1.473,88	3.405.088,12	0,0414%	95,7592%	80%
721	ESOZ 40 MG TAB X 28 (ESOMEPRAZOL)	1287	$ 1.470,80	3.406.558,92	0,0414%	95,8006%	80%
722	DIOVAN 320 MG CAP X 28 (VALSARTAN)	1062	$ 1.469,76	3.408.028,69	0,0413%	95,8419%	80%
723	BUPREX MIGRA COM X 20 (IBUPROFENO,CAFEINA,ERGOTAMINA)	5794	$ 1.464,98	3.409.493,67	0,0412%	95,8831%	80%
724	NAN 1 PRO INF X 400 GR	87	$ 1.463,07	3.410.956,74	0,0411%	95,9243%	80%
725	ENSURE VAINILLA LIQ X 8 OZ (PROTEINA-GRASA-CARBOHID-MINER	504	$ 1.461,21	3.412.417,95	0,0411%	95,9654%	80%
726	KOMBIGLYZE XR 5/1000 MG COMP X 28 UNID 28+7M (SAXAGLIPTINA/METFORMINA)	830	$ 1.459,82	3.413.877,77	0,0411%	96,0064%	80%
727	FURACAM 500 MG COM OJO X 10/15 (CEFUROXIMA)	962	$ 1.459,70	3.415.337,46	0,0411%	96,0475%	80%
728	HISTAGLOBIN AMP X 2ML (GAMMAGLOBULINA HUMANA 12MG, HISTAMINA 0.00015MG)	42	$ 1.459,58	3.416.797,05	0,0410%	96,0885%	80%
729	CONVERTAL-D 100-25 MG COM X 10 (LOSARTAN-CLOROTIAZIDA)	1670	$ 1.454,51	3.418.251,56	0,0409%	96,1294%	80%
730	FEMARA 2.5 MG COM RECUBIERTO X 30 (LETROZOL)	279	$ 1.449,62	3.419.701,18	0,0408%	96,1702%	80%
731	DERIMEX SPRAY NASAL X 6 ML/60 DOSIS (DESMOPRESINA)	20	$ 1.446,18	3.421.147,36	0,0407%	96,2109%	80%
732	SEROQUEL XR 50 MG COM X 30 (QUETIAPINA)	672	$ 1.444,83	3.422.592,19	0,0406%	96,2515%	80%
733	UROCIT K TAB X 100 (CITRATO POTASIO) GRUPO FARMA	4760	$ 1.442,33	3.424.034,52	0,0406%	96,2920%	80%
734	JEVITY CON FIBRA FCO X 1000 ML (LIQUIDO ISOTONICO DE NUTRICION) ABBOTT	186	$ 1.441,31	3.425.475,84	0,0405%	96,3326%	80%
735	MARTESIA 150MG CAP X 28 (PREGABALINA)	1065	$ 1.436,91	3.426.912,75	0,0404%	96,3730%	80%
736	JEROMA 100 MG TAB X 10 (DOXICICLINA)	16760	$ 1.435,09	3.428.347,84	0,0404%	96,4133%	80%
737	BICONCILINA BZ 2'400.000 AMP X 2 IM (PENICILINA BENZATINICA)	633	$ 1.432,58	3.429.780,42	0,0403%	96,4536%	80%
738	ERDAM 1GR (AZITROMICINA) TAB X 5	318	$ 1.431,26	3.431.211,68	0,0403%	96,4939%	80%
739	SELADERM UNGUENTO X 15 GR (MUPIROCINA)	117	$ 1.419,78	3.432.631,46	0,0399%	96,5338%	80%
740	DERMOVATE CREMA X 30 GR (CLOBETASOL/NISTATINA/NEOMICINA)	162	$ 1.419,29	3.434.050,75	0,0399%	96,5737%	80%
741	CEFADIN 500 MG CAP X 120 (CEFALEXINA)	3410	$ 1.417,16	3.435.467,91	0,0399%	96,6136%	80%
742	ZOSERT 50 MG COM X 10 (SERTRALINA) 2+1 CAJA	1384	$ 1.416,97	3.436.884,88	0,0398%	96,6534%	80%
743	ACIBERKAN TAB 150 MG X 1 (ACIDO IBANDRONICO) 2+1 PROM	53	$ 1.416,10	3.438.300,97	0,0398%	96,6933%	80%
744	CLEXANE 80 MG AMP X 0.8 ML (ENOXAPARINA SODICA)	93	$ 1.414,80	3.439.715,78	0,0398%	96,7330%	80%
745	TRILEPTAL 300 MG COM X 30 (OXCARBAMAZEPINA)	2276	$ 1.407,66	3.441.123,43	0,0396%	96,7726%	80%
746	MEROPENEM 1GR AMP X 1 FADA	41	$ 1.406,34	3.442.529,77	0,0395%	96,8122%	80%
747	ANAFRANIL-SR 75 MG TAB X 20 (CLOMIPRAMIDA)	1228	$ 1.405,28	3.443.935,05	0,0395%	96,8517%	80%
748	ZYPREXA ZYDIS 10 MG COMP X 14 (OLANZAPINA)	191	$ 1.404,33	3.445.339,37	0,0395%	96,8912%	80%
749	RIVIAL FCO AMP X 1 UNID (MULTIVITAMINICO) I.V. RIVERO	150	$ 1.404,00	3.446.743,37	0,0395%	96,9307%	80%
750	NUVARING 11.70+2.70 ANILLO VAGINAL SOB X 1 UND (ETONOGESTREL/ETINILESTRADIOL)	89	$ 1.402,53	3.448.145,90	0,0394%	96,9701%	80%
751	DEGRALER JBE 2.5MG/5ML (LEVOCETIRIZINA)	98	$ 1.400,92	3.449.546,81	0,0394%	97,0095%	80%
752	NORMOLAX FIBRA NARANJA POLVO X 250 GR (FIBRA-PSYLLIUM-PLANTAGO)	117	$ 1.399,97	3.450.946,78	0,0394%	97,0489%	80%
753	GOVAL 1 MG COM X 20 (RISPERIDONA) 3+1 CAJA	1781	$ 1.399,52	3.452.346,30	0,0394%	97,0882%	80%
754	SODERMIX CREMA 30ML (ANTIOXIDANTE)	54	$ 1.390,76	3.453.737,06	0,0391%	97,1274%	80%
755	RUMIFLEX CREMA X 75 GR (GLUCOSAMINE)	186	$ 1.390,39	3.455.127,46	0,0391%	97,1665%	80%
756	CEFRIN 500 MG CAP X 20 (CEFALEXINA)	2885	$ 1.390,02	3.456.517,47	0,0391%	97,2055%	80%

	DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR	VALOR ACUMULADO	%	% VALOR. ACUMULADA	80-20
757	SYSTANE ULTRA GOTAS OFT X 10 ML (POLIETILENGLICOL+PROPILENGLICOL)	142	$ 1.388,08	3.457.905,56	0,0390%	97,2446%	80%
758	ACROVASTIN 20 MG TAB X 30 (ATORVASTATINA)	1143	$ 1.382,56	3.459.288,12	0,0389%	97,2835%	80%
759	TAPAZOL 5 MG TAB X 100 (METIMAZOL)	10454	$ 1.379,97	3.460.668,09	0,0388%	97,3223%	80%
760	HIDRAPLUS-45 COCO X 500 ML (SODIO-POTASIO-CLORURO)	459	$ 1.379,20	3.462.047,29	0,0388%	97,3611%	80%
761	ERYFOTONA AK-NMSC CREMA X 50 ML (FOTOLIASA/LIPOSOMAS/UV)	39	$ 1.377,58	3.463.424,87	0,0387%	97,3998%	80%
762	DICLOFENACO 50 MG LA SANTE TAB X 50 (SODICO)	15330	$ 1.373,37	3.464.798,24	0,0386%	97,4384%	80%
763	OMEPRAZOL 40 MG LA SANTE CAP X 30	2170	$ 1.372,80	3.466.171,03	0,0386%	97,4770%	80%
764	ISOPRINOSINE 500MG TAB X 20 (METISOPRINOL)	1293	$ 1.372,42	3.467.543,45	0,0386%	97,5156%	80%
765	FLURINOL-D 10/120 MG COM X 10 (EPINASTINA-PSEDUEFE)	777	$ 1.367,52	3.468.910,97	0,0385%	97,5541%	80%
766	DIPROSPAN 7 MG AMP X 2 ML (BETAMETASO-DIPROPIONA-FOSFATO)	337	$ 1.367,50	3.470.278,47	0,0385%	97,5925%	80%
767	NORDICOX 15 MG TAB X 12 (MELOXICAM)	1510	$ 1.367,45	3.471.645,92	0,0385%	97,6310%	80%
768	DEPO-MEDROL 40 MG AMP X 1 ML (METILPREDNISOLONA)	185	$ 1.362,16	3.473.008,08	0,0383%	97,6693%	80%
769	ORSANAC 400 MG COM X 14 (NORFLOXACINA)	2216	$ 1.361,10	3.474.369,18	0,0383%	97,7076%	80%
770	BUPIROP 0.5 % S-E AMP X 20 ML (BUPIVACAINA)	315	$ 1.359,15	3.475.728,34	0,0382%	97,7458%	80%
771	TRAYENTA DUO 2.5 MG/500 MG COM X 60 (LINAGLIPTINA/METFORMINA) (1+1 TARJETA)	1902	$ 1.355,80	3.477.084,13	0,0381%	97,7839%	80%
772	VANCOMICINA 1GR FCO AMPOLLA X 25 VAREDET FADA	208	$ 1.355,06	3.478.439,19	0,0381%	97,8220%	80%
773	FLOGOMAX 10 MG COM X 20 (CICLOBENZAPRINA)	3224	$ 1.352,70	3.479.791,89	0,0380%	97,8601%	80%
774	CONTROLIP 160MG CAP X 30 (FENOFIBRATO)	1728	$ 1.351,24	3.481.143,13	0,0380%	97,8981%	80%
775	S-26 GOLD COMFORT X 400 GR (PROTEIN-CARBO-MINER)	70	$ 1.350,78	3.482.493,91	0,0380%	97,9361%	80%
776	MODIFICAL 4 MG COMP X 10 (ONDASETRON)	733	$ 1.350,06	3.483.843,97	0,0380%	97,9740%	80%
777	FOTOPROTECTOR ISDIN ULTRA SPF 90+ CREMA X 50ML	49	$ 1.342,55	3.485.186,53	0,0378%	98,0118%	80%
778	GALVUS MET 50 MG/1000MG COMP X 56 (VILDAGLIPTINA)	1586	$ 1.341,87	3.486.528,39	0,0377%	98,0495%	80%
779	UMBRAL 150 MG JAB X 60 ML (ACETAMINOFEN)	656	$ 1.341,28	3.487.869,68	0,0377%	98,0872%	80%
780	PREDNICORTEN 50 MG TAB X 30 (PREDNISONA)	739	$ 1.332,24	3.489.201,92	0,0375%	98,1247%	80%
781	GLUCERNA-SR LIQ X 237 ML (PROTEIN-MINER)	546	$ 1.330,54	3.490.532,46	0,0374%	98,1621%	80%
782	OPTIVE SOL OFT -15 ML (CARBOXIMETILCELULOSA, SODICA, GLICERINA)	99	$ 1.329,84	3.491.862,30	0,0374%	98,1995%	80%
783	DECA-DURABOLIN 50 MG AMP (DECANOATO DE NANDROL)	208	$ 1.328,84	3.493.191,14	0,0374%	98,2369%	80%
