



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

**UNIDAD ACADÉMICA CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
COMERCIALES**

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADOS, MENCIÓN EN GESTIÓN EMPRESARIAL**

TÍTULO DEL PROYECTO:

**IMPLEMENTACIÓN DE UNA DISTRIBUIDORA DE INSUMOS Y
EQUIPOS MÉDICOS EN EL CANTÓN MILAGRO**

AUTORES:

Franco Yépez Wendy Narcisa

López Díaz Raúl Alejandro

TUTORA:

Econ. Rosa Espinoza

MILAGRO, JULIO 2012

ECUADOR

ACEPTACION DEL TUTOR

Por la presente hago constar que he analizado el proyecto de grado presentado por la Srta. Wendy Narcisa Franco Yépez y el Sr. Raúl Alejandro López Díaz, para optar al título de Licenciados en Gestión Empresarial y que acepto tutoriar a los estudiantes, durante la etapa de desarrollo del trabajo hasta su presentación, evaluación y sustentación.

Milagro, a los días del mes de del 2012

Tutora:

Econ. Rosa Espinoza

Firma de tutora

DECLARACION DE AUTORIA DE LA INVESTIGACION

Nosotros, Franco Yépez Wendy Narcisa y López Díaz Raúl Alejandro egresados de la carrera de Licenciatura en Gestión Empresarial, autores de esta investigación declaramos ante el Consejo Directivo de la Unidad Académica Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro, que el trabajo presentado es de nuestra propia autoría, no contiene material escrito por otra persona, salvo el que esta referenciado debidamente en el texto; parte del presente documento o en su totalidad no ha sido aceptado para el otorgamiento de cualquier otro Título o Grado de una institución nacional o extranjera.

Milagro, a los días del mes de del 2012

Wendy Narcisa Franco Yépez

CI: 0927158105

Raúl Alejandro López Díaz

CI:0926479460

CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA

EL TRIBUNAL CALIFICADOR previo a la obtención del título de Licenciados en Gestión Empresarial otorga al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones:

MEMORIA CIENTIFICA ()

DEFENSA ORAL ()

TOTAL ()

EQUIVALENTE ()

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

PROFESOR DELEGADO

PROFESOR SECRETARIO

DEDICATORIA

Dedico este proyecto a mi madre que con su esfuerzo me ha dado todo lo que tengo, por toda su paciencia y apoyo incondicional que siempre me ha dado para salir adelante en cada etapa de mi vida, a mi hermana por ayudarme cuando necesitaba. También a la memoria de mi padre, abuelos y a mis tíos que siempre estuvieron pendientes de que no me falte nada.

Franco Yépez Wendy

DEDICATORIA

Esta tesis va dedicada con mucho amor para mis padres quienes con su esfuerzo, dedicación, ejemplos y excelentes consejos supieron guiarme de la mejor manera en el largo camino que me llevo hasta este momento de mi vida, estoy seguro que sin su apoyo no solo económico sino también moral y más que nada espiritual, nada de lo que hoy es seria posible.

López Díaz Alejandro

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios porque ha hecho de mí una persona de bien, que me ha sabido guiar y cuidar en cada momento de mi vida, por su amor porque me permitió seguir adelante ante las adversidades y siempre tener el control de mi vida.

También expresar mi gratitud a las personas que me han brindado su apoyo desinteresadamente haciéndome sentir parte de ellas.

Franco Yépez Wendy

AGRADECIMIENTO

Este trabajo de tesis de grado va dedicado primeramente a Dios, a mis padres por sus ganas y apoyo para que yo sea un profesional, Expreso mi eterna gratitud a mis distinguidos maestros universitarios que con infinita bondad supieron brindarnos toda su sabiduría, para hacer de nosotros seres dignos y capaces de contribuir con nuestra patria , a todos mis compañeros los cuales han sido un pilar fundamental, a mis abuelos que desde el cielo me bendijeron para que yo pueda lograr el tan anhelado título.

Agradezco a la Econ. Rosa Espinoza por sus numerosas horas que ocupo en ayudarnos a desarrollar cada capítulo de esta tesis.

López Díaz Raúl

CESION DE DERECHOS DE AUTOR

Licenciado.

Msc. Jaime Orozco Hernández

Rector de la Universidad Estatal de Milagro

Presente.

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor del Trabajo realizado como requisito previo para obtención de mi Título de tercer Nivel, cuyo teme fue IMPLEMENTACION DE UNA DISTRIBUIDORA DE INSUMOS Y EQUIPOS MEDICOS EN EL CANTON MILAGRO y que corresponde a la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales.

Milagro, de del 2012

Wendy Narcisa Franco Yépez

CI: 0927158105

Raúl Alejandro López Díaz

CI: 0926479460

INDICE GENERAL

Caratula	
Certificado de aprobación del tutor	i
Declaración de autoría de investigación	ii
Certificación de la defensa	iii
Dedicatoria	iv
Agradecimiento	v
Cesión de derechos de autor	vi
Índice	vii
Resumen	xiii
Abstract	xiv
INTRODUCCION	1
CAPITULO I EL PROBLEMA	
1.1 Planteamiento del problema	2
1.1.1 Problematización	2
1.1.2 Delimitación del problema	3
1.1.3 Formulación del problema	3
1.1.4 Sistematización del problema	3
1.1.5 Determinación del problema	4
1.2 Objetivos	4
1.2.1 Objetivo General	4
1.2.2 Objetivos específicos	4
1.3 Justificación	4
1.3.1 Justificación de la investigación	4
CAPITULO II MARCO REFERENCIAL	
2.1 Marco teórico	6
2.1.1 Antecedentes históricos	6
2.1.2 Antecedentes referenciales	7
2.2 Marco conceptual	17
2.3 Hipótesis y variables	19
2.3.1 Hipótesis general	19
2.3.2 Hipótesis particulares	19
2.3.3 Declaración de variables	19
2.3.4 Operacionalización de las variables	20

CAPITULO III MARCO METODOLOGICO

3.1 Tipo y diseño de la investigación y su perspectiva general	21
3.2 La población y la muestra	21
3.2.1 Características de la población	21
3.2.2 Delimitación de la población	22
3.2.3 Tipo de muestra	22
3.2.4 Tamaño de la muestra	22
3.2.5 Proceso de selección	23
3.3 Los métodos y las técnicas	23
3.4 Tratamiento estadístico de la información	24

CAPITULO IV ANALISIS E INTERPRETACION DE LOS RESULTADOS

4.1 Análisis de la situación actual	25
4.2 Análisis comparativo, evolución, tendencia y perspectivas	34
4.3 Resultados	36
4.4 Verificación de hipótesis	36

CAPITULO V PROPUESTA

5.1 Tema	38
5.2 Fundamentación	39
5.3 Justificación	39
5.4 Objetivos	40
5.4.1 Objetivo general de la propuesta	40
5.4.2 Objetivos específico de la propuesta	40
5.5 Ubicación	40
5.6 Factibilidad	42
5.7 Descripción de la propuesta	43
5.7.2 Recursos, análisis financiero	67
5.7.3 Impacto	75
5.7.4 Cronograma	76
5.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta	76
CONCLUSIONES	78
RECOMENDACIONES	78
BIBLIOGRAFIA	79
ANEXOS	

INDICE DE CUADROS

Contenido

Cuadro 1 Hipótesis y variables	19
Cuadro 2 Operacionalización de las variables	20
Cuadro 3 Pregunta 1	25
Cuadro 4 Pregunta 2	27
Cuadro 5 Pregunta 3	28
Cuadro 6 Pregunta 4	29
Cuadro 7 Pregunta 5	30
Cuadro 8 Pregunta 6	31
Cuadro 9 Pregunta 7	32
Cuadro 10 Pregunta 8	33
Cuadro 11, 12, 13,14 Análisis comparativos	34-35
Cuadro 15 Hipótesis general	36-37
Cuadro 16 Foda	47
Cuadro 17 Fuerza de Porter	49

Cuadro 18	
Marketing mix	50
Cuadro 19	
Producto	51-52
Cuadro 20	
Distribución de precios	53-54
Cuadro 21	
Organigrama de la empresa	58
Cuadro 22	
Variables	67
Cuadro 23	
Detalle de activos	67
Cuadro 24	
Inversión del proyecto	67
Cuadro 25	
Tabla de amortización	68
Cuadro 26	
Detalle de gastos	70
Cuadro 27	
Detalle de costo de venta	71
Cuadro 28	
Estado de resultado	72
Cuadro 29	
Flujo de caja proyectado	72
Cuadro 30	
Balance general	73
Cuadro 31	
Índices financieros	73
Cuadro 32	
Tasa de descuento	73

Cuadro 33	
Tasa interna de retorno	73
Cuadro 34	
Ratios financieros	74
Cuadro 35	
Punto de equilibrio	74
Cuadro 36	
Capital de trabajo	74
Cuadro 37	
Cronograma	76

INDICE DE FIGURAS

Contenido

Figura 1	
Pregunta de encuesta 1	25
Figura 2	
Pregunta de encuesta 2	27
Figura 3	
Pregunta de encuesta 3	28
Figura 4	
Pregunta de encuesta 4	29
Figura 5	
Pregunta de encuesta 5	30
Figura 6	
Pregunta de encuesta 6	31
Figura 7	
Pregunta de encuesta 7	32
Figura 8	
Pregunta de encuesta 8	33

Figura 9	
Croquis de la ubicación	41
Figura 10	
Vista satelital del sitio	41
Figura 11,15	
Logotipo de la empresa	55-58
Figura 12	
Afiche publicitario	56
Figura 13	
Jarra promocional	57
Figura 14	
Agenda	57
Figura 16	
Organigrama	59

RESUMEN

La aplicación de este proyecto es importante, ya que para este campo laboral no es suficiente ir adquiriendo conocimientos en cuanto a la prevención de enfermedades o especializarse en una rama específica aunque si es de mucha importancia, sino también conocer sobre los avances y cambios que se dan en la parte de equipamiento médico y aprender sobre el uso de los equipos para ser utilizados de la manera correcta y así brindar confianza y seguridad a los pacientes. Actualmente el área de salud ha ido mejorando pero aún falta mucho por hacer, ya que a veces no se cuenta con un equipo que sea apto para cada procedimiento y que se pueda facilitar el trabajo al médico. Con la investigación de este proyecto se busca ayudar no solo a médicos sino también a las personas en general, para que nuestra ciudad cuente con buenas clínicas, hospitales, dispensarios, centros de salud y laboratorios de alto nivel y tecnología avanzada. De ahí que en el presente trabajo se detalla la aceptación y la necesidad de una distribuidora de insumos y equipos médicos, estudiándose muy minuciosamente todo lo necesario para su realización, proyectándose al buen cuidado de la salud de los pacientes.

ABSTRACT

The implementation of this project is important because this field of work is not enough to be acquiring knowledge about disease prevention or specialize in a specific branch, although it is of great importance, but also learn about the advances and changes given in the medical equipment and learn about the use of equipment for use in the right way and so provide confidence and safety to patients. Currently the airline has improved health but still much to do, because sometimes we do not have a computer that is suitable for each procedure and which can facilitate the work the doctor. With the investigation of this project is to help not only medical but also people in general, so that our city has good clinics, hospitals, dispensaries, health centers and high-level laboratories and advanced technology. Hence in this paper details the acceptance and the need for a distributor of medical supplies and equipment, studying very carefully all that is necessary for its completion, projected to good health care of patients.

INTRODUCCION

El área médica a lo largo de estos años ha tenido avances importantes, los cuales han permitido a los profesionales de la ciencia a descubrir nuevas enfermedades y de la misma manera la cura para ellas, así mismo ha ido evolucionado los equipos e insumos que permiten al especialista realizar un excelente trabajo diagnóstico, y tratamiento oportuno. Gracias a la tecnología hoy podemos ser partícipes de estos avances, considerando que la salud es lo primordial, pero no es del todo posible y por esto se busca mejorar la situaciones que se han venido dando, debido a que muchos centros médicos no cuentan con el equipamiento adecuado para poder brindar la ayuda necesaria a sus pacientes, originando desconfianza y a su vez el traslado de pacientes a otra ciudad por la situación de no tener un buena área de cirugía, cuidados intensivos y de emergencias, entre otras. En la actualidad se requiere de centros médicos, hospitales, clínicas, laboratorios que cumplan con las expectativas y necesidades de los pacientes mediante un servicio de calidad, seguridad para el paciente. Es por este motivo que nos vemos interesados en investigar sobre el tema y brindar a los médicos de Milagro y sus alrededores los recursos necesarios para poder abastecerse de toda una gama de equipos que en la actualidad tienen un mejor desempeño para la recuperación de los pacientes y poder ser eficaces en su trabajo.

CAPITULO I

EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1 Problematización

El cantón Milagro se encuentra ubicado a 45 minutos de la ciudad de Guayaquil, es una ciudad importante por su cercanía con zonas agroindustriales y su desarrollo productivo crece a pasos agigantados, tiene una población aproximada de 166.634 habitantes de los cuales el 40% de ellos son flotante, es decir que viven en los recintos aledaños que acuden al cantón para realizar sus actividades comerciales.

En el cantón Milagro no existe un lugar que cumpla con las normas o reglamentos que exige el Ministerio de Salud Pública, como es en el área de cirugía donde muchas ocasiones los médicos tienen equipos obsoletos, sin que haya un control de los mismos por parte de las autoridades correspondientes, también hay que considerar que muchas clínicas no tienen una sala de cuidados intensivos, de emergencia, en donde sus pacientes puedan tener una recuperación mejor con los equipos necesarios.

En el cantón tanto en el área urbana como en la parte rural o suburbio no se cuenta con clínicas, laboratorios, dispensarios que estén surtidos con insumos y equipos para así ofrecer un buen servicio y cuidado para los pacientes en general que acuden a estos lugares a tratarse, hemos sido participes de muchas experiencias de personas que han tenido que ser trasladadas a otra ciudad por no contar con los equipos necesarios, por no tener ambulancias meramente equipadas, uci (unidad de cuidados intensivos), sala de emergencias en donde hay muchas falencias.

La idea de distribución de equipos médicos surge para que de esta manera el médico pueda mejorar su consultorio, clínica, dispensario, laboratorio, hospital.

Brindando confianza a sus pacientes que buscaran no solo poder atenderse donde un buen médico sino que se sentirá seguro cuando se encuentre frente a un examen, cirugía, diagnóstico con equipos de óptima calidad, nuevos y avanzados tecnológicamente.

1.2 Delimitación del problema

País: Ecuador

Región: Costa

Provincia: Guayas

Ciudad: Milagro

Sector: Comercial

Espacio: Este proyecto está dirigido a médicos, laboratoristas y personas relacionadas con el ámbito de la salud.

Tiempo: Se tomará en cuenta los datos de los últimos 5 años.

1.1.3 Formulación del problema

¿Cuál es la causa por la cual no existe una empresa dedicada a la distribución de insumos médicos en el Cantón Milagro?

1.1.4 Sistematización del problema

¿De qué manera afecta a los pacientes la falta de una distribuidora de insumos médicos?

¿Por qué razón no existe el interés en los inversionistas la implementación de una distribuidora de insumos médicos?

¿Cuáles son los factores que influyen en los médicos para que exista la necesidad de una distribuidora de insumos médicos?

¿La falta de una distribuidora de insumos médicos genera altos costos en los mismos?

1.1.5 Determinación del tema

Estudio de factibilidad para la implementación de una distribuidora de insumos y equipos médicos en el cantón Milagro.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo General

Realizar un estudio de mercado de la red hospitalaria (centros o sub centros médicos públicos o privados) de Milagro, para establecer la necesidad de la implementación de una distribuidora de insumos médicos que brinden un servicio oportuno y a bajo costo.

1.2.2 Objetivos específicos

- Determinar si el abastecimiento oportuno de insumos médicos mejora la atención de los centros de salud a los pacientes
- Determinar los factores que inciden en la inversión para la comercialización de insumos y equipos médicos.
- Investigar el tamaño de la demanda de insumos médicos en la localidad.
- Analizar la incidencia que ocasiona un incorrecto traslado de los equipos médicos.

1.3 Justificación

1.3.1 Justificación de la Investigación

Este proyecto busca que la atención y servicio para los ciudadanos mejore, porque no basta que el médico se actualice solo en conocimientos sino también que vaya cambiando y actualizando con los avances que se van dando en equipos médicos, sabiendo que tiene una responsabilidad grande en sus manos como es la vida de su paciente.

Brindando una atención personalizada a cada médico, enfermera, anesthesiologo, laboratoristas, ofreciendo un servicio de calidad y con la capacitación correspondiente para el buen manejo de los insumos y equipos y con garantía técnica de los mismos. Con esta idea se pretende que este mercado se abastezca de sus implementos de trabajo de acuerdo a cada área o especialización que tenga para la debida atención a las personas.

Con este proyecto se lograra que los médicos tengan a su alcance lo necesario para realizar su respectiva labor, para que en un futuro no tenga inconvenientes que lamentar, cuente con una buena infraestructura y equipamiento en su lugar de trabajo.

