



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA
INDOAMÉRICA
FACULTAD ADMINISTRACIÓN Y
NEGOCIOS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TEMA:

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE INSUMOS
MÉDICOS EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO**

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Ingeniero en
Administración de Empresas y Negocios

Autora

Ángela Pamela Cevallos Tacuri

Tutor

Andrés Palacio Fierro, MBA

QUITO – ECUADOR

2023

**AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA,
REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN
ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TÍTULACIÓN**

AUTORIZACIÓN PARA EL REPOSITORIO DIGITAL

Yo, Ángela Pamela Cevallos Tacuri, declaro ser autor del Trabajo de Titulación con el nombre “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE INSUMOS MÉDICOS EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO”, como requisito para optar al grado de Ingeniería en Administración de Empresas y Negocios y autorizo al Sistema de Bibliotecas de la Universidad Tecnológica Indoamérica, para que con fines netamente académicos divulgue esta obra a través del Repositorio Digital Institucional (RDI-UTI).

Los usuarios del RDI-UTI podrán consultar el contenido de este trabajo en las redes de información del país y del exterior, con las cuales la Universidad tenga convenios. La Universidad Tecnológica Indoamérica no se hace responsable por el plagio o copia del contenido parcial o total de este trabajo.

Del mismo modo, acepto que los Derechos de Autor, Morales y Patrimoniales, sobre esta obra, serán compartidos entre mi persona y la Universidad Tecnológica Indoamérica, y que no tramitaré la publicación de esta obra en ningún otro medio, sin autorización expresa de la misma. En caso de que exista el potencial de generación de beneficios económicos o patentes, producto de este trabajo, acepto que se deberán firmar convenios específicos adicionales, donde se acuerden los términos de adjudicación de dichos beneficios.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Quito, a los 29 días del mes de enero de 2023, firmo conforme:

Autor: Ángela Pamela Cevallos Tacuri

Firma: 
Generado electrónicamente por:
ANGELA PAMELA
CEVALLOS TACURI

Número de Cédula: 172058126 – 1
Dirección: Pichincha, Quito, Itchimbía, La Tola.
Correo Electrónico: pame_fifmd@hotmail.com
Teléfono: 0979084343

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE INSUMOS MÉDICOS EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO” presentado por Ángela Pamela Cevallos Tacuri, para optar por el Título de Ingeniería en Administración y Negocios.

CERTIFICO

Que dicho trabajo de investigación ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del Tribunal Examinador que se designe.

Quito, 29 de enero del 2023



.....
Andrés Palacio Fierro MBA

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Quien suscribe, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniería en Administración de Empresas y Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor

Quito, 29 de enero de 2023



Ángela Pamela Cevallos Tacuri

172058126 – 1

APROBACIÓN LECTORES

El trabajo de Titulación ha sido revisado, aprobado y autorizada su impresión y empastado, sobre el Tema: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE INSUMOS MÉDICOS EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO, previo a la obtención del Título de Ingeniería en Administración de Empresas y Negocios, reúne los requisitos de fondo y forma para que el estudiante pueda presentarse a la sustentación del trabajo de titulación.

Quito, 29 de enero de 2023



Firmado electrónicamente por:
MARÍA FERNANDA
BECERRA SARMIENTO

.....
María Fernanda Becerra MSc.
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL



Firmado electrónicamente por:
CARLOS MARCELO
BORJA GALEAS

.....
Carlos Borja MSc.
VOCAL



Firmado electrónicamente por:
MERCEDES FABIOLA
GALARRAGA CARVAJAL

.....
Mercedes Galarraga MBA
VOCAL

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mis padres Fausto y Myriam que han sido siempre mi inspiración de amor, fuerza y perseverancia para luchar por nuestros objetivos y aunque no estén conmigo físicamente sé que están orgullosos de mí y siempre me acompañan; a mis hijas Alisson y Milena que son mi fortaleza y mi refugio a la vez, que siempre me han acompañado en el camino ofreciéndome siempre su amor ilimitado, a mis hermanos Karla, Alejandra y Luis Eduardo que me han apoyado en todo momento, brindándome su apoyo incondicional y en los momentos más difíciles han sido los que nos han unido; por último dedico este logro a mi abuelita Teresa que estuvo siempre junto a nosotras enseñándonos su fortaleza, amor y entrega por su familia.