784	CEFEPIME 1 GR RICHET AMP X 1	138	$ 1.327,29	3.494.518,44	0,0373%	98,2742%	80%
785	VANCOMYCIN 1 GR AMP (VANCOMICINA) HOSPIRA AMERICANO	60	$ 1.324,80	3.495.843,24	0,0373%	98,3115%	80%
786	XOLAIR 150 MG AMP X 2 ML (OMALIZUMAB)	3	$ 1.320,00	3.497.163,24	0,0371%	98,3486%	80%
787	ZANTAC 50 MG AMP X 5 (RANITIDINA)	613	$ 1.319,81	3.498.483,05	0,0371%	98,3857%	80%
788	CHAMPIX TRATAMIENTO COMPLETO CAJA (VARENICLINA) PFIZER	3	$ 1.318,72	3.499.801,77	0,0371%	98,4228%	80%
789	CLINOLEIC 20% X 250 ML	80	$ 1.317,60	3.501.119,37	0,0371%	98,4599%	80%
790	PK-MERZ TAB 100MG X 30 (AMANTADINA)	3871	$ 1.312,31	3.502.431,69	0,0369%	98,4968%	80%
791	STIEVAMYCIN 0.025 % GEL X 30 GR (TRETINOINA-ERITROMICINA)	62	$ 1.309,05	3.503.740,73	0,0368%	98,5336%	80%
792	BINOCLAR 500 MG TAB X 10 (CLARITROMICINA)	1414	$ 1.308,39	3.505.049,13	0,0368%	98,5704%	80%
793	SULFATO DE MAGNESIO 20% X 10 ML	1733	$ 1.306,52	3.506.355,65	0,0367%	98,6071%	80%
794	BUSCAPINA-CTO 20 MG AMP X 1 (METAMI-BUTILBR-HIOSCI)	747	$ 1.305,93	3.507.661,58	0,0367%	98,6438%	80%
795	ADORLAN 25/25 MG COM X 30 (DICLOFENACO SODICO/TRAMADOL)	4810	$ 1.305,06	3.508.966,64	0,0367%	98,6805%	80%
796	DOCETAXEL 20 MG AMP. X 1 (DOCETAXEL)	30	$ 1.303,45	3.510.270,09	0,0367%	98,7172%	80%
797	ALDACTONE 100 MG TAB X 30 (ESPIRONOLACTONA)	1788	$ 1.303,10	3.511.573,19	0,0366%	98,7538%	80%
798	METAGESIC 325/37.5 GR COM X 30 (PARACETAMO-TRAMADOL)	3301	$ 1.302,43	3.512.875,63	0,0366%	98,7905%	80%
799	METICORTELONE 3.0 MG/1ML X 60ML FRUTAS(PREDNISOLONA)	105	$ 1.301,13	3.514.176,76	0,0366%	98,8271%	80%
800	NATELE CAP X 28 (VITAMINAS MINERALES)	3645	$ 1.300,64	3.515.477,40	0,0366%	98,8636%	80%
801	CABERKANA 0.5 MG TAB OJO X 2/8 UNID (CABERGOLINA) 3+1	293	$ 1.300,59	3.516.777,98	0,0366%	98,9002%	80%
802	EPINEFRINA 1 MG LIFE AMP X 10 (ADRENALINA-IM-IV)	2275	$ 1.299,84	3.518.077,82	0,0366%	98,9368%	80%
803	CURAM 625 MG COM X 12 (AMOXICI-ACI CLAVULA)	1400	$ 1.299,46	3.519.377,28	0,0365%	98,9733%	80%
804	PASCOFEMIN SL TROPFEN FCO X 50 ML GOTAS (MEDICAMENTO HOMEOPATICO)	46	$ 1.294,35	3.520.671,63	0,0364%	99,0097%	80%
805	DIPROSPAN 7 MG AMP X 2 ML HYPAK (BETAMETASO-DIPROPIONA-FOSFATO)	230	$ 1.290,55	3.521.962,18	0,0363%	99,0460%	80%
806	GLAUCOTENSIL-T SOL OFT X 5 ML (DORZOLAMID-TIMOLOL)	48	$ 1.289,36	3.523.251,54	0,0363%	99,0823%	80%
807	DOXIFEN DUAL X 1 (MICONAZOL-TINIDAZO)	97	$ 1.273,93	3.524.525,47	0,0358%	99,1181%	80%
808	PHOTODERM MAX SPF 100 FLUIDO X 40 ML	37	$ 1.272,04	3.525.797,51	0,0358%	99,1539%	80%
809	ECITALEX FT 10 MG COM ORODISPERSABLE X 30 UNID (ESCITALOPRAM)	1262	$ 1.270,93	3.527.068,44	0,0357%	99,1896%	80%
810	SECNIDAL 1 GR TAB X 2 (SECNIDAZOL)	649	$ 1.268,93	3.528.337,37	0,0357%	99,2253%	80%
811	DOLONEUROBION 50 MG GRA X 30 (COMPLEJO B-DICLOFENACO)	2445	$ 1.268,41	3.529.605,78	0,0357%	99,2610%	80%
812	TREX 200 MG SUS X 15 ML (AZITROMICINA)	104	$ 1.264,66	3.530.870,44	0,0356%	99,2965%	80%