Se ayudará a que las personas se sientan tranquilas y saber que nuestras clínicas, hospitales, etc. Cuentan con lo requerido para cubrir cualquier emergencia que se presentan.

CAPITULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO TEÓRICO

2.1.1 Antecedentes históricos

El Cantón Milagro cuenta con una población de más de 166.634 habitantes¹, el 80% de los cuales habita dentro del perímetro urbano y el 20% restantes, vive en las zonas rurales. Se estima que de la población que habita en el centro urbano, más del 60% habita en zonas consideradas urbano-marginales.

Uno de los principales problemas que afronta tanto la población que habita en las zonas urbano-marginales como rurales, es el acceso limitado a servicios de salud integral, esto debido a tres principales causas:

Equipamientos en salud y recursos humanos existentes son insuficientes para cubrir con la demanda del cantón. Las familias, que habitan en las zonas antes descritas, tienen bajos ingresos económicos. Familias que habitan en estas zonas no asumen la salud como un aspecto prioritario en sus vidas.

En cuanto al primer punto, el Cantón Milagro cuenta con 8 centros de salud con internación:(públicos 2 y privados 6) con un total de 209 camas. Además cuenta con 13 centros sin internación, 3 dispensarios médicos y 9 sub-centros de salud. El número de médicos en todos estos centros y unidades es de 101 (Ministerio de Desarrollo Social, 2012) Esto significa que existe 0,4 establecimientos con internación, 1,65 establecimientos de atención, 10,45 camas y 5,05 médicos por cada 10.000habitantes.

De lo señalado anteriormente, es visible que la demanda en cuanto capacidad de uso que necesita Milagro es de 1200 camas, entonces el déficit es de 991 camas, es decir del 83%. Por otro lado, la demanda en salud del cantón Milagro exige la atención de 1000 médicos, por lo que existe un déficit de 899 médicos es decir del 90%. El

¹ (Milagro, 2011) Según consta en el Departamento de Avalúos y Catastro del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Milagro

equipamiento y los recursos existentes, solo alcanzan a cubrir el 30% de la demanda total en salud, en circunstancias normales.

Una de las principales causas de todo esto, son los limitados recursos con los que cuenta el Ministerio de Salud Pública, que no permiten implementar nuevos equipamientos en salud, ni contratar el personal médico necesario para cubrir la demanda, de hecho, difícilmente cubre la operación y mantenimiento del equipamiento y recurso humano existente. Sin embargo, también existen otras causas que limitan la atención de la población con el equipamiento y recursos existentes como son: a) la falta de coordinación interinstitucional de quienes ofertan servicios de salud, no permitiendo, entre otras cosas, optimizar los recursos existentes y mejorar la calidad y cobertura de atención. Además, implementar un sistema de información que permita medir los logros y los alcances en materia de salud; y b) el modelo tradicional en que se sigue rigiendo el Sistema de Atención en Salud, que no permite innovar procesos y procedimientos que dinamicen e involucren a la comunidad.

2.1.2 Antecedentes referenciales

Las empresas en el país que se dedican a la comercialización, instalación y distribución de equipos médicos hospitalarios en el ya tiene una larga trayectoria siendo líderes en este campo, es así como en la ciudades principales podemos notar de reconocidas distribuidora tales como INSUMEDIC, FINETOP S.A., ESKEGROUPS.A, KROBALTO, ABAMEDYS, PROMEDICO, MAXOMO MEDICAL entre otras; estas empresas cuenta con experiencia y trayectoria lo cual ha permitido que forme una estructura sólida, capaz de atender clientes de todo nivel, desde Hospitales Públicos y Privados hasta Clínicas y Consultorios Médicos. Algunas de ellas poseen equipos de ventas calificado y capacitado para asesorar y solucionar las necesidades en lo referente a las áreas de Rehabilitación física, Cirugía, Quirófano, Electromedicina, Diagnóstico y Terapia Respiratoria. Comercializando equipos, instrumental e insumos médicos de marcas reconocidas mundialmente provenientes de Alemania, Estados Unidos, Italia, Japón, Argentina, España y aprobadas por las más importantes federaciones médicas.

Los servicios que se ofrecen en distribuidoras del país son (PROMEDICO S.A., 2012):

- Equipamientos de Hospitales, clínicas y consultorios médicos.
- Insumos médicos desechables.
- Equipos para ginecología y pediatría
- Suministros de Oxígeno.
- Implementos de Ortopedia.

Las distribuidoras que generan una competencia potencial son las que se encuentran ubicadas en la ciudad de Guayaquil por ser las que se encuentra cerca de la localidad Milagreña.

MARCO LEGAL

Según el Art. 94, de la Ley de Compañías² “La Compañía de responsabilidad limitada es la que se solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva,”.

Teniendo en cuenta este concepto una de las decisiones más importantes para la creación de una empresa está la determinación de una compañía que está registrada. La distribuidora de insumos médico Cía. Ltda. Será constituida como una empresa de responsabilidad limitada.

Número de Socios:

“La compañía de responsabilidad limitada es siempre mercantil. El mínimo de socios es tres y el máximo quince”, basándonos en este concepto concluimos que para iniciar las actividades de La distribuidora de insumos médico Cía. Ltda. Se recurrirá al pedido de aporte de tres socios.

² LEY DE COMPAÑIAS Codificación No. 000. RO/ 312 de 5 de noviembre de 1999.

Nombre de la empresa:

El nombre de nuestra empresa será Distribuidora de Insumos Médicos Cía. Ltda. Y esta se registrará por los principios de propiedad y de inconfundibilidad o peculiaridad, según lo dicta el Art. 16 de la Ley de Compañías.

Razón social:

La razón social de nuestra empresa es brindar el servicio de La distribuidora de insumos médico acogiéndose a lo expedido en el Art. 94 de la Ley de Compañías que nos dice que toda empresa de responsabilidad limitada podrá tener como finalidad las realizaciones de toda clase de actos civiles o de comercio.

Codificación Y Reformas A La Ley Del Registro Único De Contribuyentes

Art. 3.- De la Inscripción Obligatoria.- (Reformado por el Art. 4 de la Ley 63, R.O. 366, 30-I-90).- Todas las personas naturales y jurídicas entes sin personalidad jurídica, nacionales y extranjeras, que inicien o realicen actividades económicas en el país en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos que generen u obtengan ganancias, beneficios, remuneraciones, honorarios y otras rentas sujetas a tributación en el Ecuador, están obligados a inscribirse, por una sola vez, en el Registro Único de Contribuyentes. Si un obligado a inscribirse no lo hiciere, en el plazo que se señala en el artículo siguiente, sin perjuicio a las sanciones a que se hiciere acreedor por tal omisión, el Director General de Rentas asignará de oficio el correspondiente número de inscripción. También están obligados a inscribirse en el Registro Único de Contribuyentes, las entidades del sector público; las Fuerzas Armadas y la Policía Nacional; así como toda entidad, fundación, cooperativa, corporación, o entes similares, cualquiera sea su denominación, tengan o no fines de lucro. Los organismos internacionales con oficinas en el Ecuador; las embajadas, consulados y oficinas comerciales de los países con los cuales el Ecuador mantiene relaciones diplomáticas, consulares o comerciales, no están obligados a inscribirse en el Registro Único de Contribuyentes, pero podrán hacerlo si lo consideran conveniente.

Art. 4.- De la inscripción.- La inscripción a que se refiere el artículo anterior será solicitada por las personas naturales, por los mandatarios, representantes legales o apoderados de entidades, organismos y empresas, sujetas a esta Ley, en las Oficinas o dependencias que señale la administración preferentemente del domicilio fiscal del obligado.

Las personas naturales o jurídicas que adquieran la calidad de contribuyentes o las empresas nuevas, deberán obtener su inscripción dentro de los treinta días siguientes al de su constitución o iniciación real de sus actividades según el caso y de acuerdo a las normas que se establezcan en el Reglamento.

Aquellos contribuyentes, personas naturales que desarrollen actividades como empresas unipersonales, y que operen con un capital en giro de hasta S/.10.000, serán consideradas únicamente como personas naturales para los efectos de esta Ley. En todo caso, la Dirección General de Rentas, deberá, de conformidad con lo prescrito en el Reglamento, calificar estos casos.

La solicitud de inscripción contendrá todos los datos que sean requeridos, y que señale el Reglamento y se presentarán en los formularios oficiales que se entregarán para el efecto.

En caso de inscripciones de oficio la administración llenará los formularios correspondientes.

Art. 5.- Del Número de Registro.- La Dirección General de Rentas, establecerá, el sistema de numeración que estime más conveniente para identificar a las personas jurídicas, entes sin personalidad jurídica, empresas unipersonales, nacionales y extranjeras, públicas o privadas.

Para las personas naturales, que no constituyan empresas unipersonales, el número de identificación tributaria estará dado por el número de la cédula de identidad y/o ciudadanía.

Art. 7.- Del Otorgamiento del Número de Registro.- A la presentación de la solicitud se otorgará el número de inscripción, mediante un certificado de inscripción. Igual procedimiento se observará en el caso de inscripciones de oficio.

Art. 8.- De la Intransferibilidad del Certificado de Inscripción.- El certificado de inscripción con el número de identificación tributaria es un documento público, intransferible y personal.

Art. 9.- De las Responsabilidades.- Los obligados a inscribirse son responsables de la veracidad de la información consignada, para todos los efectos jurídicos derivados de este acto.

En el caso de los responsables por representación se estará a lo dispuesto en el artículo 26 del Código Tributario.

Art. 10.- Del uso del número de Inscripción en Documentos.- El número de inscripción en el Registro Único de Contribuyentes determinado en la forma establecida en el artículo 5 de esta Ley, deberá constar obligatoriamente en los siguientes documentos:

- a) Cédula Tributaria;
- b) Certificado Militar o Cédula de las Fuerzas Armadas;
- c) Certificado de antecedentes personales conferido por la Policía Civil Nacional;
- d) Documento de afiliación personal al Seguro Social;
- e) Licencias de conductores;
- f) Matrículas de Comerciantes;
- g) Matrículas de Industriales;
- h) Cédulas de Agricultores;
- i) Documento de afiliaciones a las Cámaras de Artesanías y Pequeñas Industrias;
- j) Carnés de los Colegios Profesionales;
- k) Registros de importadores y exportadores;
- l) Documentos que contengan la matrícula de vehículos (no placas);

- m) Catastro de la Propiedad;
- n) Declaraciones y comprobantes de pago de toda clase de tributos, cuya recaudación se realice por cualquier tipo de institución;
- ñ) Certificado de no adeudar al Fisco o a los Municipios;
- o) Facturas, Notas de Ventas, Recibos y más documentos contables que otorgan los contribuyentes por actos de comercio o servicios;
- p) Planillas de sueldos de todas las instituciones de derecho público o privado;
- q) Permisos de importación, pólizas de exportación y pedimentos de aduana;
- r) En todos los documentos que el Estado y las instituciones oficiales y privadas confieran en favor de terceros y siempre que se relacionen con aspectos tributarios; y,
- s) En todas las etiquetas y envases de productos que físicamente así lo permitieren.

Superintendencia de Compañías.- sujeta a presentar la Información correspondiente de acuerdo al artículo 20 de la Ley de Compañías, que entre otros determina enviar en el primer cuatrimestre de cada año:

- a) Copias autorizadas del balance general anual, del estado de la cuenta de pérdidas y ganancias, así como de las memorias e informes de los administradores y de los organismos de fiscalización establecidos por la Ley;
- b) La nómina de los administradores, representantes legales y socios o accionistas; y,
- c) Los demás datos que se contemplaren en el reglamento expedido por la Superintendencia de Compañías.

El balance general anual y el estado de la cuenta de pérdidas y ganancias estarán aprobados por la junta general de socios o accionistas, según el caso; dichos documentos, lo mismo que aquellos a los que aluden los literales b) y c) del inciso anterior, estarán firmados por las personas que determine el reglamento y se presentarán en la forma que señale la Superintendencia.

Servicio de Rentas Internas.- tiene las siguientes obligaciones tributarias:

- a) Anexo de compras de retenciones en la Fuente por Otros Conceptos

b) Declaración de Impuesto a la Renta Sociedades

c) Declaración de Retenciones en la Fuente

d) Declaración Mensual de IVA

Permiso y patente municipal

Este permiso o documento se lo obtiene en las oficinas de la muy ilustre municipalidad del cantón. Presentando la siguiente documentación:

- Registro único de (RUC). contribuyentes
- Copia de la cedula de identidad del representante legal.
- Copia del certificado de votación del representante legal.
- Formulario de declaración para obtener la patente.

Permiso de dirección de higiene municipal³

Para acceder a este permiso los empleados de la empresa, sin excepción alguna, deberán someterse a exámenes médicos para comprobar su estado de salud, mas aun al tratarse de una empresa que provee a sus clientes productos consumo masivo y de primera necesidad. Además se deberá presentar la siguiente documentación:

- Especie de habilitación y funcionamiento.
- RUC.
- Copia de cedula del representante legal.
- Copia de papeleta de votación del representante legal.
- Certificado de salud por cada uno de los empleados de la empresa.

³ <http://serviciosciudadanos.quito.gob.ec>

Permiso de funcionamiento del ministerio de salud publica

Documento que se lo obtiene en la Dirección Provincial de salud previamente cumplido los incisos anteriores y presentando la siguiente documentación:

1. Permiso de dirección de Higiene Municipal.
2. Registro único de contribuyentes (RUC).
3. Copia de cedula del representante legal
4. Papeleta de votación del representante legal
5. Certificado de salud ocupacional por cada uno de los empleados de la empresa.
6. Documento de afiliación a la cámara de comercio.

Afiliación a la cámara de comercio

Emitido por la cámara de comercio donde se vaya a realizar las actividades comerciales, en este caso las gestiones de afiliación deberán realizarse en las instalaciones de la cámara de comercio del cantón Milagro, presentando los requisitos necesarios y el recibo oficial de caja.

Acuerda: EXPEDIR EL REGLAMENTO DE CONTROL Y FUNCIONAMIENTO DE LOS ESTABLECIMIENTOS FARMACEUTICOS.

TITULO III CAPITULO I.- DE LAS DISTRIBUIDORAS FARMACEUTICAS Y CASAS DE REPRESENTACION

Art. 45.- Las distribuidoras farmacéuticas son establecimientos farmacéuticos autorizados para realizar importación, exportación y venta al por mayor de medicamentos en general de uso humano, especialidades farmacéuticas, productos para la industria farmacéutica, auxiliares médico-quirúrgico, dispositivos médicos, insumos médicos, cosméticos y productos higiénicos. Deben cumplir con las buenas prácticas de almacenamiento y distribución determinadas por la autoridad sanitaria nacional. Funcionarán bajo la representación y responsabilidad técnica de un químico farmacéutico o bioquímico farmacéutico.

Art. 46.- Las casas de representación son los establecimientos farmacéuticos autorizados para realizar promoción médica, importación y venta al por mayor a terceros de los productos elaborados por sus representados.

Deben cumplir con buenas prácticas de almacenamiento y distribución determinadas por la autoridad sanitaria nacional. Requieren para su funcionamiento de la dirección técnica responsable de un profesional químico farmacéutico o bioquímico farmacéutico.

Art. 47.- El propietario, gerente o representante legal de una distribuidora farmacéutica o casa de representación, previamente a su apertura y funcionamiento, presentará una solicitud al Director Provincial de Salud, en la que hará constar los siguientes datos, según corresponda:

- a) Nombre del propietario, o representante legal;
- b) Nombre, razón social o denominación del establecimiento;
- c) Nombre del responsable técnico químico farmacéutico o bioquímico farmacéutico, con título debidamente registrado en el Ministerio de Salud Pública;
- d) Nombre de los laboratorios representados y país de origen para las casas de representación; y, autorización de distribución otorgada por el titular del registro sanitario en el país, para las distribuidoras farmacéuticas;
- e) Lista completa de los productos que serán comercializados con la indicación de los precios fijados por el Consejo Nacional de Fijación y Revisión de Precios de Medicamentos de Uso y Consumo Humano;
- f) Para las casas de representación: nómina de visitantes médicos, legalmente inscritos en el Proceso Nacional de Control y Mejoramiento en Vigilancia Sanitaria;
- g) Certificado de salud ocupacional del personal que labora en estos establecimientos otorgado por un centro de salud del Ministerio de Salud Pública;
- h) Permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos; e,
- i) Comprobante de pago del valor de derecho por servicio correspondiente al permiso de funcionamiento anual.

Art. 48.- Previo el otorgamiento del permiso de funcionamiento y una vez cumplidos los requisitos antes señalados, la Dirección Provincial de Salud realizará la verificación del cumplimiento de buenas prácticas de almacenamiento y distribución.