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a Dios por concederme la vida, a mis padres por su amor y apoyo incondicional. A mis padres que han sido mi inspiración y mi fortaleza que con su bendición en el cielo me han acompañado a lo largo de este proyecto. A mi familia que nunca me han soltado la mano y me han brindado su apoyo incondicional, a la Universidad Indoamérica por brindarme todo el conocimiento y poder culminar este gran sueño. A mi tutor que ha sido una gran guía para poder alcanzar este gran triunfo y a mis amigas incondicionales que juntas superamos todas las adversidades y nos respaldamos mutuamente.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

AUTORIZACIÓN PARA EL REPOSITORIO DIGITAL.....	ii
APROBACIÓN DEL TUTOR	iii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD	iv
APROBACIÓN LECTORES.....	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO	vii
RESUMEN EJECUTIVO.....	18
ABSTRACT.....	19
INTRODUCCIÓN	20
OBJETIVOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	21
Objetivo General	21
Objetivos Específicos.....	21
CAPÍTULO I	23
Área de Marketing	23
1.1 Objetivo del Capítulo	23
1.2 Antecedentes investigativos del producto o servicio	23
Fundamentación del Servicio o Producto.....	23
Características del producto o servicio	24
1.3 Mercado.....	25
Público objetivo de su producto o servicio.....	25
Categorización de sujetos	26
Estudio de Segmentación.....	26
Dimensión geográfica.....	26

Instrumentos para recopilar información.....	29
Diseño y recolección de información.....	31
Análisis e Interpretación de información obtenida de la encuesta	32
Demanda Potencial	53
1.4 Análisis del macro y microambiente.....	55
Análisis del microambiente	55
Análisis de las cinco Fuerzas de Porter	56
Amenaza de nuevos competidores: alta.....	56
Amenaza de nuevos productos o servicios sustitutos: moderada	56
Poder de negociación de proveedores: moderada.....	57
Poder de negociación de clientes: moderada	57
Rivalidad y competencia del mercado	57
Análisis del macro ambiente	58
1.5 Análisis PESTEL	58
Matriz de evaluación de factores internos (EFI)	63
Análisis e interpretación de los resultados de la matriz EFI.....	64
Matriz de evaluación de factores externos (EFE).....	64
Análisis e interpretación de los resultados de la matriz EFE	65
Análisis e interpretación de los resultados de la matriz MPC	68
1.6 Proyección de la oferta.....	68
1.7 Demanda potencial insatisfecha.....	69
1.8 Promoción y publicidad que se realizará (canales de comunicación).....	70
Plan de Medios	71
Producto.....	71

Precio	72
Distribución	73
Medios	74
Presupuesto del plan de medios.....	74
1.9 Sistema de distribución a utilizar	75
1.10 Seguimiento a clientes.....	76
1.11 Especificación de mercados alternativos	77
CAPÍTULO II.....	79
ÁREA DE PRODUCCIÓN Y OPERACIONES	79
2.1 Objetivo del Capítulo	79
2.2 Descripción del Proceso de Producción.....	79
Descripción del proceso de transformación del bien o servicio	79
Mapa de procesos.....	79
Descripción de Instalaciones, equipos y personas.....	91
Descripción de instalaciones.....	91
2.3 Capacidad de Producción	95
Capacidad de producción futura	95
2.4 Definición de recursos necesarios para la operación	95
Especificación de materias primas y grado de sustitución	96
2.5 Calidad	96
Método de Control de Calidad.....	96
Check List.....	97
Análisis	97
2.6 Normativas y permisos que afectan su instalación	99

Seguridad e Higiene ocupacional	99
CAPÍTULO III.....	102
Área de Organización y Gestión	102
3.1 Objetivos del estudio de organización y gestión.....	102
3.2 Análisis estratégico y definición de objetivos.....	102
Visión de la Empresa.....	102
Misión de la Empresa	102
Valores Corporativos.....	102
Análisis FODA	103
Objetivos y estrategias.....	105
3.3 Organización funcional de la empresa	106
Organización Interna	106
Descripción de puestos	108
3.4 Control de gestión	112
Indicadores de gestión	112
3.5 Necesidades de personal	116
CAPÍTULO IV	117
Área Jurídica Legal.....	117
4.1 Objetivos del estudio jurídico legal.....	117
4.2 Determinación de la forma jurídica.....	117
4.3 Patentes y marcas	122
4.4 Licencias necesarias para funcionar y documentos legales	124
CAPÍTULO V. Evaluación Financiera	131
5.1 Objetivos del Capítulo.....	131

5.2	Plan de inversión	131
5.3	CÁLCULO DE COSTOS Y GASTOS.....	133
	Mano de Obra	133
	Depreciación.....	134
	Proyección de la Depreciación	134
	Detalle de Costos	135
	Proyección de Gastos	136
	Detalle de Gastos	136
	Proyección de Gastos	137
5.4	Financiamiento.....	138
	Forma de financiamiento	138
5.5	Ingresos	140
5.6	Punto de equilibrio	141
5.7	Estado de resultado integral.	142
5.8	Estado de flujo de efectivo.....	143
5.9	Evaluación Financiera.....	144
	Indicadores	145
	CONCLUSIONES	149
	RECOMENDACIONES.....	151
	BIBLIOGRAFIA	153
	ANEXOS	155