ANEXO 5. DIAGRAMA DE PARETO 20% VALOR

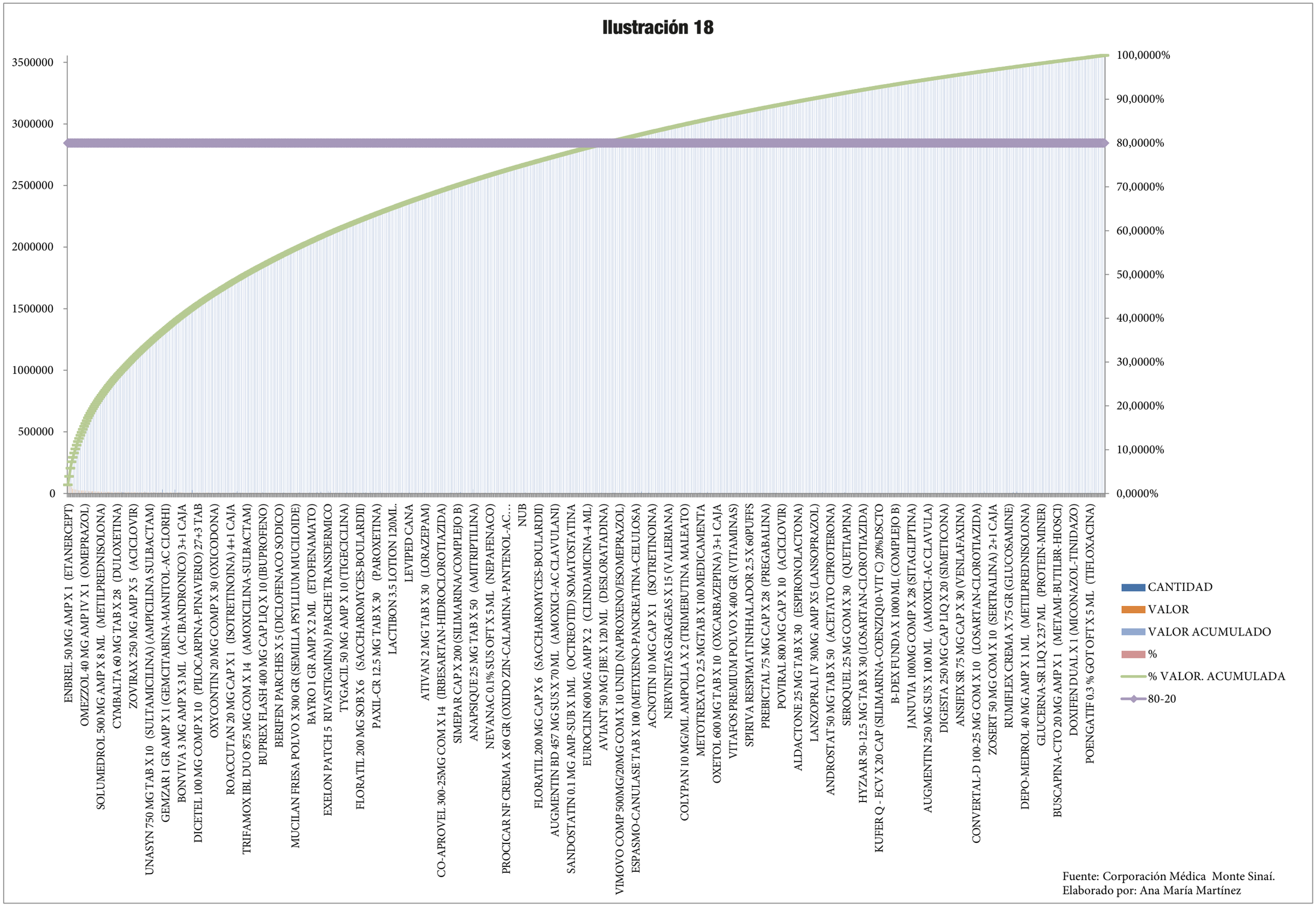
Tabla 26

	DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR	VALOR ACUMULADO	%	% VALOR. ACUMULADA	80-20
813	LANZOPRAL 30 MG SOB X 30 UNID (LANSOPRAZOL)	677	$ 1.262,84	3.532.133,28	0,0355%	99,3320%	80%
814	LIPITOR 80 MG TAB X 10 (ATORVASTATINA)	394	$ 1.261,18	3.533.394,45	0,0355%	99,3675%	80%
815	ACROCEF 1 GR IM AMP X 10 ML (CEFTRIAXONA)	127	$ 1.260,98	3.534.655,44	0,0355%	99,4030%	80%
816	VASOACTIN PLUS 30-100 MG COM X 30 (NIMODIPINO-CITICOLINA)	2235	$ 1.259,10	3.535.914,54	0,0354%	99,4384%	80%
817	CIPROXINA 500 MG TAB X 6 (CIPROFLOXACINA) 20% CANJEAR DIFARE	241	$ 1.258,86	3.537.173,40	0,0354%	99,4738%	80%
818	JEUVIE FCO X 430 GR (COLAGENO HIDROLIZADO)	38	$ 1.258,60	3.538.432,00	0,0354%	99,5092%	80%
819	PANKREOFLAT N 170/80MG X 30 TAB (PANCREATINA/DIMETICONA)	4194	$ 1.257,04	3.539.689,04	0,0354%	99,5445%	80%
820	POENGATIF 0.3 % GOT OFT X 5 ML (TIFLOXACINA)	88	$ 1.255,93	3.540.944,97	0,0353%	99,5799%	80%
821	EUTIROX 0.05 MG COM X 50 (LEVOTIROXINA SODICA)	22784	$ 1.255,51	3.542.200,49	0,0353%	99,6152%	80%
822	WELLBUTRIN XL 300 MG X 30 TABS (BUPROPION CLORHIDRATO)	889	$ 1.250,18	3.543.450,66	0,0352%	99,6503%	80%
823	RECORDERIS COM X 30 UNID (FOSFORO/MG/GINSENG)	3407	$ 1.249,40	3.544.700,07	0,0351%	99,6855%	80%
824	HEPARINA SODICA 25000 UI/ML AMP X 5 ML SANDERSON	168	$ 1.246,22	3.545.946,29	0,0350%	99,7205%	80%
825	CURAM 312.5 MG SUS X 120 ML (AMOXICI-ACI CLAVULA)	84	$ 1.245,20	3.547.191,49	0,0350%	99,7555%	80%
826	ETRON NISTATINA OVULO X 10 (METRONIDA-NISTATINA)	1619	$ 1.244,47	3.548.435,96	0,0350%	99,7905%	80%
827	ZYPREXA 5 MG COMP X 14 (OLANZAPINA)	273	$ 1.242,90	3.549.678,85	0,0350%	99,8255%	80%
828	SUPRADYN INF GOMITAS MASTICABLES X 30 (VITA A,B6,C,D3,AC FOLIC,BIOTINA,NICOTINAM	162	$ 1.242,48	3.550.921,33	0,0349%	99,8604%	80%