Art. 49.- Los deberes y obligaciones del químico farmacéutico o bioquímico farmacéutico en las distribuidoras farmacéuticas y casas de representación, son los siguientes:

- a) Verificar que los productos cumplan con lo establecido en el certificado de registro sanitario correspondiente, tanto en la presentación como en su calidad, así como la correspondencia entre el período de vida útil y las fechas de elaboración y vencimiento;
- b) Verificar el cumplimiento de las buenas prácticas de almacenamiento, para garantizar la calidad, seguridad y eficacia de los medicamentos y condiciones óptimas de almacenamiento de los otros productos;
- c) Revisar periódicamente los productos a fin de identificar oportunamente posibles cambios físicos que demuestren alguna alteración que afecte la calidad de los productos almacenados, así como las fechas de elaboración y vencimiento; Tomar muestras de cada uno de los lotes de fabricación o importación que quedarán bajo su responsabilidad y servirán de control, en caso de producirse algún reclamo por parte de los establecimientos que vendan los productos; y, Suscribir junto con el representante legal, las solicitudes de registro sanitario y permiso de funcionamiento.

2.2 MARCO CONCEPTUAL

Con la seguridad de mantener una relación lógica y se pueda interpretar mejor el problema de investigación y creación de este proyecto, se realiza una recopilación de términos referente al tema de estudio, que se lee a continuación:

- **UCI (Unidad de cuidados intensivos):** Es una sección en la cual el paciente tiene un cuidado más personalizado, en donde los médicos están monitoreando cada momento al mismo. Brindando las medicinas necesarias para su recuperación. Consta de los equipos necesarios y especializados.

- **Incubadoras:** Esta sirve para calentar al neonato, niño a su recuperación, donde se puede regular la temperatura de acuerdo con lo que necesita la criatura.

- **Anestesiólogo:** Es el profesional que se especializa exclusivamente en esta área, se encarga de controlar al paciente durante la intervención quirúrgica y postoperatorio mediante una máquina de anestesia que va indicando los signos vitales.

- **Ecografía:** Es una técnica en la cual permite visualizar en el interior del cuerpo mediante ondas electromagnéticas, permitiendo estudiar y dar un resultado de lo que se está analizando internamente.

- **Paciente:** Es la persona que sufre de alguna enfermedad o dolor, el cual busca alivio del mismo. Recibiendo la atención y cuidados del profesional de medicina.

- **Ginecología:** Es la especialidad que trata de los problemas o tratamiento quirúrgico de las enfermedades en el área reproductiva de la misma sea vagina, ovarios, etc.

- **Endoscopia:** Este procedimiento permite examinar la parte interna del cuerpo humano a través de herramientas apropiadas, introduciendo un tubo flexible de fibra óptica que hace de cámara y a su vez el médico observa en un monitor donde se puede dar una valoración del paciente.

- **Laparoscopia:** Es un procedimiento en la cual se duerme a la persona, se llena la cavidad abdominal de dióxido de carbono para que de esta manera se pueda realizar la operación en donde con una pequeña inserción en el área del ombligo se inserta los instrumentales utilizados para esta cirugía, en donde el doctor puede observar todo el procedimiento mediante un monitor utilizando un cable con cámara que se introduce al paciente.

- **Instrumental:** Son varias pinzas, tijeras, bisturís entre otras, utilizadas para las cirugías menores, mayores, inserción, de parto, legrado y otras intervenciones quirúrgicas que se realizan, teniendo en cuenta el tamaño de los mismos que es muy importante a la hora de la operación.

- **FODA:** Es una herramienta que permite analizar las estrategias que se pueden utilizar al momento de lanzar un proyecto o mejorar como empresa, estudiando las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que tiene la organización, ejecutando un plan estratégico que ayude al cambio para de esta manera seguir creciendo.
 - **Estrategias:** Es un conjunto de acciones o planes que se emplean para lograr un objetivo específico.

2.3 HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.3.1 Hipótesis general

Con la implementación de una distribuidora de insumos médicos se logrará mejorar la atención médica a las personas en general.

2.3.2 Hipótesis particulares

1. La ubicación geográfica de la distribuidora nos permitirá una mejor cobertura en todos los centros de atención médica de la ciudad.
2. Contar con una distribuidora de insumos y equipos médicos abaratará los costos de los insumos médicos.

2.3.3 Declaración de las variables

Cuadro 1

Hipótesis General/Particulares	Variable Independiente	Variable Dependiente
H1	Distribuidora de insumos médicos	Atención médica.
H2	Ubicarla estratégicamente	Costos de insumos médicos.
H3	Manejo de insumos médicos	Cobertura a los centros de atención medica

2.3.4 Operacionalización de las variables.

Cuadro 2

VARIABLES	TIPO	DEFINICIÓN	INDICADORES
Distribuidora de insumos médicos	.V. I	Acción o efecto de dirigir programar u organizar un suceso importante y programado, de índole comercial que busca satisfacer las necesidades de los usuarios.	• Análisis de mercado
Atención médica.	.V.D	Cumplimiento oportuno de un servicio de salud que busca satisfacer las necesidades de una persona o sociedad	• Encuesta
Ubicarla estratégicamente	V.I	Sitio o espacio	• Análisis de mercado
Costos de insumos médicos.	V.D	Emplear, gastar, colocar un caudal poco dinero en	• Análisis de mercado

		algún tipo de negocio.	
Manejo insumos médicos	V. I	Consiste en los procesos a seguir para su manipulación, empaque, almacenamiento y distribución de los insumos que requieren los centros de salud.	<ul style="list-style-type: none"> • Encuesta
Cobertura a los centros de atención medica	V.I	Brindar una atención ágil y oportuna en las entregas de insumos.	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis de Mercado

CAPITULO III

MARCO METADOLOGICO

3.1 TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACION Y SU PERSPECTIVA GENERAL

El presente trabajo que nos hemos propuesto a realizar tiene como finalidad estudiar el grado de aceptación de una distribuidora de insumos y equipo médicos en la ciudad de Milagro.

Investigación Bibliográfica.- Se consultaron libros, internet, revistas los mismos que se utilizaran para obtener información relevante del tema.

- a) **Investigación de Campo.**- por que para conocer la realidad de los hechos se tendrá que observar en el lugar donde estos se presentan es decir en el cantón milagro, realizando la investigación para conocer las causas y consecuencias.

- b) **Investigación Exploratoria:** Porque se realizará las respectivas investigaciones que involucrarán a personas del área médica donde se implementará la idea del proyecto.

3.2. LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA

3.2.1 Características de la población

La población de estudio será los habitantes del cantón Milagro. El universo de estudio es la población médica del Cantón.

Adicionalmente a ello se cuentan las autoridades del cantón, personas que conozcan del tema a investigar.

3.2.2 Delimitación de la población

La delimitación será a personas del cantón Milagro. El tiempo de realización para aplicar las técnicas será de dos semanas en donde se realizara las respectivas encuestas.

La población será finita porque se conoce con certeza el tamaño de la población es decir el número de médicos que está en Milagro.

3.2.3 Tipo de muestra

El tipo de muestra que se va a aplicar en este trabajo de investigación es no probabilística, ya que no todo el universo podrá ser elegido para realizar el debido estudio de mercado y de esta manera poder tener una información clara y precisa al momento de tabular los datos.

3.2.4 Tamaño de la muestra

El universo de estudio será la población médica de Milagro. Aplicaremos la muestra infinita ya que no se tiene datos sobre el número de médicos, laboratoritos que hay en la ciudad. Luego de la información adquirida se tabulará los resultados de la encuesta aplicada para obtener los datos cuantitativos.

Aplicando la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Npq}{\frac{(N-1)E^2}{Z^2} + pq}$$

En donde:

n: tamaño de la muestra.

N: tamaño de la población

Z: nivel de confianza, que para el 95%, $Z=1.96$

p: posibilidad de ocurrencia de un evento, en caso de no existir investigaciones previas o estudios piloto, se utiliza $p=0.5$

q: posibilidad de no ocurrencia de un evento, $q=1-p$; para el valor de p asignado anteriormente, $q=0.5$

E: error de la estimación, por lo general se considera el 5% en este caso $E=0.05$

3.2.5 Proceso de selección

Se tomará una muestra simple del total de centros de atención médica de la ciudad, a los que se aplicará una encuesta.

3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS

Los métodos de investigación que se utilizará en este trabajo de tesis son los siguientes:

- ✓ **Método Histórico:** Porque se va a investigar la evolución y desarrollo que ha tenido el área médica en cuanto a los equipos necesarios para garantizar una mejor atención.
- ✓ **Método Inductivo:** Debido a los comentarios y sugerencias que se obtendrá a través de la encuesta se podrá sacar ideas que ayudaran en este trabajo.
- ✓ **Método Hipotético:** Se propondrán hipótesis como consecuencia de los datos que se investigaron a través de técnicas aplicadas y con estudios previos.

- ✓ **Encuesta:** Para conocer el nivel de factibilidad y aceptación que tendrá el proyecto en la población medica, para esto se realizara preguntas de forma cerradas.

3.4 TRATAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACION

El ingreso de la información obtenida se hará utilizando el programa utilitario Microsoft Excel, mediante cuadros estadísticos, con frecuencias acumuladas y estadísticas, utilizando gráficos de barras

CAPITULO IV ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS

4.1 ANALISIS DE LA SITUACION ACTUAL

1.- ¿Cree usted que la falta de una distribuidora de insumos médicos en la ciudad retarda el servicio que presta a sus pacientes?

DESCRIPCION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	59	44.5%
De acuerdo	34	25.5%
Indiferente	9	7%
En desacuerdo	18	14%
Totalmente en desacuerdo	12	9%
Total	132	100%

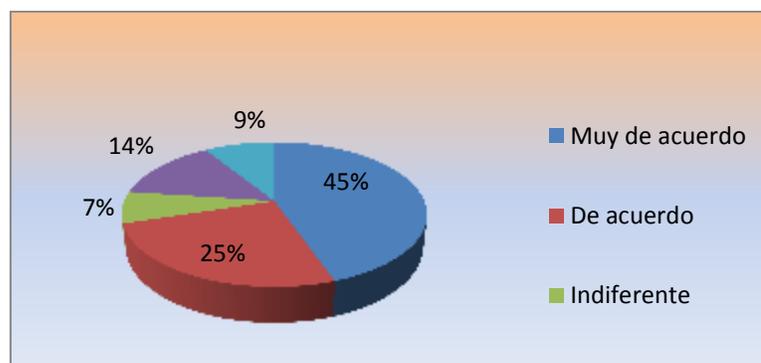


Figura 1

Fuente: Encuesta.

Elaboración: Raúl López y Wendy Franco

Fecha: Julio 2012

ANÁLISIS E INTERPRETACION

Con los datos mostrados en este cuadro podemos concluir que un 44.5% de personas poseen se encuentran muy de acuerdo en que e no haber una distribuidora de insumos médicos, retrasa e tratamiento de sus pacientes, el 25.5% están de acuerdo, 14% están en desacuerdo y el 9% en total desacuerdo con los resultados de un laboratorio de diagnostico clínico.

2.- ¿Los insumos médicos que requiere en su establecimiento los recibe por?

DESCRIPCION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mediante la empresas de entrega	47	36%
Mediante visitas de distribuidores	34	25.5%
Mediante compra directa en ciudades grandes	13	10%
Mediante un servicio de call center	28	20.5%
Ninguna de las anteriores	10	8%
Total	132	100%

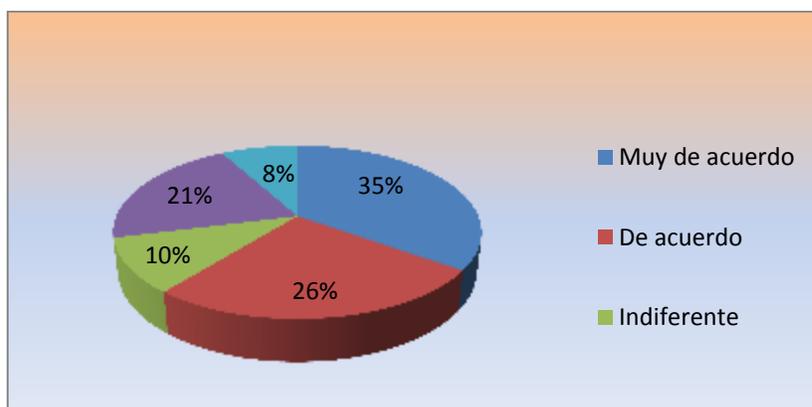


Figura 2

Fuente: Encuesta.

Elaboración: Raúl López y Wendy Franco

Fecha: Julio 2012.

ANÁLISIS E INTERPRETACION

En el cuadro expresa que la mayoría de los encuestados coinciden en que deben recurrir a una empresa de entregas para recibir sus insumos médicos, el 25.5% mediante visitas de distribuidores, el 20% mediante un servicio de call center; lo que nos hace notar que la falta de una distribuidora de insumos medico pone en riesgo la manipulación de los mismo para su traslado.

3.- ¿Sus equipos médicos se deterioran por falta de mantenimiento técnico?

DESCRIPCION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	93	71%
De acuerdo	21	16.5%
Indiferente	7	4.5%
En desacuerdo	7	4.5%
Totalmente en desacuerdo	4	3.5%
Total	132	100%

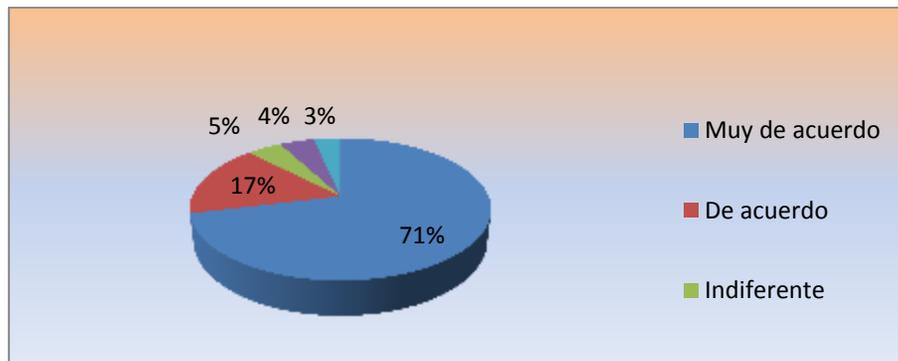


Figura 3

Fuente: Encuesta.

Elaboración: Raúl López y Wendy Franco

Fecha: Julio 2012.

ANÁLISIS E INTERPRETACION

En el cuadro expresa que la mayoría de los encuestados han manifestado que el 71% de ellos opinan que la falta de mantenimiento técnico de sus equipos produce deterioro de los mismos, las proporciones siguientes son irrelevantes.

4.- ¿La distribución de insumos médicos que usted recibe le dificultan en brindar un servicio oportuno?

DESCRIPCION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	47	36%
De acuerdo	16	12.5%
Indiferente	28	21%
En desacuerdo	24	18%
Totalmente en desacuerdo	17	12.5%
Total	132	100%

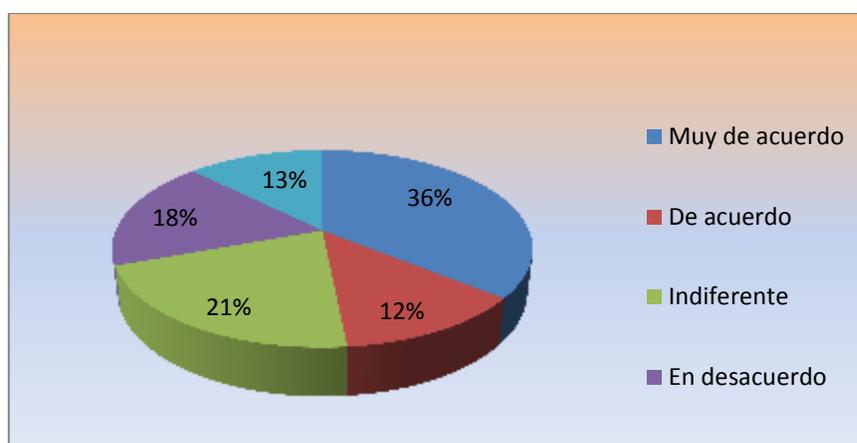


Figura 4

Fuente: Encuesta.

Elaboración: Raúl López y Wendy Franco

Fecha: Julio 2012.

ANÁLISIS E INTERPRETACION

El cuadro nos expresa la frecuencia en que los clientes que han detectado alguna anomalía en los resultados esta determinado en un 36% y el 21% de ellos están son indiferentes o no se han dado cuenta de estas anomalías y el 12% está de acuerdo en que las anomalías en los resultados son muy frecuentes, y el 18% está en desacuerdo.

5.- ¿La manipulación de los insumos médicos durante su distribución es adecuada?

DESCRIPCION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	30	23,0%
De acuerdo	13	10%
Indiferente	24	18,0%
En desacuerdo	25	19,5%
Totalmente en desacuerdo	40	29,5%
Total	132	100%

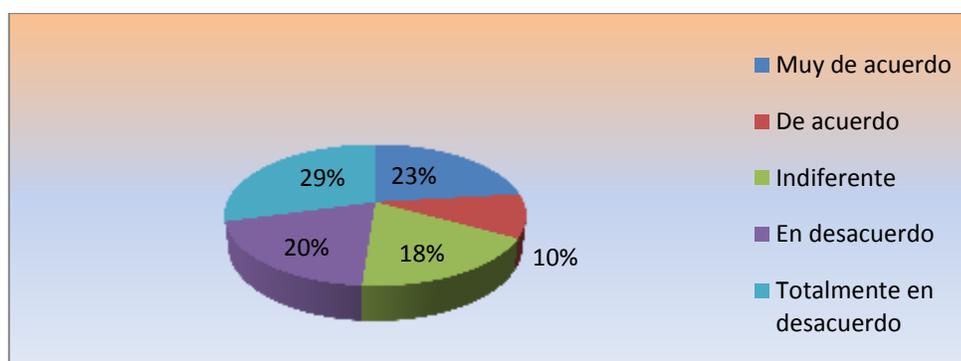


Figura 5

Fuente: Encuesta.

Elaboración: Raúl López y Wendy Franco

Fecha: Julio 2012

ANÁLISIS E INTERPRETACION

Según los datos proporcionados por los encuestados el 29.5% están en total desacuerdo con la manipulación de insumos médicos traídos de ciudades aledañas, a diferencia de un 23% que está totalmente de acuerdo un 18% que es indiferente y un 19.5 está en desacuerdo. Lo que nos demuestra que un gran número de personas no tiene plena confianza en el servicio que los distribuidores prestan al momento de trasladar sus insumos.

6.- ¿Considera necesaria la existencia de una distribuidora de insumos médicos en la ciudad?

DESCRIPCION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	116	88%
De acuerdo	11	8%
Indiferente	3	2.5%
En desacuerdo	2	1.5%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	132	100%

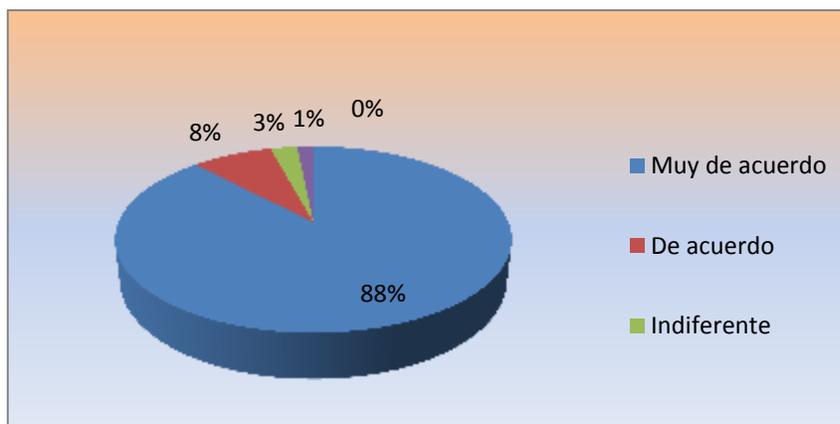


Figura 6

Fuente: Encuesta.

Elaboración: Raúl López y Wendy Franco

Fecha: Julio 2012

ANÁLISIS E INTERPRETACION

El grafico os muestra que un porcentaje sumamente considerable dado por el 88% de los encuestados estaría totalmente de acuerdo con existencia de una distribuidora de insumos médicos, el 8% está de acuerdo, y un 2.5% es indiferente; lo que demuestra ampliamente la necesidad de la existencia de un distribuidora que brinde un servicio ágil y oportuno con esas características.

7.- ¿Cree usted que los costos de los insumos médicos se ven afectados por la ubicación de las distribuidoras?

DESCRIPCION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	112	85%
De acuerdo	16	12%
Indiferente	4	3%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	132	100%

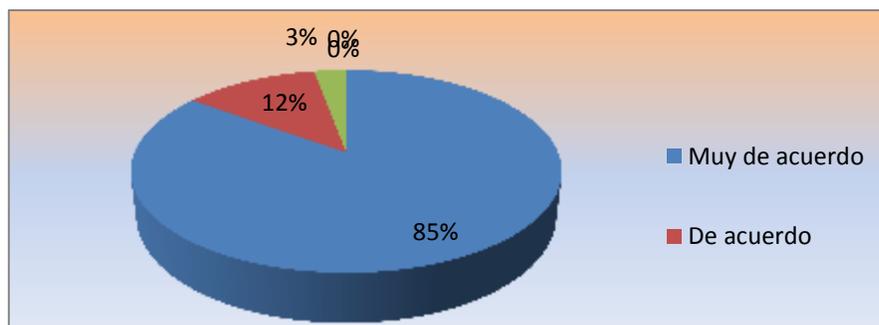


Figura 7

Fuente: Encuesta.

Elaboración: Raúl López y Wendy Franco

Fecha: Julio 2012

ANÁLISIS E INTERPRETACION

El cuadro nos muestra que el 85% por ciento de los encuestados se encuentra muy de acuerdo en que por no existir una distribuidora de insumos médicos en la ciudad, esto aumenta sus costos, el 12% se encuentra de acuerdo y un casi imperceptible 3% le es indiferente.

Lo que demuestra que ninguna persona está en desacuerdo.

8.- ¿Cree usted que si existiera una distribuidora de insumos médicos en la ciudad de milagro se agilitaría la entrega de su requerimiento?

DESCRIPCION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	112	84.5%
De acuerdo	18	14%
Indiferente	2	1.5%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	132	100%

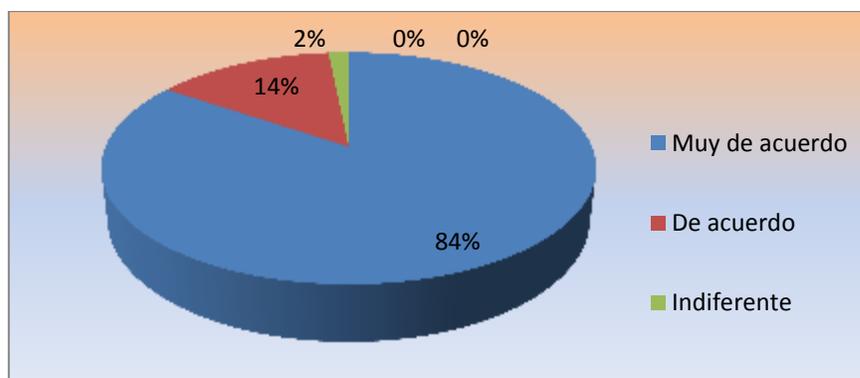


Figura 8

Fuente: Encuesta.

Elaboración Raúl López y Wendy Franco

Fecha: Julio 2012

ANÁLISIS E INTERPRETACION

El cuadro nos muestra que el 84.5% Utilizaría los servicios de una distribuidora de insumos médicos con atención ágil y oportuna, el 14% se encuentra de acuerdo e imperceptible 1.5% le es indiferente.

Lo que demuestra que ninguna persona está en desacuerdo demostrando indispensable la implementación de una distribuidora con de estas características que ayude a satisfacer las necesidades de la comunidad de una manera efectiva.

4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS

CORRELACIÓN 1

¿Cree usted que la falta de una distribuidora de insumos médicos en la ciudad retarda el servicio que presta a sus pacientes?

DESCRIPCION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	59	44.5%
De acuerdo	34	25.5%
Indiferente	9	7%
En desacuerdo	18	14%
Totalmente en desacuerdo	12	9%
Total	132	100%

¿Cree usted que los costos de los insumos médicos se ven afectados por la ubicación de las distribuidoras?

DESCRIPCION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	112	85%
De acuerdo	16	12%
Indiferente	4	3%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	132	100%

La relación que guardan estos resultados es que la mayoría de los encuestados está de acuerdo que la ausencia de una distribuidora de insumos médicos en la ciudad por lo que se ve también evidenciado en los costos de los insumos ya que existen recargos por traslado.

CORRELACIÓN 2

¿La distribución de insumos médicos que usted recibe le dificulta en brindar un servicio oportuno?

DESCRIPCION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	47	36%
De acuerdo	16	12.5%
Indiferente	28	21%
En desacuerdo	24	18%
Totalmente en desacuerdo	17	12.5%
Total	132	100%

¿La manipulación de los insumos médicos durante su distribución es adecuada?

DESCRIPCION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	30	23,0%
De acuerdo	13	10%
Indiferente	24	18,0%
En desacuerdo	25	19,5%
Totalmente en desacuerdo	40	29,5%
Total	132	100%

Relacionando los resultados de estas dos preguntas podemos demostrar que un número importante de personas están de acuerdo en que los atrasos en la entrega de resultados se dan por la falta de utilización de equipos tecnológicos y que ellos consideran de suma importancia que estos equipos sean utilizados para la obtención de resultados confiables y que sean entregados de manera inmediata.

4.3 RESULTADOS

La encuesta nos indica que por la falta de una distribuidora de insumos médicos los centros de salud no llenan las expectativas de los ciudadanos por el motivo de que no tienen los insumos necesarios para abastecer a la población de milagro siendo esto un problema para nuestra gente como por ejemplo retrasar el tiempo no tener los materiales necesarios para la atención y esto hace que el costo a cancelar por la persona que está adquiriendo un servicio sea elevado

Por este motivo nuestra empresa va a ser de gran ayuda para los centros de salud ya que contaremos con los implementos necesarios

4.4 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS

CUADRO VERIFICACION DE HIPOTESIS

Hipótesis general	
Con la implementación de una distribuidora de insumos médicos se logrará mejorar la atención médica a las personas en general.	<p>Según la respuestas de la pregunta 1,4,6 esta hipótesis puede verificar lo siguiente :</p> <p>en la pregunta 1 el 44.5% considera que la falta de insumos médicos en la ciudad retarda el servicio que presta a sus pacientes</p> <p>en la pregunta 4 el 36% de las personas están de acuerdo que la distribución de los insumos médicos que reciben le dificulta en brindar un servicio oportuno</p> <p>en la pregunta 6 el 88% está totalmente de acuerdo que es necesario la existencia de una distribuidora de</p>

	insumos médicos en la ciudad
Hipótesis particular 1	
1. La ubicación geográfica de la distribuidora nos permitirá una mejor cobertura en todos los centros de atención médica de la ciudad.	<p>Según la respuestas de la pregunta 6,7,8 esta hipótesis puede verificar lo siguiente:</p> <p>En la pregunta 6 el 88% esta totalmente de acuerdo que es necesario la existencia de una distribuidora de insumos médicos en la ciudad</p> <p>En la pregunta 7 el 85% cree que los costos de los insumos médicos se ven afectados por la ubicación de las distribuidoras</p> <p>En la pregunta 8 el 84% de las personas creen que si existiría una distribuidora de insumos médicos en la ciudad de milagro se agilizaría la entrega de su requerimiento</p>
Hipótesis particular 2	
2. Contar con una distribuidora de insumos y equipos médicos abaratará los costos de los insumos médicos	<p>Según la respuestas de la pregunta 3,5,7 esta hipótesis puede verificar lo siguiente:</p> <p>En la pregunta 3 el 71% de las personas mencionan que los equipos médicos se deterioran por falta de mantenimiento técnico</p> <p>En la pregunta 5 el 23 % de las personas dicen que la manipulación de los insumos médicos durante su distribución es adecuada</p> <p>En la pregunta 7 el 85% cree que los costos de los insumos médicos se ven afectados por la ubicación de las distribuidora</p>

Fuente: Verificación de Hipótesis

CAPITULO V

PROPUESTA

5.1 TEMA

Implementación de una distribuidora de insumos médicos en la ciudad de milagro, que brinde un servicio ágil y oportuno.

INTRODUCCION

Es de vital importancia en un procedimiento quirúrgico, así como en otras prácticas médicas el manipular de la manera más aséptica posible los procedimientos médicos, con el fin de mantener, preservar y conservar la salud de los seres humanos. Con la intención de satisfacer esta necesidad latente e importante en la rama de la medicina se introdujeron al mercado los productos, equipos e insumos médicos.

Actualmente el mercado ecuatoriano se comercializan productos de fabricación nacional e internacional que sirven para diferentes tipos de atención hospitalaria, lo que implica tener que utilizar algunos tipos de estos productos en una intervención o práctica médica .En el mercado actual se ve la necesidad de crear un producto que tenga algunas funciones para evitar incurrir en costos muy altos adquiriendo sistemas de atención medica ambulatoria, para diferentes tipos de manipulación como sangre, flema, esputo, orina, etcétera.

Con estos productos, se desea lograr que los doctores y personal del hospital eviten la manipulación inadecuada de los fluidos corporales, los cuales pueden causar un sinnúmero de enfermedades.

5.2 FUNDAMENTACION

Durante los últimos años, en la ciudad de Milagro existe una gran demanda en servicios de salud, no solo por las personas que habitan en la ciudad sino también por las personas de zonas aledañas, este servicio público o privado, permite brindar atención médica, de diagnóstico y tratamiento a los usuarios y prevenir o tratar de forma oportuna enfermedades.

La demanda del servicio se da por el crecimiento poblacional generando así un desarrollo comercial competitivo en las áreas de salud, es por esto que los médicos que brindan este servicio deben apoyarse en la gestión de marketing para la construcción de una idea, negocio, producto o servicio y así, obtener una mínima garantía de éxito en la consecución de los objetivos planificados. Por lo expuesto podemos notar que los inversionistas encargados de brindar atención de salud se han visto afectados por la falta de distribuidores de insumos médicos en la localidad ya que esta situación produce retraso en las entregas, desabastecimiento de productos y especulación en los costos por parte de las distribuidoras de otras ciudades.

5.3 JUSTIFICACION

En la ciudad de Milagro no se encuentra una empresa encargada de la distribución de insumos médicos, generando mucha molestia en el sector de la salud, por diferentes aspectos como: tiempo, dinero, mala manipulación de los insumos, etcétera.

En la ciudad se encuentra un amplio número de centros de salud con y sin internación, laboratorios clínicos, centros de diagnósticos y atención integral, que en ocasiones se ven desabastecidos de los insumos necesarios para la atención debida y eso retrasa la atención y genera incluso pérdidas de vidas humanas.

Es por ello de vital importancia la implementación de una distribuidora de insumos médicos que brinde un servicio de calidad en forma ágil y oportuna, proporcionándoles a los centros y subcentros de salud los insumos necesarios para que cumplan con la función de brindar atención médica a los pacientes.

Los insumos médicos funcionan como una herramienta fundamental entre el médico y su paciente ya que estos son los que permiten al profesional mediante un sistema sanitario, la prevención, tratamiento, y curación de diversas patologías, así como también mejorar las condiciones de vida de un paciente enfermo. De esta manera la implementación de la distribuidora de insumos y equipos médicos beneficia a los pacientes en la agilidad y calidad de servicio que reciben.

Con este producto, se desea lograr que los doctores y personal del hospital eviten la manipulación inadecuada de los fluidos corporales, los cuales pueden causar un sinnúmero de enfermedades.

5.4 OBJETIVOS

5.4.1 Objetivo General de la Propuesta

Implementar una distribuidora de insumos médicos, que ofrezcan una amplia variedad de productos para todas sus necesidades, para brindar una atención ágil y oportuna que permita una atención de calidad a sus pacientes.

5.4.2 Objetivos Específicos de la Propuesta

1. Proporcionar un servicio oportuno a sus clientes.
2. Establecer estrategias mercadológicas que permitan dar a conocer la empresa
3. Determinar los recursos tecnológicos, financieros y humanos
4. Mantener una calidad excelente que lo hará resaltar dentro del ámbito laboral

5.5 UBICACIÓN

País: Ecuador

Región: Costa

Provincia: Guayas

Cantón: Milagro

Sector: Servicios

FIGURA : CROQUIS DE LA UBICACIÓN DEL NEGOCIO



FIGURA VISTA SATELITAL

Figura 10



5.6 FACTIBILIDAD

Factibilidad Económica: La factibilidad económica se da por el aporte a la comunidad en la creación de fuentes de trabajo

Factibilidad de tiempo: La factibilidad de tiempo permite a los servidores de salud dar un servicio de forma rápida y sin desabastecimiento.

Factibilidad Tributaria: La factibilidad tributaria se encuentra en la generación de impuestos propios de toda actividad económica.

Factibilidad Legal: Este proyecto es factible legalmente por que considera todas las leyes y normativas del Estado y el gobierno municipal, aplicándolas responsablemente.