829	TOTAL MAGNESIO 528 MG X 60 COMP (CITRATO MAGNESIO) 5+1 CAJA	3310	$ 1.242,43	3.552.163,76	0,0349%	99,8953%	80%
830	TRIMETOPRIMA SULFAMETOXAZOL 80/400MG X 6 AMP (DANFERANE I.V 5ML)	167	$ 1.241,81	3.553.405,57	0,0349%	99,9303%	80%
831	BUPIROP-PESADO 0.5 % AMP X 24 (BUPICAINA)	342	$ 1.240,92	3.554.646,49	0,0349%	99,9652%	80%
832	HAEMACCEL 3.5% X 500 ML SUSTITUTO DEL PLASMA POLIGENINA	89	$ 1.238,51	3.555.885,00	0,0348%	100,0000%	80%
	TOTAL	##########	#########				

Fuente: Corporación Médica Monte Sinaí.

Elaborado por: Ana María Martínez

ANEXO 5. **DIAGRAMA DE PARETO** Gráfico 20% VALOR



Fuente: Corporación Médica Monte Sinaí.
Elaborado por: Ana María Martínez

ANEXO 6. A) CALIFICACIÓN Y EVALUACIÓN A PROVEEDORES

Corporación Médica monte sinai

CALIFICACIÓN Y EVALUACIÓN A PROVEEDORES DE LA CORPORACION MEDICA MONTE SINAI

FECHA DE REALIZACIÓN DEL INFORME:

1. NOMBRE DEL PROVEEDOR:

2. IDENTIFIQUE A QUE EMPRESA DE LA CORPORACIÓN MÉDICA MONTE SINAÍ USTED PROVEE:

AUSTROIMÁGENES ( ) SINAILAB ( ) CEDAPSINAI ( ) SINAIFARM ( )
HOMSI HOSPITAL ( ) SOMEDICA ( ) FUNDACIÓN FE Y SALUD ( )

3. R.U.C./R.I.S.E: .FECHA DE INICIO DE OPERACIONES:

5.REPRESENTANTE COMERCIAL: TÍTULO:

TELF: CARGO:

6. NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL: TELF:

7. NOMBRE DE LOS REPRESENTANTES VENTAS

NOMBRE	DIRECCIÓN	TELEFONO	CELULAR	E-MAIL

8. DOMICILIO DE LA EMPRESA (Si el domicilio fiscal es diferente al anterio

9. PROVINCIA/CIUDAD 10. E-MAIL:

11. TELÉFONO: 12. FAX:

13. UBICACIÓN DE SUCURSALES: 14. No. DE SUCURSALES:

15. ANTIGÜEDAD EN EL DOMICILIO (MATRIZ):

16. Principales productos y servicios que ofrece detallando las marcas del item, según el siguiente formato (Hoja 2)

17. COBERTURA DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS:

LOCAL	ESTATAL	REGIONAL	NACIONAL	INTERNACIONAL

18. ¿Posee su empresa alguna certificación de calidad?