1. Registrar el nombre y la actividad económica de la empresa.
1. Seleccionar un nombre y definir la actividad que se desarrollara en la nueva empresa.
2. Acudir a las oficinas de la Superintendencia de Compañías y reservar el nombre, donde recibirá un oficio de “Absolución de denominaciones” el mismo que es la garantía de la reserva del nombre.
3. Incorporar a la escritura el nombre reservado, el objeto social o actividad, nacionalidad, capital, y la participación de acciones, el notario la elevara a escritura pública la constitución de la compañía.
4. Presentar 3 copias de la escritura con un oficio del abogado a la superintendencia de compañías, quien emitirá la resolución de aprobación o el oficio de correcciones.
5. Publicar en un diario de alta circulación el extracto entregado por la superintendencia de Cias. Y adquirir tres ejemplares.
6. Seguir con los trámites correspondientes en el registro mercantil y municipio.
7. Ingresar los registros correspondientes conjuntamente con las escrituras, nombramientos y de mas documentos habilitantes a la superintendencia de Cias. En este momento quedara automáticamente ratificado el nombre de la empresa.
8. Obtener Patentes Municipales
9. Obtener Cuenta De Integración De Capital
10. Obtener El Registro Único De Contribuyente

11. Afiliación a la Cámara de Comercio
12. Autorización y licencia de funcionamiento Municipal
13. Permisos de Cuerpos de Bomberos
14. Registrar en el IESS La Historia Laboral

5.7 DESCRIPCION DE LA PROPUESTA

Misión

Proporcionar insumos médicos de la más alta calidad, para quienes más lo necesiten y en el momento oportuno para el cuidado de su salud y de toda la comunidad.

Visión

Ser una empresa líder, competitiva y confiable en la distribución de insumos médicos de altísima calidad, para el sector de la salud, mediante la constante búsqueda de la excelencia de sus recursos.

Alcance

Inicia con la visita de uno de nuestros asesores de venta que por medio de catalogo presentaran la gama de insumos y marcas que ofertamos, se toma el pedido en un formulario donde firma el cliente y con su cancelación se entrega en un máximo de 24H00.

Valores

Liderazgo

Somos los primeros en brindar un servicio innovador ágil y oportuno tecnología de punta y actualización profesional, para brindar un buen servicio.

Responsabilidad

Nuestra compañía brindara un servicio de calidad asumiendo responsablemente nuestras obligaciones con nuestros clientes, proveedores y la comunidad en general.

Eficiencia

Contamos con un equipo de trabajo competente y capacitado para servir a nuestros clientes de una manera oportuna y efectiva.

Equidad

La compañía está obligada servir a sus clientes equitativamente, a todos los miembros de la comunidad sin distinciones de ningún tipo, nuestros clientes son tratados en igualdad de condiciones.

El análisis realizado constituye un esfuerzo para examinar la interacción entre las características particulares de la distribuidora de insumos y equipos médicos y el entorno en el cual se desempeñan.

Lealtad

La lealtad es sinónimo de fidelidad, confianza, rectitud y compromiso con nuestros clientes, más aun en momentos de convalecencia donde su salud se encuentra quebrantada, es fundamental que nuestra clientela pueda contar con nuestros servicios en todo momento, con toda confianza.

Análisis De Oferta

En la ciudad de Milagro no existe un negocio con características similares por lo que lo que los profesionales se encuentran desprovistos de este servicio, lo que nos favorece por innovar en esta área.

Nuestros competidores inmediatos serian las distribuidoras de insumos médicos de las ciudades más cercanas como es el caso de Guayaquil, que es donde se encuentra el mayor número de este tipo de establecimientos.

Los visitadores médicos también nos generarían una competencia, la cual deberá ser contrarrestada, mejorando costos y promociones.

En ninguno de los casos constituyen una verdadera amenaza puesto que los servicios que ofrecemos van más allá de una simple distribución, sino también brindando un servicio de calidad.

Análisis De La Demanda

Nuestra distribuidora de insumos médicos está orientada a satisfacer las necesidades de centros y subcentros de salud, públicos y privados, brindándoles a los profesionales del área, la confianza necesaria para obtener los recursos necesarios para una buena atención de forma rápida y oportuna.

A través de la investigación notamos que en ocasiones los médicos han tenido que dejar de atender a sus pacientes por la falta de insumos, el procedimiento ahí ha sido derivar a los pacientes a otras casas de salud con la intención de que reciban una atención oportuna, es por esto que al contar con una distribuidora de insumos médicos en la localidad nos permite atender de forma ágil, las necesidades requeridas.

ANÁLISIS FODA

Para la implementación de la distribuidora de insumos y equipos médicos ALFAMEDICAL S.A. es necesario conocer que aceptación se va a tener por parte de los centros y subcentros de salud de Milagro y como esto beneficiara a la comunidad en general.

Fortalezas: Son todas aquellas potencialidades materiales o humanas con que cuenta la Distribuidora de Insumos Médicos. Son de vital importancia para el funcionamiento y desarrollo.

1. Capacidad de inversión
2. Variedad en insumos médicos a ofrecer
3. Calidad de los insumos médicos
4. Infraestructura adecuada para el almacenamiento de los insumos

Debilidades: Son todos aquellos factores que provocan una posición desfavorable frente al mercado que desea conquistar, factores como: recursos de los que carece, líneas de insumos que no maneja etcétera.

1. Ser nuevos en el mercado
2. Falta de un plan de Mercadeo
3. Falta de publicidad
4. Falta de asesores de venta

Oportunidades: Son todas aquellas posibilidades de desarrollo que tiene una organización. Estas oportunidades se encuentran en el medio, natural, geográfico, cultural, social, político y económico en la que se mueve la institución.

1. Ser únicos en el mercado
2. Ofrecer las mejores marcas del mercado
3. Crecimiento en las demandas de servicio de atención médica.
4. Control de calidad externo

Amenazas: Son todas aquellas situaciones negativas que atentan contra el desarrollo de una organización. Estas amenazas se encuentran en el medio natural, geográfico, cultural, social, político y económico en la que se mueve la organización.

1. Inestabilidad económica
2. Demora en los trámites aduaneros
3. Alto costo de imposiciones tributarias para insumos importados.
4. Demora en la entrega en insumos por parte de los proveedores externos.

<p>FACTORES INTERNOS</p> <p>FACTORES EXTERNOS</p>	<p>FORTALEZAS</p> <p>5. Capacidad de inversión</p> <p>6. Variedad en insumos médicos a ofrecer</p> <p>7. Calidad de los insumos médicos</p> <p>8. Infraestructura adecuada para el almacenamiento de los insumos</p>	<p>DEBILIDADES</p> <p>9. Ser nuevos en el mercado</p> <p>10. Falta de un plan de Mercadeo</p> <p>11. Falta de publicidad</p> <p>12. Falta de asesores de venta</p>
<p>OPORTUNIDADES</p> <p>13. Ser únicos en el mercado</p> <p>14. Ofrecer las mejores marcas del mercado</p> <p>15. Crecimiento en las demandas de servicio de atención médica.</p> <p>16. Control de calidad externo</p>	<p>ESTRATEGIAS FO:</p> <p>1. Realizar un concreto plan de publicidad mediante la prensa escrita y radial.</p> <p>2. Firmar convenios centros y subcentros de salud públicas y privadas</p> <p>3. Realizar promociones dependiendo de la cantidad de servicios solicitados por el cliente.</p> <p>4. Auspiciar eventos de índole comercial y empresarial para obtener reconocimiento.</p> <p>5. Adquirir un software que nos facilite el ingreso y egreso de productos.</p>	<p>ESTRATEGIAS DO:</p> <p>1. Realizar campañas de publicidad, que le permitan a los clientes, conocer los productos que se ofrece.</p> <p>2. Elaborar un plan de contratación de personal a medida de las necesidades que requiera la compañía.</p> <p>3. Capacitaciones frecuentes que mejoren la actualización del negocio</p> <p>4. Charlas de motivación, de relaciones humanas y estrategias de venta al personal.</p>
<p>AMENAZAS</p> <p>5. Inestabilidad económica</p> <p>6. Demora en los trámites aduaneros</p> <p>7. Alto costo de imposiciones tributarias para insumos importados.</p> <p>8. Demora en la entrega en insumos por parte de los proveedores externos.</p>	<p>ESTRATEGIAS FA:</p> <p>1. Crear un excelente clima laboral que evite la constante rotación del personal.</p> <p>2. Entregar trípticos volantes con las especificaciones de los servicios que ofrecemos a la ciudadanía.</p> <p>3. Acudir a los hospitales y clínicas privadas para dar a conocer nuestros servicios.</p>	<p>ESTRATEGIAS DA:</p> <p>1. Lograr un reconocimiento de nuestro nombre y servicios que ofrecemos mediante un excelente plan de negocios.</p> <p>2. Implementar publicidad, para ofrecer la diversidad de servicios, promociones y planes de pagos que ofrecemos.</p> <p>3. Establecer procesos de entrega de mercadería para evitar la tardanza de la misma.</p>

1. Análisis PORTER⁴

El punto de vista de Porter es que existen cinco fuerzas que determinan las consecuencias de rentabilidad a largo plazo de un mercado o de algún segmento de éste. La idea es que la corporación debe evaluar sus objetivos y recursos frente a éstas cinco fuerzas que rigen la competencia:

Amenaza de entrada de nuevos competidores.- Esta amenaza es moderada, ya que el sector de medicina e insumos médicos es un sector especializado y que requiere de una fuerte inversión, por lo que las barreras de entrada son medianamente altas.

Poder de negociación de los proveedores.- Este aspecto, para el caso hospitalario es bastante elevado, ya que al suscribir contratos de exclusividad de producción con sus proveedores, lo que les otorga a ellos un alto grado de negociación a su favor, y crea a la compañía un nivel elevado de dependencia a los proveedores, pero de la misma manera la seguridad de abastecimiento.

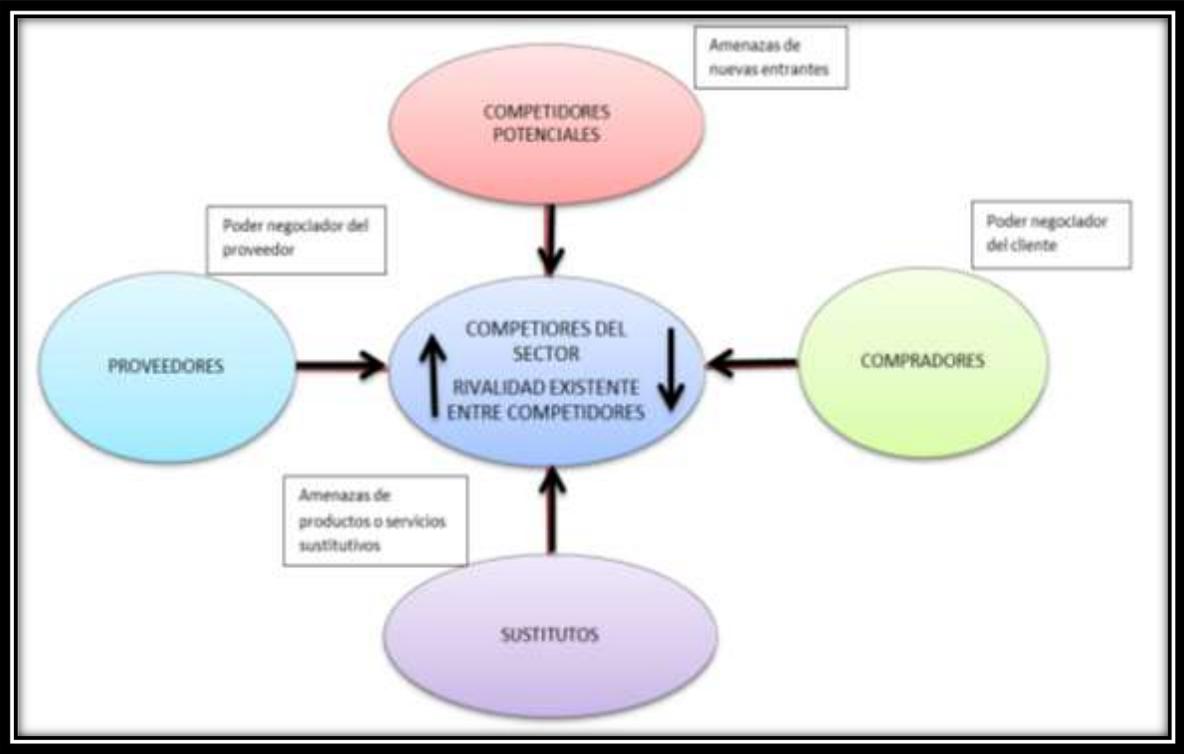
Poder de negociación de los compradores.- El poder de negociación de los proveedores es medianamente elevado, ya que, si bien el mercado de insumos y equipos médicos tiene especificaciones directas, este es un mercado especializado y dinámico, y los compradores siempre cuentan con alguna alternativa que puede satisfacer su demanda.

Amenaza de ingreso de productos sustitutos.- Este factor se lo considera medianamente bajo, ya que al momento no existe en el mercado los que representarían productos sustitutos, y como el producto que se introduce en el mercado es un producto innovador, no reconoce al momento algún producto, distinto de los ya existente, que pueda sustituir al introducido.

Rivalidad con los competidores.- Este factor es significativamente bajo, ya que a pesar de que la nueva compañía entra a competir con firmas con muchos años de reconocimiento en el mercado, firmas grandes, y la competencia en este mercado es

⁴ <http://www.eoi.es>- 12 mar 2012

fuerte, todas ellas se encuentran ubicadas en ciudades distintas y esto aumenta los costos por traslado o movilización.



MARKETING MIX⁵

Para que una estrategia de marketing (mezcla de mercadotecnia) sea eficiente y eficaz, ésta debe tener coherencia tanto entre sus elementos, como con el segmento o segmentos de mercado que se quieren conquistar, el mercado objetivo de la compañía.



Producto.- Un producto es todo aquello (tangible o intangible) que se ofrece a un mercado para su adquisición, uso o consumo y que puede satisfacer una necesidad o un deseo. Puede llamarse producto a objetos materiales o bienes, servicios, personas, lugares, organizaciones o ideas.

Las decisiones respecto a este punto incluyen la formulación y presentación del producto, el desarrollo específico de marca, y las características del empaque, etiquetado y envase, entre otras. Cabe decir que el producto tiene un ciclo de vida (duración de éste en el tiempo y su evolución) que cambia según la respuesta del consumidor y de la competencia y que se dibuja en forma de curva en el gráfico. Las fases del ciclo de vida de un producto nuevo son:

1. Investigación, Desarrollo e Innovación
2. Lanzamiento

⁵ Lic. Magdalena Lucecita Ferreira De Macedo, *OTROS CONCEPTOS DE MARKETING* -16-08-2010

3. Crecimiento

4. Maduración

5. Declive

Los productos ofertados en esta empresa son insumos y equipos médicos, los cuales son de fabricación nacional y extranjera, de distintas marcas, se ofrecerá insumos y equipos de utilización medica que brindaran la oportunidad a los profesionales del área a brindar un buen servicio. Los mismos están listados a continuación.

Productos

INSUMOS	MARCA
PAPEL PARA ECOGRAFIA	SONY
PAPEL PARA ECOGRAFIA	SONY
PAPEL PARA ECOGRAFIA	DURICO
PAPEL PARA ECOGRAFIA	DURICO
GALON PARA ECOGRAFIA	PARKER
PAPEL PARA EKG	MORTARA
PAPEL PARA EKG	SCHILLER
EQUIPOS	
ELECTROBISTURI	AARON BOVIE
MONITOR MULTIPARAMETROS	MINDRAY
PULSOXIMETRO	EDAN
DOPLER FETAL	EDAN
TENSIOMETROS	RIESTER
ESTETOSCOPIO	RIESTER
IMPRESORA PARA ECOS	SONY
BALANZA	RICE LAKE
LAMPARA CUELLO DE GANSO	GRAFCO
PORTASUERO	GRAFCO
TERMOCUNA	MEDSTAT
TANQUE DE OXIGENO	MADA
BOMBA DE SUCCION	MADA
CHAISLON	NACIONAL
CAMA HOSPITALARIA	HILLROM
CAMILLA DE TRANSPORTE	HILLROM
BIOMBOS	GRAFCO
DEFIBRILADOR	ZOLL
ECOGRAFO PORTATIL	MEDISON
LAMPARA DE CIRUGIA	POLARIS

MESA DE MAYO	GRAFCO
MESA DE CIRUGIA	AMSCO
MICROSCOPIO	SEILER
TORRE DE LAPAROSCOPIA	STORZ
VELADOR	GCM
BALANZA PEDIATRICA	RICE LAKE
ESTERILIZADOR	FANEM
CHALECO PLOMADO	WOLF
NEGATOSCOPIO	WOLF
PROTECTOR DE TIROIDES	WOLF
PROTECTOR DE GONADAS	WOLF
LARINGOSCOPIO	SUNMED
SET DE DIAGNOSTICO DE PARED	RIESTER
AMBU	SUNMED
BOMBAS DE INFUSION	JMS
HOLTER	MORTARA
MONITOR DE PRESION ARTERIAL	MORTARA
ELECTROCARDIOGRAFO	MORTARA
SILLA DE RUEDAS	TRAVELLER
COLCHON ANTIESCARAS	LUMEX
MESA GINECOLOGICA	MEDSTAT
PLACAS PARA ELECTROBISTURI	AARON BOVIE

Precio.- Es principalmente el monto monetario de intercambio asociado a la transacción (aunque también se paga con tiempo o esfuerzo). Sin embargo incluye: forma de pago (efectivo, cheque, tarjeta, etc.), crédito (directo, con documento, plazo, etc.), descuentos pronto pago, volumen, recargos, etc. Este a su vez, es el que se plantea por medio de una investigación de mercados previa, la cual, definirá el precio que se le asignará al entrar al mercado. Hay que destacar que el precio es el único elemento del Mix de Marketing que proporciona ingresos, pues los otros componentes únicamente producen costes. Por otro lado, se debe saber que el precio va íntimamente ligado a la sensación de calidad del producto (así como su exclusividad). Importancia del precio en el Marketing:

1. Es un instrumento a corto plazo

2. Es un poderoso instrumento competitivo en el mercado
3. Es el único instrumento que proporciona ingresos ya que los restantes suponen un gasto.
4. Tiene importantes repercusiones psicológicas sobre el consumidor o usuario.
5. Es la única información disponible en muchas decisiones de compra.

El precio es de vital importancia para poder introducir, promocionar el producto, el precio se determinará en base al costo de producción, considerando también los precios de la competencia. El precio que se fije permitirá sustentar los costos de la compañía, y a la vez poder obtener los márgenes de utilidad requeridos por los accionistas.

Lista de Precios de nuestros productos

VENTAS DE EQUIPOS MEDICOS				
INSUMOS	MARCA	PRECIO S/IVA	VTA X MES EN UNID	TOTAL S/IVA
PAPEL PARA ECOGRAFIA	SONY	\$ 19,00	100	\$ 1.900,00
PAPEL PARA ECOGRAFIA	SONY	\$ 19,00	90	\$ 1.710,00
PAPEL PARA ECOGRAFIA	DURICO	\$ 15,09	90	\$ 1.358,10
PAPEL PARA ECOGRAFIA	DURICO	\$ 12,00	50	\$ 600,00
GALON PARA ECOGRAFIA	PARKER	\$ 24,00	80	\$ 1.920,00
PAPEL PARA EKG	MORTARA	\$ 6,00	50	\$ 300,00
PAPEL PARA EKG	SCHILLER	\$ 5,00	45	\$ 225,00
EQUIPOS				
ELECTROBISTURI	AARON BOVIE	\$ 1.900,00	2	\$ 3.800,00
MONITOR MULTIPARAMETROS	MINDRAY	\$ 1.900,00	2	\$ 3.800,00
PULSOXIMETRO	EDAN	\$ 550,00	3	\$ 1.650,00
DOPLER FETAL	EDAN	\$ 280,00	5	\$ 1.400,00
TENSIOMETROS	RIESTER	\$ 45,00	3	\$ 135,00
ESTETOSCOPIO	RIESTER	\$ 30,00	4	\$ 120,00
IMPRESORA PARA ECOS	SONY	\$ 1.050,00	5	\$ 5.250,00
BALANZA	RICE LAKE	\$ 350,00	4	\$ 1.400,00
LAMPARA CUELLO DE GANSO	GRAFCO	\$ 90,00	4	\$ 360,00
PORTASUERO	GRAFCO	\$ 80,00	7	\$ 560,00
TERMOCUNA	MEDSTAT	\$ 5.500,00	2	\$ 11.000,00

TANQUE DE OXIGENO	MADA	\$ 280,00	4	\$ 1.120,00
BOMBA DE SUCCION	MADA	\$ 280,00	3	\$ 840,00
CHAISLON	NACIONAL	\$ 690,00	1	\$ 690,00
CAMA HOSPITALARIA	HILLROM	\$ 5.900,00	3	\$ 17.700,00
CAMILLA DE TRANSPORTE	HILLROM	\$ 1.500,00	3	\$ 4.500,00
BIOMBOS	GRAFCO	\$ 380,00	2	\$ 760,00
DEFIBRILADOR	ZOLL	\$ 2.900,00	2	\$ 5.800,00
ECOGRAFO PORTATIL	MEDISON	\$ 35.000,00	1	\$ 35.000,00
LAMPARA DE CIRUGIA	POLARIS	\$ 2.500,00	1	\$ 2.500,00
MESA DE MAYO	GRAFCO	\$ 450,00	2	\$ 900,00
MESA DE CIRUGIA	AMSCO	\$ 10.500,00	1	\$ 10.500,00
MICROSCOPIO	SEILER	\$ 2.500,00	1	\$ 2.500,00
TORRE DE LAPAROSCOPIA	STORZ	\$ 4.500,00	1	\$ 4.500,00
VELADOR	GCM	\$ 1.200,00	2	\$ 2.400,00
BALANZA PEDIATRICA	RICE LAKE	\$ 300,00	3	\$ 900,00
ESTERILIZADOR	FANEM	\$ 1.500,00	1	\$ 1.500,00
CHALECO PLOMADO	WOLF	\$ 500,00	1	\$ 500,00
NEGATOSCOPIO	WOLF	\$ 290,00	4	\$ 1.160,00
PROTECTOR DE TIROIDES	WOLF	\$ 90,00	2	\$ 180,00
PROTECTOR DE GONADAS	WOLF	\$ 90,00	2	\$ 180,00
LARINGOSCOPIO	SUNMED	\$ 150,00	3	\$ 450,00
SET DE DIAGNOSTICO DE PARED	RIESTER	\$ 350,00	1	\$ 350,00
AMBU	SUNMED	\$ 85,00	10	\$ 850,00
BOMBAS DE INFUSION	JMS	\$ 1.500,00	2	\$ 3.000,00
HOLTER	MORTARA	\$ 1.200,00	3	\$ 3.600,00
MONITOR DE PRESION ARTERIAL	MORTARA	\$ 3.000,00	4	\$ 12.000,00
ELECTROCARDIOGRAFO	MORTARA	\$ 3.500,00	2	\$ 7.000,00
SILLA DE RUEDAS	TRAVELLER	\$ 350,00	5	\$ 1.750,00
COLCHON ANTIESCARAS	LUMEX	\$ 120,00	10	\$ 1.200,00
MESA GINECOLOGICA	MEDSTAT	\$ 2.900,00	2	\$ 5.800,00
PLACAS PARA ELCTROBISTURI	RON BOVIE	\$ 7,50	10	\$ 75,00
TOTAL :				\$ 167.693,10

Plaza o Distribución.- En este caso se define como dónde comercializar el producto o el servicio que se le ofrece (elemento imprescindible para que el producto sea accesible para el consumidor). Considera el manejo efectivo del

canal de distribución, debiendo lograrse que el producto llegue al lugar adecuado, en el momento adecuado y en las condiciones adecuadas. Inicialmente, dependía de los fabricantes y ahora depende de ella misma.

El producto una vez recibido de los proveedores, se lo almacenará dentro del complejo de bodegas que dispondrá la empresa, apartar de la culminación de este proceso, continua el proceso de distribución.

El departamento de logística es el encargado de aprovisionar la cantidad de inventario necesario para poder satisfacer la demanda de los clientes, así también se encarga de organizar las rutas para optimizar el proceso de distribución y reparto, hasta que el producto llegue al consumidor, tratando que sea de forma ágil.

Promoción.- Es comunicar, informar y persuadir al cliente y otros interesados sobre la empresa, sus productos, y ofertas, para el logro de los objetivos organizacionales (cómo es la empresa=comunicación activa; cómo se percibe la empresa=comunicación pasiva). La mezcla de promoción está constituida por Promoción de ventas, Fuerza de venta o Venta personal, Publicidad y Relaciones Públicas, y Comunicación Interactiva (Marketing directo por mailing, emailing, catálogos, webs, telemarketing, etc.).

Considerando el tipo de producto que se comercializará, la promoción que se realizará, campañas de acercamiento al cliente, se centrará en mantener unas excelentes relaciones directas con ellos. En este caso no existirá publicidad masiva, se realizará material Promocionales y presentaciones a los clientes, para poder introducir, y comerciar el nuevo producto.⁶

⁶ Diana Gaitan, *ELEMENTOS DE LA MEZCLA DE MARKETING*-Escrito por madivama el 18/06/2008



AFICHE PUBLICITARIO



ALFA Medical

Prezando por el Respeto de Vida

VENTA DE EQUIPOS MÉDICOS



- Microscopios
- Doppler
- Pulso Oxímetros
- Monitores



- Basculas
- Tomógrafos
- Tubos
- Corposcopio
- Tensiómetros
- Equipos de Rayos X

- Electrocardiógrafos
- Corposcopio
- Tensiómetros

Propietarios:
**Alejandro López
y Wendy Franco**

A su Servicio

**DIRECCIÓN: GARCÍA MORENO Y TORRES CAUSAANA
MILAGRO - ECUADOR**

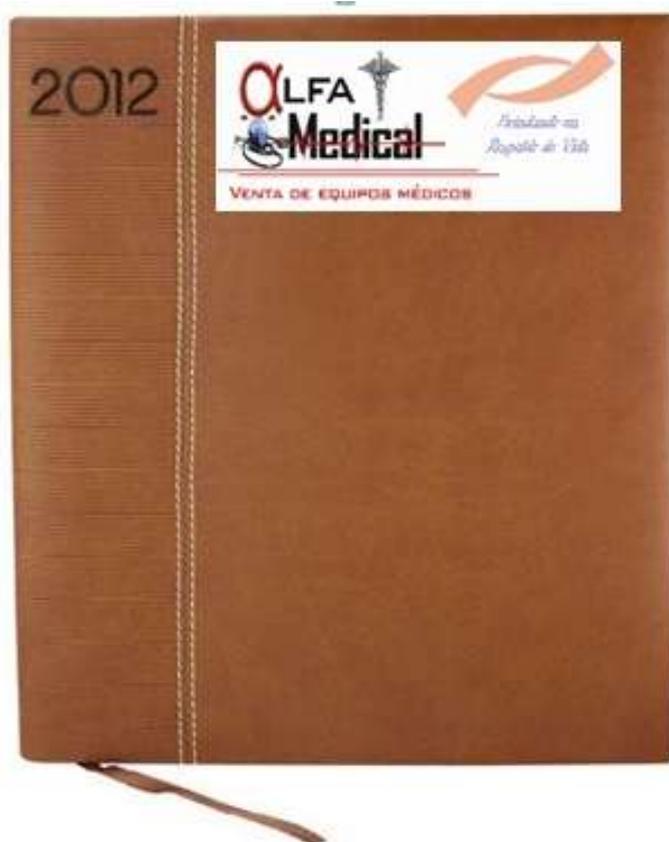
TELÉFONOS: 085763994 • 082908640

E- mail: rald19@hotmail.com

Jarras promocionales



Agendas promocionales



Logotipo



Slogan

BRINDANDO UN RESPALDO DE VIDA

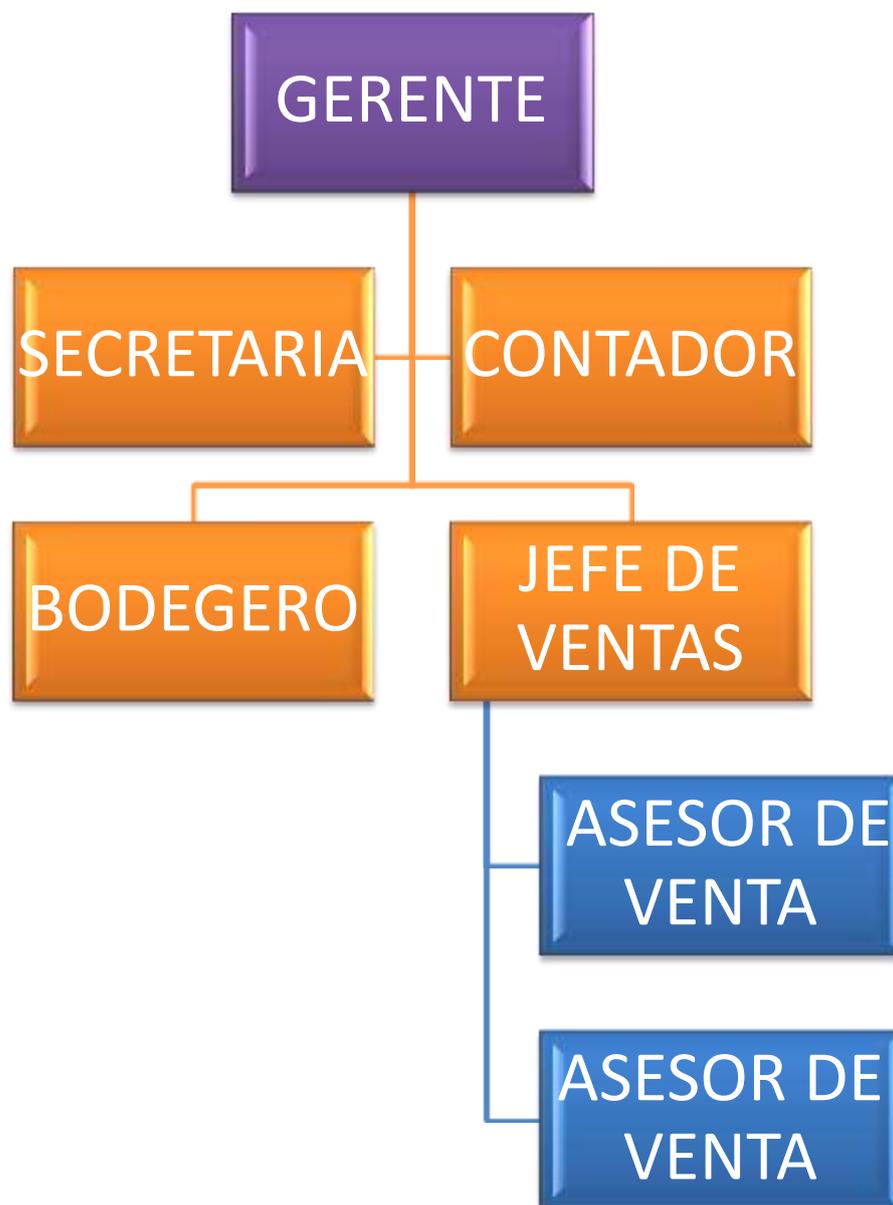
5.7.2 Recursos, Análisis Financiero

Nombre de la Empresa

Distribuidora de Insumos y equipos médicos ALFAMEDICAL S.A.



RECURSOS HUMANOS



Manual de funciones

IDENTIFICACION DEL CARGO

NOMBRE DEL CARGO: GERENTE
AREA: ADMINISTRATIVA
SE REPORTA A: JUNTA DIRECTIVA
SUPERVISA A: CONTADOR, SECRETARIA

FUNCION PRINCIPAL

Es el responsable de supervisar las funciones del administrador, es el encargado de planificar, organizar, dirigir, controlar y tomar decisiones de las actividades a las que se dedica la empresa, creando y desarrollando estrategias para mantener una organización estable y competitiva.

DESCRIPCION DE LAS FUNCIONES ESPECÍFICAS

1. La representación legal, judicial y extrajudicial.
2. Ejercer continuamente con las nuevas técnicas y métodos gerenciales.
3. Realizar reuniones con el personal que labora en la empresa.
4. Cumplir con los objetivos, estrategias y metas establecidas.
5. Firma cheques girados.
6. Firma obligaciones fiscales y sociales.
7. En reuniones con el contador se encarga de revisar la documentación para proceder a aprobación y firma.
8. Revisión y aprobación de estados Financieros (conjunto con administrador y contador).

REQUISITOS

1. Profesional, Ingeniero Comercial; Administrador de Empresas o carreras afines.
2. Experiencia de Gerencia mínima de 3 años.
3. Curso de Relaciones Humanas.

NOMBRE DEL CARGO: SECRETARIA
AREA: ADMINISTRATIVA
SE REPORTA A: GERENTE

FUNCION PRINCIPAL

Es la encargada de brindar a su jefe un apoyo incondicional con las tareas establecidas, además de acompañar en la vigilancia de los procesos a seguir en el área de mercadeo.

DESCRIPCION DE LAS FUNCIONES ESPECÍFICAS

1. Reclutar las solicitudes de servicios por parte del departamento de servicio al cliente.
2. Hacer una evaluación periódica de proveedores para verificar el cumplimiento y servicios de estos.
3. Recibir e informar asuntos que tenga que ver con el departamento correspondiente para que todo estemos informados y desarrollar bien el trabajo asignado.
4. Atender y orientar al público que solicite los servicios de una manera cortés y amable para que la información sea más fluida y clara.
5. Hacer y recibir llamadas telefónicas para tener informado a los jefes de los compromisos y demás asuntos.
6. Obedecer y realizar instrucciones que le sean asignadas por su jefe

REQUISITOS

1. Excelente redacción y ortografía.
2. Facilidad de expresión verbal y escrita.
3. Facilidad para interactuar en grupos.
4. Conocimiento y dominio de Windows, Microsoft Office, Star Office, Linux e Internet.
5. Brindar apoyo a todos los departamentos.
6. Desempeñarse eficientemente en cualquier Área Administrativa.

7. Conocimientos en el área de logística, Créditos, Cobranzas y Atención al Cliente.
8. Aptitudes para la organización.
9. Buenas relaciones interpersonales.
10. Dinámica y entusiasta.
11. Habilidades para el planeamiento, innovación, motivación, liderazgo y toma de decisiones.
12. Capacidad de trabajar en equipo y bajo presión.