SI	NO

19. Especificar:

Organismo certificador:

No. de registro:

Fecha de expedición:

NOMBRE Y FIRMA DEL SOLICITANTE

LUGAR Y FECHA

EXIGIBLES:

1. Las notas de crédito se deben entregar hasta el 27 de cada mes.
2. La compra de equipos con valor superior a $5000 será respaldada con un contrato.
3. La garantía de funcionamiento de los equipos deberá ser adjuntado al momento de la entrega.
4. Las devolución de producto no conforme se realizará 48 horas después.
5. Devolución de los productos con 2 meses antes de su fecha de caducidad, sin contar el mes en curso.
6. Devolución de productos nuevos por no rotación, 60 días. Devolución por no rotación de otros productos, 6 meses. (Aplica a farmacia).
7. Toda compra de perecibles deberá ser formalizada con un contrato.

Septiembre 2014
Versión 1.0

ANEXO 6. B) Selección y Evaluación de Proveedores

Tabla 27

Corporación Médica monte sinaí

SELECCIÓN Y EVALUACIÓN A PROVEEDORES

Versión 1.0

ago-14

PROVEEDOR	CRITERIOS DE EVALUACIÓN								TOTAL	PORCENTAJE	CALIFICACIÓN
	PRECIO OFERTADO	PLAZO DE CRÉDITO	CUMPLIMIENTO DE ENTREGA (REPOSICIÓN)	TIEMPO DE RESPUESTA A URGENCIAS	CALIDAD DE SERVICIO	TIEMPO DE ENTREGA DE NOTAS DE CRÉDITO SEGÚN LO ACORDADO	CALIDAD DE PRODUCTO	CUMPLIMIENTO EN DEVOLUCIONES			
PONDERACIÓN	10	10	10	10	10	10	10	10			
ALBAN BORJA	8	10	8	10	6	N/A	10	10	62	89%	ACEPTADO
ALEM	4	6	10	2	8	N/A	10	N/A	40	67%	TIEMPO DE MEJORA
ALVAREZ ROSA	6	6	8	2	6	2	10	2	42	53%	TIEMPO DE MEJORA
AUSTROINSUMOS	6	10	8	10	10	10	10	10	74	93%	ACEPTADO
ARCA ECUADOR S.A	10	4	10	N/A	8	N/A	10	N/A	42	84%	ACEPTADO
BALAREZO ROSALINA	8	6	10	10	10	N/A	10	N/A	54	90%	ACEPTADO
BAXTER	10	10	6	10	10	10	10	10	76	95%	ACEPTADO
BIO - IN	10	10	8	2	8	N/A	10	10	58	83%	ACEPTADO
B-BRAUN	10	9	2	2	5	N/A	10	N/A	38	63%	TIEMPO DE MEJORA
CALLE ZHAPAN MARCO	10	4	8	N/A	4	N/A	10	N/A	36	72%	ACEPTADO
CASA MEDICA JORGE PAUTA	4	8 Nivelar crédito con toda la corporación.	8	10	10	10	10	0 No acepta politicas.	60	75%	ACEPTADO
CAROLIMPORT	8	6	8	N/A	10	N/A	10	N/A	42	84%	ACEPTADO

ANEXO 6. B) Selección y Evaluación de Proveedores

Tabla 27

COMERCIAL COELLO	9	8	10	10	8	2	10	10	67	84%	ACEPTADO
COMYCOMEC	10	8	8	10	10	10	10	10	76	95%	ACEPTADO
CORAL HIPERMERCADOS	8	8	6	N/A	6	N/A	10	N/A	38	76%	ACEPTADO
CORPMASTER	8	6	6	2	8	N/A	10	N/A	40	67%	TIEMPO DE MEJORA
CORPOMEDICA	8	10	8	2	8	N/A	10	N/A	46	77%	ACEPTADO
CORMIN	10	6	2	0	8	2	10	2	40	50%	TIEMPO DE MEJORA
CHALVER	10	8	8	2	8	2	10	2	50	63%	TIEMPO DE MEJORA
DACHAFARMA	10	10	8	N/A	4	2	2	10	46	66%	TIEMPO DE MEJORA
DACORCLAY CIA. LTDA.	10	4	10	N/A	8	2	10	2	46	66%	TIEMPO DE MEJORA
DIMIGON	8	4	8	N/A	8	N/A	10	N/A	38	76%	ACEPTADO
DIBEAL	8	8	8	N/A	10	10	10	10	64	91%	ACEPTADO
DIFARE	9	10	10	10	10	10	10	10	79	99%	ACEPTADO
DIPOR	10	6	10	N/A	8	2	10	2	48	69%	TIEMPO DE MEJORA
DISA	8	10	10	10	4	2	10	10	64	80%	ACEPTADO
DISNAC	10	4	8	N/A	8	2	10	2	44	63%	TIEMPO DE MEJORA
DISMEDIC	4	10	10	10	2	2	10	10	58	73%	ACEPTADO
D. CADENA ESPINOSA	9	10	8	10	8	10	10	10	75	94%	ACEPTADO
	8	10	8	10	8	10	10	10	74	93%	ACEPTADO

Corporación Médica monte sinaí

PARÁMETRO DE EVALUACIÓN

Tabla 28

Versión 1.0
ago-14

CRITERIO DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN
PRECIO OFERTADO: 10 PTOS	SE EVALUA DE ACUERDO A COTIZACIONES.

CRITERIO DE EVALUACIÓN	PARÁMETROS	PONDERACIÓN
PLAZO DE CREDITO: 10 PTOS	CONTADO	2
	15 DIAS	4
	30 DIAS	6
	45 DIAS	8
	60 DIAS EN ADELANTE	10

CRITERIO DE EVALUACIÓN	PARÁMETROS	PONDERACIÓN
CUMPLIMIENTO DE ENTREGA: 10 PTOS	24 HORAS	10
	48 HORAS	8
	72 HORAS	6
	96 HORAS	4
	> 96 HORAS	2

CRITERIO DE EVALUACIÓN	PARÁMETROS	PONDERACIÓN
TIEMPO DE RESPUESTA A URGENCIAS: 10 PTOS	SI	10
	NO	2

CRITERIO DE EVALUACIÓN	PARÁMETROS	PONDERACIÓN
CALIDAD DE SERVICIO: 10 PTOS	ASESOR COMERCIAL	2
	ACTUALIZACIÓN DE DATOS	2
	SERVICIO POST VENTA	2
	GARANTÍA DE TRANSPORTE	2
	DISPONIBILIDAD DE INVENTARIO	2

CRITERIO DE EVALUACIÓN	PARÁMETROS	PONDERACIÓN
CUMPLIMIENTO DE ENTREGA DE NOTAS DE CRÉDITO SEGÚN LO	SI	10
	NO	2

CRITERIO DE EVALUACIÓN	PARÁMETROS	PONDERACIÓN
CALIDAD DE PRODUCTO:	CUMPLE REQUERIMIENTOS	10
	NO CUMPLE REQUERIMIENTOS	2

CRITERIO DE EVALUACIÓN	PARÁMETROS	PONDERACIÓN
CUMPLIMIENTO EN DEVOLUCIONES:	SI	10
	NO	2

	CALIFICACIÓN	PORCENTAJE
CALIFICACIÓN DE PROVEEDORES	ACEPTADO	>= 70%
	TIEMPO DE MEJORA (3 MESES)	>= 50%
	NO ACEPTADO	<= 49%