NOMBRE DEL CARGO: CONTADOR
AREA: ADMINISTRATIVA
SE REPORTA A: GERENTE

FUNCION PRINCIPAL

Es la persona encargada de la administración contable de la empresa, de generar los recursos para las compras y administrar las ventas realizadas en la empresa.

DESCRIPCION DE LAS FUNCIONES ESPECÍFICAS

1. Recibe y clasifica todos los documentos, debidamente enumerados que le sean asignados (comprobante de ingreso, cheques nulos, cheques pagados, cuentas por cobrar y otros).
2. Prepara los estados financieros y balances de ganancias y pérdidas.
3. Contabiliza las nóminas de pagos del personal de la Institución.
4. Revisa y conforma cheques, órdenes de compra, solicitudes de pago, entre otros.
5. Elabora comprobantes de los movimientos contables.
6. Elabora los asientos contables, de acuerdo al manual de procedimientos de la unidad de registro, en la documentación asignada.
7. Emite cheques correspondientes a pagos de proveedores y servicios de personal, etc.
8. Lleva el control de cuentas por pagar.
9. Lleva el control bancario de los ingresos de la Institución que entran por caja.

10. Realiza transferencias bancarias.
11. Elabora órdenes de pago para la reposición de caja chica de las dependencias.
12. Elabora informes periódicos de las actividades realizadas.
13. Realiza cualquier otra tarea afín que le sea asignada.

REQUISITOS

1. Ser profesional del área contable (Ingeniero en C.P.A.)
2. Tener tres años de experiencia en cargos afines
3. Dominio en:
4. Principios y prácticas de contabilidad.
5. Aplicación y desarrollo de sistemas contables.
6. Leyes, reglamentos y decretos con el área de contabilidad.
7. Clasificación y análisis de la información contable.
8. Procesador de palabras.
9. Sistemas operativos.
10. Hoja de cálculo.
11. Curso de Relaciones Humanas.

NOMBRE DEL CARGO: JEFE DE BODEGA
AREA: ADMINISTRATIVA
SE REPORTA A: GERENTE
SUPERVISA A: BODEGERO Y TECNICO

FUNCION PRINCIPAL

Es la persona encargada de supervisar la recepción, almacenamiento y entrega insumos y equipos médicos de la empresa.

DESCRIPCION DE LAS FUNCIONES ESPECÍFICAS

1. Control de inventario de entrega y recepción de mercadería
2. Supervisión de despacho de mercadería
3. Despacho de camiones con o sin mercadería
4. Planificación, organización y control de mercadería
5. Diligenciar los documentos necesarios que certifiquen el recibo y despacho de mercadería

REQUISITOS

1. Tener estudios superiores en el área Industrial (Ingeniero industrial)
2. Tener tres años de experiencia mínimos en el área
3. Tener conocimiento de sistemas informáticos
4. Curso de Relaciones Humanas.

NOMBRE DEL CARGO: JEFE DE VENTAS
AREA: ADMINISTRATIVA
SE REPORTA A: GERENTE
SUPERVISA A: ASESORES DE VENTAS

FUNCION PRINCIPAL

El Jefe de ventas debe lograr sus deberes dentro de un esquema mayor de objetivos organizacionales, estrategias de marketing y objetivos de mercado, en tanto que monitorea continuamente el trabajo de sus colaboradores.

DESCRIPCION DE LAS FUNCIONES ESPECÍFICAS

1. Planeación y presupuesto de ventas.
2. Estructura de la organización de ventas.
3. Reclutamiento, selección y entrenamiento de la fuerza de ventas.
4. Compensación, motivación y dirección de la fuerza de ventas.
5. Análisis del volumen de ventas, costos y utilidades.
6. Medición y evaluación del desempeño de la fuerza de ventas.
7. Monitoreo, control del ámbito de la comercialización.

REQUISITOS

1. Tener entre 25 y 35 años de edad
2. Estudios profesionales en marketing, publicidad o carreras a fines
3. Alto sentido de responsabilidad y honorabilidad.
4. Acostumbrado a trabajar bajo presión y por objetivos.
5. Capacidad de toma de decisiones.

NOMBRE DEL CARGO: **ASESOR DE VENTAS**
AREA: **ADMINISTRATIVA**
SE REPORTA A: **GERENTE, JEFE DE VENTAS**

FUNCION PRINCIPAL

Es el encargado de establecer y ejecutar las estrategias de marketing y objetivos de mercado, para dar a conocer el servicio que se está brindando, de una forma organizada para garantizar el aumento del volumen de las ventas.

DESCRIPCION DE LAS FUNCIONES ESPECÍFICAS

1. Analizar y desarrollar la metodología de trabajo incluida en el «manual de ventas».
2. Determinar el potencial de compra de las diferentes categorías de clientes.
3. Elaborar las previsiones de venta de común acuerdo con el departamento de ventas.
4. Planificar los objetivos y estrategias de su trabajo, desarrollar una estructura organizativa de venta capaz de alcanzar los objetivos.

REQUISITOS

5. Tener entre 25 y 35 años de edad
6. Estudios profesionales en marketing, publicidad o carreras a fines
7. Alto sentido de responsabilidad y honorabilidad.
8. Acostumbrado a trabajar bajo presión y por objetivos.
9. Capacidad de toma de decisiones.
10. Capacidad de respuesta a la demanda del cliente.
11. Actitudes positivas en las relaciones entre clientes.

Análisis financiero

VARIABLES	
VARIABLES DE INGRESO	5%
VARIABLES DE EGRESO	5%

INVERSIONES

DETALLE DE ACTIVOS			
CANTIDAD	DESCRIPCION	C. UNITARIO	C. TOTAL
6	escritorios	380	2.280,00
1	mostrador	220	220,00
6	silla ejecutiva	165	990,00
6	vitriñas	320	1.920,00
3	sillas tripersonales	120	360,00
TOTAL DE MUEBLES Y ENSERES			5.770,00
EQUIPOS DE OFICINA			
1	aire acondicionado split 24000 btu	1200	1.200,00
1	dispensador de agua	210	210,00
1	caja registradora	800	800,00
2	telefono	140	280,00
TOTAL DE EQUIPOS DE OFICINA			2.490,00
EQUIPOS DE COMPUTO			
2	computadora	875	1.750,00
2	impresora multifunción	210	420,00
TOTAL DE EQUIPOS DE COMPUTO			2.170,00
TOTAL DE ACTIVOS			10.430,00

FINANCIAMIENTO

INVERSION DEL PROYECTO	
EQUIPOS DE COMPUTO	2.170,00
MUEBLES Y ENSERES	5.770,00
EQUIPOS DE OFICINA	2.490,00
CAJA BANCO	15.000,00
TOTAL DE LA INVERSION	25.430,00

TABLA DE AMORTIZACIÓN

PERIODO	CAPITAL	INTERES	PAGO	SALDO
				12.000,00
1	200,00	152,00	352,00	11.800,00
2	200,00	149,47	349,47	11.600,00
3	200,00	146,93	346,93	11.400,00
4	200,00	144,40	344,40	11.200,00
5	200,00	141,87	341,87	11.000,00
6	200,00	139,33	339,33	10.800,00
7	200,00	136,80	336,80	10.600,00
8	200,00	134,27	334,27	10.400,00
9	200,00	131,73	331,73	10.200,00
10	200,00	129,20	329,20	10.000,00
11	200,00	126,67	326,67	9.800,00
12	200,00	124,13	324,13	9.600,00
1	2.400,00	1.656,80	4.056,80	9.600,00
13	200,00	121,60	321,60	9.400,00
14	200,00	119,07	319,07	9.200,00
15	200,00	116,53	316,53	9.000,00
16	200,00	114,00	314,00	8.800,00
17	200,00	111,47	311,47	8.600,00
18	200,00	108,93	308,93	8.400,00
19	200,00	106,40	306,40	8.200,00
20	200,00	103,87	303,87	8.000,00
21	200,00	101,33	301,33	7.800,00
22	200,00	98,80	298,80	7.600,00
23	200,00	96,27	296,27	7.400,00
24	200,00	93,73	293,73	7.200,00
2	2.400,00	1.292,00	3.692,00	7.200,00
25	200,00	91,20	291,20	7.000,00
26	200,00	88,67	288,67	6.800,00
27	200,00	86,13	286,13	6.600,00
28	200,00	83,60	283,60	6.400,00
29	200,00	81,07	281,07	6.200,00
30	200,00	78,53	278,53	6.000,00
31	200,00	76,00	276,00	5.800,00
32	200,00	73,47	273,47	5.600,00
33	200,00	70,93	270,93	5.400,00
34	200,00	68,40	268,40	5.200,00
35	200,00	65,87	265,87	5.000,00
36	200,00	63,33	263,33	4.800,00
3	2.400,00	927,20	3.327,20	4.800,00

37	200,00	60,80	260,80	4.600,00
38	200,00	58,27	258,27	4.400,00
39	200,00	55,73	255,73	4.200,00
40	200,00	53,20	253,20	4.000,00
41	200,00	50,67	250,67	3.800,00
42	200,00	48,13	248,13	3.600,00
43	200,00	45,60	245,60	3.400,00
44	200,00	43,07	243,07	3.200,00
45	200,00	40,53	240,53	3.000,00
46	200,00	38,00	238,00	2.800,00
47	200,00	35,47	235,47	2.600,00
48	200,00	32,93	232,93	2.400,00
4	2.400,00	562,40	2.962,40	2.400,00
49	200,00	30,40	230,40	2.200,00
50	200,00	27,87	227,87	2.000,00
51	200,00	25,33	225,33	1.800,00
52	200,00	22,80	222,80	1.600,00
53	200,00	20,27	220,27	1.400,00
54	200,00	17,73	217,73	1.200,00
55	200,00	15,20	215,20	1.000,00
56	200,00	12,67	212,67	800,00
57	200,00	10,13	210,13	600,00
58	200,00	7,60	207,60	400,00
59	200,00	5,07	205,07	200,00
60	200,00	2,53	202,53	0,00
5	2.400,00	197,60	2.597,60	0,00

DETALLES DE GASTOS					
GASTOS ADMINISTRATIVOS					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1 GERENTE	6.000,00	6.300,00	6.615,00	6.945,75	7.293,04
1 CONTADOR	4.800,00	5.040,00	5.292,00	5.556,60	5.834,43
1 SECRETARIA	3.504,00	3.679,20	3.863,16	4.056,32	4.259,13
1 JEFE DE VENTAS	4.200,00	4.410,00	4.630,50	4.862,03	5.105,13
1 BODEGUERO	3.840,00	4.032,00	4.233,60	4.445,28	4.667,54
2 VENDEDORES	27.441,60	28.813,68	30.254,36	31.767,08	33.355,44
1 GUARDIA	3.504,00	3.679,20	3.863,16	4.056,32	4.259,13
APORTE PATRONAL	5.941,79	6.238,88	6.550,82	6.878,37	7.222,28
DECIMO CUARTO	3.212,00	3.372,60	3.541,23	3.718,29	3.904,21
DECIMO TERCERO	4.440,80	4.662,84	4.895,98	5.140,78	5.397,82
TOTAL DE GASTOS ADMINISTRATIVOS	66.884,19	70.228,40	73.739,82	77.426,81	81.298,15
GASTOS GENERALES					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
AGUA	240,00	252,00	264,60	277,83	291,72
ENERGIA ELECTRICA	960,00	1.008,00	1.058,40	1.111,32	1.166,89
TELEFONO	720,00	756,00	793,80	833,49	875,16
UTILES DE OFICINA	600,00	630,00	661,50	694,58	729,30
MATERIALES DE LIMPIEZA	300,00	315,00	330,75	347,29	364,65
DEPRECIACION MUEBLES Y ENSERES	577,00	577,00	577,00	577,00	577,00
DEPRECIACION DE EQUIPO DE COMPUTACION	723,26	723,26	723,26	-	-
DEPRECIACION DE EQUIPO DE OFICINA	249,00	249,00	249,00	249,00	249,00
TOTAL DE GASTOS GENERALES	4.369,26	4.510,26	4.658,31	4.090,50	4.253,73
GASTOS DE VENTAS					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
TRANSPORTE	600,00	630,00	661,50	694,58	729,30
ALQUILER	800,00	840,00	882,00	926,10	972,41
PUBLICIDAD	1.800,00	1.890,00	1.984,50	2.083,73	2.187,91
TOTAL GASTOS DE VENTAS	12.000,00	12.600,00	13.230,00	13.891,50	14.586,08

DETALLE DE COSTO DE VENTA								
DESCRIPCIÓN	CANT.	VALOR UNIT.	VALOR TOTAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INSUMOS								
PAPEL PARA ECOGRAFIA	100	15,00	1700	20.400,00	21.420,00	22.491,00	23.615,55	24.796,33
PAPEL PARA ECOGRAFIA	90	17,00	1125	13.500,00	14.175,00	14.883,75	15.627,94	16.409,33
PAPEL PARA ECOGRAFIA	90	12,50	720	8.640,00	9.072,00	9.525,60	10.001,88	10.501,97
PAPEL PARA ECOGRAFIA	50	8,00	1200	14.400,00	15.120,00	15.876,00	16.669,80	17.503,29
GALON PARA ECOGRAFIA	80	24,00	480	5.760,00	6.048,00	6.350,40	6.667,92	7.001,32
PAPEL PARA EKG	50	6,00	250	3.000,00	3.150,00	3.307,50	3.472,88	3.646,52
PAPEL PARA EKG	45	5,00	225	2.700,00	2.835,00	2.976,75	3.125,59	3.281,87
EQUIPOS								
ELECTROBISTURI	2	1.500,00	3000	36.000,00	37.800,00	39.690,00	41.674,50	43.758,23
MONITOR MULTIPARAMETROS	2	1.500,00	3000	36.000,00	37.800,00	39.690,00	41.674,50	43.758,23
PULSOXIMETRO	3	520,00	1560	18.720,00	19.656,00	20.638,80	21.670,74	22.754,28
DOPLER FETAL	5	250,00	1250	15.000,00	15.750,00	16.537,50	17.364,38	18.232,59
TENSIOMETROS	3	35,00	105	1.260,00	1.323,00	1.389,15	1.458,61	1.531,54
ESTETOSCOPIO	4	25,00	100	1.200,00	1.260,00	1.323,00	1.389,15	1.458,61
IMPRESORA PARA ECOS	5	1.000,00	5000	60.000,00	63.000,00	66.150,00	69.457,50	72.930,38
BALANZA	4	320,00	1280	15.360,00	16.128,00	16.934,40	17.781,12	18.670,18
LAMPARA CUELLO DE GANSO	4	85,00	340	4.080,00	4.284,00	4.498,20	4.723,11	4.959,27
PORTASUERO	7	70,00	490	5.880,00	6.174,00	6.482,70	6.806,84	7.147,18
TERMOCUNA	2	5.200,00	10400	124.800,00	131.040,00	137.592,00	144.471,60	151.695,18
TANQUE DE OXIGENO	4	250,00	1000	12.000,00	12.600,00	13.230,00	13.891,50	14.586,08
BOMBA DE SUCCION	3	250,00	750	9.000,00	9.450,00	9.922,50	10.418,63	10.939,56
CHAISLON	1	690,00	690	8.280,00	8.694,00	9.128,70	9.585,14	10.064,39
CAMA HOSPITALARIA	3	5.900,00	17700	212.400,00	223.020,00	234.171,00	245.879,55	258.173,53
CAMILLA DE TRANSPORTE	3	1.500,00	4500	54.000,00	56.700,00	59.535,00	62.511,75	65.637,34
BIOMBOS	2	380,00	760	9.120,00	9.576,00	10.054,80	10.557,54	11.085,42
DEFIBRILADOR	2	2.900,00	5800	69.600,00	73.080,00	76.734,00	80.570,70	84.599,24
ECOGRAFO PORTATIL	1	35.000,00	35000	420.000,00	441.000,00	463.050,00	486.202,50	510.512,63
LAMPARA DE CIRUGIA	1	2.500,00	2500	30.000,00	31.500,00	33.075,00	34.728,75	36.465,19
MESA DE MAYO	2	450,00	900	10.800,00	11.340,00	11.907,00	12.502,35	13.127,47
MESA DE CIRUGIA	1	10.500,00	10500	126.000,00	132.300,00	138.915,00	145.860,75	153.153,79
MICROSCOPIO	1	2.500,00	2500	30.000,00	31.500,00	33.075,00	34.728,75	36.465,19
TORRE DE LAPAROSCOPIA	1	4.500,00	4500	54.000,00	56.700,00	59.535,00	62.511,75	65.637,34
VELADOR	2	1.200,00	2400	28.800,00	30.240,00	31.752,00	33.339,60	35.006,58
BALANZA PEDIATRICA	3	300,00	900	10.800,00	11.340,00	11.907,00	12.502,35	13.127,47
ESTERILIZADOR	1	1.500,00	1500	18.000,00	18.900,00	19.845,00	20.837,25	21.879,11
CHALECO PLOMADO	1	500,00	500	6.000,00	6.300,00	6.615,00	6.945,75	7.293,04
NEGATOSCOPIO	4	290,00	1160	13.920,00	14.616,00	15.346,80	16.114,14	16.919,85
PROTECTOR DE TIROIDES	2	90,00	180	2.160,00	2.268,00	2.381,40	2.500,47	2.625,49
PROTECTOR DE GONADAS	2	90,00	180	2.160,00	2.268,00	2.381,40	2.500,47	2.625,49
LARINGOSCOPIO	3	150,00	450	5.400,00	5.670,00	5.953,50	6.251,18	6.563,73
SET DE DIAGNOSTICO DE PARED	1	350,00	350	4.200,00	4.410,00	4.630,50	4.862,03	5.105,13
AMBU	10	85,00	850	10.200,00	10.710,00	11.245,50	11.807,78	12.398,16
BOMBAS DE INFUSION	2	1.500,00	3000	36.000,00	37.800,00	39.690,00	41.674,50	43.758,23
HOLTER	3	1.200,00	3600	43.200,00	45.360,00	47.628,00	50.009,40	52.509,87
MONITOR DE PRESION ARTERIAL	4	3.000,00	12000	144.000,00	151.200,00	158.760,00	166.698,00	175.032,90
ELECTROCARDIOGRAFO	2	3.500,00	7000	84.000,00	88.200,00	92.610,00	97.240,50	102.102,53
SILLA DE RUEDAS	5	350,00	1750	21.000,00	22.050,00	23.152,50	24.310,13	25.525,63
COLCHON ANTIESCARAS	10	120,00	1200	14.400,00	15.120,00	15.876,00	16.669,80	17.503,29
MESA GINECOLOGICA	2	2.900,00	5800	69.600,00	73.080,00	76.734,00	80.570,70	84.599,24
PLACAS PARA ELCTROBISTURI	10	7,50	75	900,00	945,00	992,25	1.041,86	1.093,96
				\$ 1.946.640,00	\$ 2.043.972,00	\$ 2.146.170,60	\$ 2.253.479,13	\$ 2.366.153,09