farmacias sinaí

ANEXO 7. Rotación PMC

Tabla 29

PLAN DE MEDICACIÓN CONTINUA (UNIDADES) 2014		
DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR
EUTIROX 25 MG TAB X 50 (LEVOTIROXINA) 100+10 TAB	26201	$ 1.223,64
DUSPATALIN RETARD 200MG X 30 CAPS (MEBEVERINA HCL) SCHERING ECUATORIANA 27+3 TAB	17795	$ 9.342,91
CARDIOASPIRINA 100 MG COM X 30 (3+1 CAJA) (AC ACETILSALICILICO)	10771	$ 2.887,92
EUTIROX 75 MG COM X 50 (LEVOTIROXINA SODICA) 100+10 TAB	10724	$ 885,03
KUFER-Q RECARGADO CAP X 30(SILIMARINA-COENZI Q10) 20%DSCTO	8454	$ 5.927,27
DICETEL 100 MG COMP X 10 (PILOCARPINA-PINAVERIO) 27+3 TAB	7716	$ 7.077,77
VALCOTE ER 500MG TAB X 30 (DIVALPROATO SODICO) 30+3 TAB	7275	$ 6.313,40
NEXITO 10 MG COM X 10 (ESCITALOPRAM) 2+1 CAJA	7164	$ 8.409,07
BETASERC 24 MG TAB X 20 (BETAHISTINA) 37+3 TAB	7159	$ 8.145,58
FENOFIKAN 160MG CAP X 20 (FENOFIBRATO) 3+1	5438	$ 3.166,61
TECTA 40MG TAB X 14 (PANTOPRAZOL) 3+1 CAJA	5029	$ 10.100,52
SINDROMETA CAP X 30 (COENZIMA Q10/RESVERATROL) 20%DSCTO	4620	$ 2.723,39
EUTIROX 125 MG COM X 50 (LEVOTIROXINA SODICA) 100+10 TAB	4529	$ 458,28
ANGIOTEN 50 MG TAB X 20 (LOSARTAN) 2+1 CAJA	4316	$ 2.494,51
GLUCOFAGE-XR 500 MG TAB X 30 (METFORMINA) 60+5 TAB	4309	$ 2.301,12
NEOGAIVAL 3 MG COM X 20 (ESZOPICLONA) 3+1 CAJA	4256	$ 2.091,71
GLUCOFAGE-XR 750 MG TAB X 30 (METFORMINA) 60+5 TAB	3935	$ 2.806,43
ORLIFIT 120 MG CAP X 30 (ORLISTAT) 2+1 CAJA	3723	$ 2.764,20
ATORVASTATINA 40 MG LA SANTE TAB X 10 2+2 CAJAS	3662	$ 7.192,76
ANGIORETIC 50-12.5 MG TAB X 20 (LOSARTA-HIDROCLOROTIA) 2+1 CAJA	3522	$ 1.950,62
GLUCOVANCE 500/5 MG CAP X 30 (METFORMINA-GLIBENCLAMIDA) 60+15 TAB	3475	$ 1.156,78
OLEANZ 5 MG TAB X 10 (OLANZAPINA) 3+1 CAJA	3463	$ 11.428,37
TOTAL MAGNESIO 528 MG X 60 COMP (CITRATO MAGNESIO) 5+1 CAJA	3310	$ 1.242,43
DARISEC 7.5 MG COMP X 30 UNID (DARIFENACINA 5+1 CAJA	3270	$ 3.791,49
VALCOTE ER 250MG TAB X 30 (DIVALPROATO SODICO) 30+3 TAB	3239	$ 1.501,85
GLUCOFAGE 500 MG TAB X 60 (METFORMINA) 120+10 TAB	3180	$ 916,26
NEXITO 20 MG COM X 10 (ESCITALOPRAM) 2+1 CAJA	3030	$ 6.849,70
OLEANZ 10 MG TAB X 10 (OLANZAPINA) 3+1 CAJA	3019	$ 15.287,34
VITAVANTAGE TAB X 30 20%DSCTO (HIERRO-C-E-B-ACI FOLIC-CALCIO-MINER)	2730	$ 992,36
SIMARIN Q 140 MG X 20 CAP (SILIMARINA+COQ+COMP B) 2+1 CAJA	2662	$ 1.070,22
OXETOL 600 MG TAB X 10 (OXCARBAZEPINA) 3+1 CAJA	2637	$ 2.126,03
E-ZENTIUS 20 MG COM X 28 (ESCITALOPRAM) 3+1 CAJA	2592	$ 6.409,47
GLUCOFAGE 850 MG TAB X 60 (METFORMINA) 120+10 TAB	2591	$ 835,47
TIROXIN 88 TAB X 50 (LEVOTIROXINA) (1+1 CAJA)	2590	$ 239,09
GLUCOFAGE 1000 MG TAB X 30 (METFORMINA) 60+5 TAB	2474	$ 1.022,53
ANGIORETIC FORTE 100-25 MG TAB X 20 (LOSARTA-HIDROCLOROTIA) 2+1 CAJA	2461	$ 2.348,27
PRADAXA 110 MG CAP X 30 (DABIGATRAN ETEXILATO) 2+1 CAJA	2433	$ 7.613,83
PRADAXA 150 MG CAP X 30 (DABIGATRAN ETEXILATO) 2+1 CAJA	2399	$ 3.800,62
SUPRIMAL500MG (MESALAZINA)TAB X 50 (5+1 TAB)	2380	$ 2.301,24
OXETOL 300 MG TAB X 20 (OXCARBAZEPINA) 3+1 CAJA	2368	$ 1.065,06
LOSARTAN POTASICO 50 MG LA SANTE COM X 30 2+1 CAJAS	2329	$ 399,43
VITAFEM COMP X 30 (VITAMINAS/NUTRIENTES) 2+1 CAJA	2240	$ 1.071,20
LUVOX 100 MG GRAGEAS X 15 (FLUVOXAMINA) 28+2 TAB	2238	$ 3.236,15
LIPIDIL 200 MG CAP X 20 (FENOFIBRATO) 36+4 TAB	2117	$ 1.512,08
GEMFIBROZILO 600 MG LA SANTE COM X 20 . 1+1 CAJA	2110	$ 490,82
KUFER Q - ECV X 20 CAP (SILIMARINA-COENZIQ10-VIT C) 20%DSCTO	2041	$ 1.664,65
NUTRALOGICS TABX 30 (C-E-B-ACI FOL-CALC-MIN-HIER) 20%DSCTO	2040	$ 463,61
TIROXIN 50 TAB X 50 (LEVOTIROXINA) (1+1 CAJA)	2027	$ 131,50
PAROTEN 20 MG TAB X 10 /20UND(PAROXETINA) 2+1 CAJA	2000	$ 1.976,31
ATORVASTATINA 20 MG LA SANTE TAB X 10 2+2 CAJAS	1979	$ 2.271,50
NEOGAIVAL 2 MG COM X 20 (ESZOPICLONA) 3+1 CAJA	1976	$ 971,97
TRAYENTA DUO 2.5 MG/500 MG COM X 60 (LINAGLIPTINA/METFORMINA) (1+1 TARJETA)	1902	$ 1.355,80
GOVAL 1 MG COM X 20 (RISPERIDONA) 3+1 CAJA	1781	$ 1.399,52
GLUCOVANCE 500/2.5 MG CAP X 30 (METFORMINA-GLIBENCLAMIDA) 60+15 TAB	1730	$ 467,85
EUTIROX 150 MG TAB X 50 (LEVOTIROXINA) 100+10 TAB	1714	$ 265,46

DOCTOR ROMEL MACHADO CLAVIJO,

SECRETARIO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACION

DE LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY,

C E R T I F I C A:

Que, el H, Consejo de Facultad de Ciencias de la Administración en sesión del 27 de junio de 2014, conoció la petición de la señorita **ANA MARIA MARTINEZ COELLO (48234)** que denuncia su trabajo de titulación denominado: **"ESTRATEGIAS PARA LA POTENCIALIZACION DE LAS VENTAS EN FARMACIAS, APLICADO A SINAIFARM"**, presentado como requisito previo a la obtención del Grado de Ingeniera Comercial. El Consejo acoge el informe de la Junta Académica y aprueba la denuncia. Designa como Directora de dicho trabajo a la ingeniera María Elena Castro y como miembros del Tribunal Examinador a los ingenieros Marco Ríos Ponce y Francisco Ampuero Velázquez; De conformidad con la disposición general tercera del Reglamento de Régimen Académico, los peticionarios tienen un plazo equivalente a dos períodos académicos ordinarios (semestres) para desarrollar y terminar su trabajo de titulación, esto es hasta el 27 de junio de 2015.-

Cuenca, junio 27 de 2014

UNIVERSIDAD DEL AZUAY
FACULTAD DE ADMINISTRACION
SECRETARIA

farmacias sinai