ESTADO DE RESULTADO					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS	\$ 2.043.360,00	\$ 2.145.528,00	\$ 2.252.804,40	\$ 2.365.444,62	\$ 2.483.716,85
(-)COSTO DE PRODUCCION	\$ 1.946.640,00	\$ 2.043.972,00	\$ 2.146.170,60	\$ 2.253.479,13	\$ 2.366.153,09
UTILIDAD BRUTA	\$ 96.720,00	\$ 101.556,00	\$ 106.633,80	\$ 111.965,49	\$ 117.563,76
(-)GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 66.884,19	\$ 70.228,40	\$ 73.739,82	\$ 77.426,81	\$ 81.298,15
(-)GASTOS GENERALES	\$ 4.369,26	\$ 4.510,26	\$ 4.658,31	\$ 4.090,50	\$ 4.253,73
(-)GASTOS DE VENTAS	\$ 12.000,00	\$ 12.600,00	\$ 13.230,00	\$ 13.891,50	\$ 14.586,08
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 13.466,55	\$ 14.217,34	\$ 15.005,67	\$ 16.556,68	\$ 17.425,81
(-)GASTOS FINANCIEROS	\$ 1.656,80	\$ 1.292,00	\$ 927,20	\$ 562,40	\$ 197,60
UTILIDAD ANTES DE PART. DE TRAB.	\$ 11.809,75	\$ 12.925,34	\$ 14.078,47	\$ 15.994,28	\$ 17.228,21
PARTICIPACION DE EMPLEADOS	\$ 1.771,46	\$ 1.938,80	\$ 2.111,77	\$ 2.399,14	\$ 2.584,23
UTILIDAD ANTES DE IMP.	\$ 10.038,29	\$ 10.986,54	\$ 11.966,70	\$ 13.595,14	\$ 14.643,98
IMPUESTO	\$ 2.509,57	\$ 2.746,63	\$ 2.991,67	\$ 3.398,78	\$ 3.660,99
UTILIDAD NETA	\$ 7.528,71	\$ 8.239,90	\$ 8.975,02	\$ 10.196,35	\$ 10.982,98

FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS OPERATIVOS						
VENTAS		2.043.360,00	2.145.528,00	2.252.804,40	2.365.444,62	2.483.716,85
TOTAL INGRESOS OPERATIVOS		2.043.360,00	2.145.528,00	2.252.804,40	2.365.444,62	2.483.716,85
EGRESOS OPERATIVOS						
INVERSION INICIAL	25.430,00					
GASTO DE ADMINISTRATIVOS		66.884,19	70.228,40	73.739,82	77.426,81	81.298,15
GASTO DE VENTAS		12.000,00	12.600,00	13.230,00	13.891,50	14.586,08
GASTOS GENERALES		2.820,00	2.961,00	3.109,05	3.264,50	3.427,73
COSTOS DE VENTAS		1.946.640,00	2.043.972,00	2.146.170,60	2.253.479,13	2.366.153,09
PAGO PARTICIP. EMPLEADOS		1.771,46	1.938,80	2.111,77	2.399,14	2.584,23
PAGO DEL IMPUESTO A LA RENTA		2.509,57	2.746,63	2.991,67	3.398,78	3.660,99
TOTAL DE EGRESOS OPERATIVOS	25.430,00	2.032.625,22	2.134.446,84	2.241.352,91	2.353.859,87	2.471.710,27
FLUJO OPERATIVO	-25.430,00	10.734,78	11.081,16	11.451,49	11.584,75	12.006,58
INGRESOS NO OPERATIVOS						
PRESTAMO BANCARIO	12.000,00					
TOTAL ING. NO OPERATIVOS	12.000,00					
EGRESOS NO OPERATIVOS						
INVERSIONES						
PAGO DE CAPITAL		2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00
PAGO DE INTERESES		1.656,80	1.292,00	927,20	562,40	197,60
TOTAL EGRESOS NO OPERATIVOS	-	4.056,80	3.692,00	3.327,20	2.962,40	2.597,60
FLUJO NETO NO OPERATIVO	12.000,00	-4.056,80	-3.692,00	-3.327,20	-2.962,40	-2.597,60
FLUJO NETO	-13.430,00	6.677,98	7.389,16	8.124,29	8.622,35	9.408,98
SALDO INICIAL	15.000,00	15.000,00	21.677,98	29.067,14	37.191,43	45.813,78
FLUJO ACUMULADO	15.000,00	21.677,98	29.067,14	37.191,43	45.813,78	55.222,76

DETALLE BALANCE GENERAL						
BALANCE GENERAL	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CUENTAS						
ACTIVO CORRIENTE						
CAJA -BANCOS	15.000,00	21.677,98	29.067,14	37.191,43	45.813,78	55.222,76
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	15.000,00	21.677,98	29.067,14	37.191,43	45.813,78	55.222,76
ACTIVOS FIJOS	10.430,00	10.430,00	10.430,00	10.430,00	10.430,00	10.430,00
DEPRECIAC. ACUMULADA		1.549,26	3.098,52	4.647,78	5.473,78	6.299,78
TOTAL DE ACTIVO FIJO	10.430,00	8.880,74	7.331,48	5.782,22	4.956,22	4.130,22
TOTAL DE ACTIVOS	<u>25.430,00</u>	<u>30.558,71</u>	<u>36.398,62</u>	<u>42.973,64</u>	<u>50.769,99</u>	<u>59.352,98</u>
PASIVO						
PASIVO CORRIENTE						
PRESTAMO	12.000,00	9.600,00	7.200,00	4.800,00	2.400,00	0,00
PART. EMPL. POR PAGAR						
IMP. A LA RENTA POR PAGAR						
TOTAL PASIVO	12.000,00	9.600,00	7.200,00	4.800,00	2.400,00	0,00
PATRIMONIO						
APOORTE CAPITAL	13.430,00	13.430,00	13.430,00	13.430,00	13.430,00	13.430,00
UTILIDAD DEL EJERCICIO		7.528,71	8.239,90	8.975,02	10.196,35	10.982,98
UTILIDAD AÑOS ANTERIORES			7.528,71	15.768,62	24.743,64	34.939,99
TOTAL PATRIMONIO	13.430,00	20.958,71	29.198,62	38.173,64	48.369,99	59.352,98
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	<u>25.430,00</u>	<u>30.558,71</u>	<u>36.398,62</u>	<u>42.973,64</u>	<u>50.769,99</u>	<u>59.352,98</u>

INDICES FINANCIEROS						
DESCRIPCION	INV. INICIAL	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
Flujos netos	-25.430,00	10.734,78	11.081,16	11.451,49	11.584,75	12.006,58

TASA DE DESCUENTO	
TASA DE DESCUENTO	20,00%

SUMA DE FLUJOS DESCONTADOS		33.679,88
VAN	POSITIVO	8.249,88
INDICE DE RENTABILIDAD I.R.	MAYOR A 1	4,08
RENDIMIENTO REAL	MAYOR A 12	308,25
TASA INTERNA DE RETORNO		34%

RATIOS FINANCIEROS	
VENTAS	2043360,00
COSTO DIRECTO	1.946.640,00
COSTO INDIRECTO	83253,45
FLUJO NETO	6677,98
PAGO DE DIVIDENDOS	2400,00
GASTOS FINANCIEROS	1656,80
GASTOS PERSONAL	66884,19
ACTIVOS FIJOS NETOS	30.558,71

PUNTO DE EQUILIBRIO	
EN DOLARES	1758858,28
EN PORCENTAJE	86,08%

CAPITAL DE TRABAJO		
	POSITIVO	6677,98
INDICE DE LIQUIDEZ	MAYOR A 1	3,78
VALOR AGREGADO SOBRE VENTAS	MENOR A 50%	3,35%
INDICE DE EMPLEO		2,19

5.7.3 Impacto

Impacto Ambiental

Para la elaboración de un proyecto de cualquier tipo es importante darnos cuenta de el Impacto que este genera al medio ambiente, a lo largo de toda la investigación pudimos notar que el impacto ambiental es de cero, ya que estos insumos hospitalarios en su mayoría son descartables y que con un buen manejo de desechos hospitalarios, no perjudicarían al medio ambiente.

El presente proyecto se aplicara con el cumplimiento de todos los reglamentos que la ley exige para el manejo adecuado de los residuos contaminantes que la aplicación del mismo pudiere ocasionar, el Reglamento a la Ley de Gestión Ambiental para la Prevención y Control de la Contaminación Ambiental en su artículo 58 estipula que es necesario evaluar el nivel de afectación al medio que sus actividades induzcan y permitirán tomar las acciones necesarias para que tanto sus operaciones como instalaciones cumplan con las regulaciones ambientales vigentes.

Impacto Social

El impacto que ocasionará en la sociedad será muy favorable ya que las encuestas nos han podido demostrar que la aceptación del servicio es numerosa debido a que disminuiría considerablemente el tiempo de entrega de los insumos, y de esta manera podrían brindar una atención ágil y oportuna a su paciente, beneficiando así a la comunidad en general.

5.7.4 Cronograma

ACTIVIDADES	NÚMERO DE SEMANAS EMPLEADAS PARA EJECUTAR LA PROPUESTA											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Constitución de la compañía	■	■	■	■								
Gestión de Financiamiento bancario		■	■	■	■							
Adquisición de Implementos			■	■	■							
Preparación de las instalaciones			■	■	■	■						
Adecuación del Local				■	■	■						
Campañas Publicitarias					■	■	■	■				
Contratación del Personal						■	■	■	■			
Capacitación del Personal								■	■	■	■	
Revisión de Campañas Publicitarias											■	■

5.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta

Políticas de la empresa

En ALFA MEDICAL S.A., ponemos a disposición y al alcance del sector salud, los mejores equipos, accesorios e insumos médicos requeridos, junto al respaldo técnico de excelencia necesario para realizar diagnósticos y tratamientos médicos de alta calidad. Consecuente con ello, asumimos los siguientes compromisos respecto a la Calidad.

El Cliente es lo primero.

La satisfacción de nuestros Clientes es la clave del negocio. Queremos desarrollar relaciones duraderas con nuestros Clientes, alcanzando y superando sus expectativas con nuestros productos, atención y servicio. Nuestra obligación es conocer y entender lo que quiere el cliente y responder a sus expectativas en forma rápida y eficiente.

La Calidad se produce

La Calidad que caracteriza a nuestra Empresa no se obtiene por casualidad, es el resultado de acciones planificadas, desde la selección del producto, hasta su almacenamiento, distribución y soporte técnico. Es deber de todos en la Empresa, incorporar la Calidad durante todos los procesos.

La Calidad es resultado de personas

La Calidad se obtiene con productos, procesos y sistemas adecuados, pero fundamentalmente gracias al compromiso de las personas. Todos y cada uno de quienes trabajamos en la Empresa contribuimos a entregar productos y servicios de Calidad en forma sostenida.

La Calidad se mejora en forma continua

Debemos mejorar la Calidad en forma permanente, no sólo de los productos y servicios, sino también de nuestros métodos, procesos y sistemas.

CONCLUSIONES

De acuerdo con la investigación realizada hemos llegado a la conclusión que de acuerdo al análisis de la encuesta podemos notar la problemática que ocurre por no contar en la ciudad con una distribuidora de insumos y equipos médicos, que agilite y facilite la atención tanto hospitalaria como ambulatoria, en el área de la medicina un segundo marca una vital importancia entre la vida y la muerte.

Adicional a esto, pudimos notar que el mercado de insumos médicos es un mercado que presenta un nivel de crecimiento constante, el crecimiento de la nueva compañía se ve marcado directamente proporcional por el crecimiento de la demanda del mercado.

Los resultados financieros obtenidos, se puede concluir que la compañía presenta un rendimiento ligeramente superior al rendimiento exigido por los accionistas, lo que significa que el proyecto de inversión es financieramente rentable.

RECOMENDACIONES

Con el fin de poder maximizar los beneficios futuros de la compañía, se recomienda lo siguiente:

- Poder intensificar, desarrollar y mejorar la relación con clientes, ya que el proceso de comercialización de este tipo de productos se lo realiza de manera bastante cercana al cliente, así se podrá ganar participación de mercado, reconocimiento de marca y de firma.
- Se recomienda, diversificar la cartera de productos con el fin de que la compañía no concentre sus resultados económicos y financieros en un solo producto estrella.
- Considerar la negociación con otro proveedor/ productor del producto base para la comercialización, con el fin de reducir el poder de negociación del proveedor.

BIBLIOGRAFIA

¹ (Milagro, 2011) Según consta en el Departamento de Avalúos y Catastro del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Milagro

² LEY DE COMPAÑIAS Codificación No. 000. RO/ 312 de 5 de noviembre de 1999.

³ <http://serviciosciudadanos.quito.gob.ec>

⁴ <http://www.eoi.es>- 12 mar 2012

⁵ **Lic. Magdalena Lucecita Ferreira De Macedo, *OTROS CONCEPTOS DE MARKETING* -16-08-2010**

⁶ Diana Gaitan, *ELEMENTOS DE LA MEZCLA DE MARKETING*-Escrito por madivama el 18/06/2008

ANEXOS



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

El objetivo de esta encuesta es conocer el grado de aceptación que tendría una distribuidora de insumos y equipos médicos en el Cantón Milagro. Se ruega sinceridad y honestidad al responder.

1.- ¿Cree usted que la falta de una distribuidora de insumos médicos en la ciudad retarda el servicio que presta a sus pacientes?

- Muy de acuerdo
- Desacuerdo
- Indiferente
- En desacuerdo
- Totalmente desacuerdo

2.- ¿Los insumos médicos que requiere en su establecimiento los recibe por?

- Mediante la empresas de entrega
- Mediante visitas de distribuidores
- Mediante compra directa en ciudades grandes
- Mediante un servicio de call center
- Ninguna de las anteriores

3.- ¿Sus equipos médicos se deterioran por falta de mantenimiento técnico?

- Muy de acuerdo
- Desacuerdo
- Indiferente
- En desacuerdo
- Totalmente desacuerdo.....

4.- ¿La distribución de insumos médicos que usted recibe le dificultan en brindar un servicio oportuno?

- Muy de acuerdo

Desacuerdo
Indiferente
En desacuerdo
Totalmente desacuerdo.....

5.- ¿La manipulación de los insumos médicos durante su distribución es adecuada?

Muy de acuerdo
Desacuerdo
Indiferente
En desacuerdo
Totalmente desacuerdo

6.- ¿Considera necesaria la existencia de una distribuidora de insumos médicos en la ciudad?

Muy de acuerdo
Desacuerdo
Indiferente
En desacuerdo
Totalmente desacuerdog

7.- ¿Cree usted que los costos de los insumos médicos se ven afectados por la ubicación de las distribuidoras?

Muy de acuerdo
Desacuerdo
Indiferente
En desacuerdo
Totalmente desacuerdo.....

8.- ¿Cree usted que si existiera una distribuidora de insumos médicos en la ciudad de milagro agilizaría la entrega de su requerimiento?

Muy de acuerdo
Desacuerdo
Indiferente
En desacuerdo
Totalmente desacuerdo