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Caracterización del producto	24
Tabla 2. Categorización de sujetos	26
Tabla 3. Dimensión conductual	26
Tabla 4. Clínicas al Norte de Quito	27
Tabla 5. Hospitales al Norte de Quito	28
Tabla 6. Cuadro de necesidades objetivo 1	29
Tabla 7. Cuadro de necesidades objetivo 2	30
Tabla 8. Centro de Salud	33
Tabla 9. Tiene proveedor permanente	34
Tabla 10. Está interesado en tener otro proveedor	35
Tabla 11. Aspectos principales que el cliente quiere que el proveedor le ofrezca	36
Tabla 12. Insumos que se ofrecen.....	37
Tabla 13. Depresor de lenguas.....	38
Tabla 14. Fundas esterilizadoras.....	39
Tabla 15. Batas descartables.....	40
Tabla 16. Batas descartables.....	41
Tabla 17. Depresor de lenguas.....	42
Tabla 18. Hisopos	43
Tabla 19. Fundas esterilizadoras.....	44
Tabla 20. Conoce los beneficios de los insumos biodegradables.....	45
Tabla 21. Disposición para adquirir insumos médicos biodegradables.....	46
Tabla 22. Aspectos que influyen a la hora de tomar la decisión de adquirir insumos biodegradables	47
Tabla 23. Precios por unidad: Bata descartable	48
Tabla 24. Precio por unidad: Depresor de lenguas	49
Tabla 25. Precio por unidad de fundas esterilizadoras	50
Tabla 26. Precio por unidad de los hisopos	51
Tabla 27. Medio por el cual el centro de salud se abastecería de insumos médicos biodegradables	52
Tabla 28. Crecimiento del sector salud en Ecuador	53
Tabla 29. Proyección de la demanda en dólares	54
Tabla 30. Factor Político	59

Tabla 31. Factor Económico.....	60
Tabla 32. Factor Social.....	60
Tabla 33. Factor Tecnológico.....	61
Tabla 34. Factor Ecológico.....	62
Tabla 35. Factor Legal.....	63
Tabla 36. Matriz EFI.....	64
Tabla 37. Matriz EFE.....	65
Tabla 38. Matriz de perfil competitivo.....	67
Tabla 39. Cálculo de la oferta.....	68
Tabla 40. Proyección de la oferta método no estadístico.....	69
Tabla 41. Demanda potencial insatisfecha.....	70
Tabla 42. Presupuesto del plan de medios.....	74
Tabla 43. Dimensión de los departamentos.....	92
Tabla 44. Maquinaria y equipos.....	94
Tabla 45. Capacidad de comercialización futura.....	95
Tabla 46. Descripción de materias primas.....	96
Tabla 47. Lista de chequeo.....	98
Tabla 48. Matriz FODA.....	103
Tabla 48. Matriz FODA con estrategias.....	104
Tabla 50. Descripción del puesto Gerente.....	108
Tabla 51. Descripción el puesto Bodeguero.....	109
Tabla 52. Descripción del puesto Vendedor.....	110
Tabla 53. Descripción del puesto Asistente de Marketing.....	111
Tabla 54. Indicadores de Gestión del área Gerencia General.....	113
Tabla 55. Indicadores de Gestión del área Marketing y Ventas.....	114
Tabla 56. Indicadores de gestión del área de bodega.....	115
Tabla 57. Necesidad del personal.....	116
Tabla 58. Disposiciones Ley Orgánica de emprendimiento.....	118
Tabla 59. Requisitos para la creación de la S.A.S.....	119
Tabla 60. Requerimientos para la creación de la S.A.....	120
Tabla 61. Proceso de registro de marca.....	123
Tabla 62. Requisitos obtención RUC.....	124
Tabla 63. Proceso de obtención RUC en línea.....	125
Tabla 64. Proceso de obtención RUC en ventanilla.....	125

Tabla 65. Requisitos obtención RAET	126
Tabla 66. Requisitos obtención Patente Municipal	126
Tabla 67. Proceso de obtención Patente Municipal.....	127
Tabla 68. Proceso de obtención LUAE	128
Tabla 69. Requisitos obtención Permiso Bombero	129
Tabla 70. Proceso de obtención LUAE	130
Tabla 71. Plan de inversiones.	131
Tabla 72. Capital de trabajo.....	132
Tabla 73. Sueldos.	133
Tabla 74. Proyección Sueldos Anual.....	134
Tabla 75. Depreciación.....	134
Tabla 76. Proyección de la Depreciación.	135
Tabla 77. Costos Operativos.....	135
Tabla 78. Proyección de costos operativos.....	136
Tabla 79. Gastos de ventas.	136
Tabla 80. Gastos administrativos.....	136
Tabla 81. Gastos de ventas proyectados.....	137
Tabla 82. Gastos administrativos proyectados.	137
Tabla 83. Plan de financiamiento.	138
Tabla 84. Desglose del pago del préstamo.	138
Tabla 85. Intereses pagados por año.....	140
Tabla 86. Pago capital préstamo.....	140
Tabla 87. Ingresos proyectados.	141
Tabla 88. Datos para el cálculo del punto de equilibrio	141
Tabla 89. Estado de resultado integral.....	142
Tabla 90. Estado de flujo de efectivo.	143
Tabla 91. Cálculo de TIR Y VAN	145
Tabla 92. Payback.....	146
Tabla 93. Costo de capital Ponderado.	147
Tabla 94. Relación costo beneficio.....	148

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Administradores entrevistados de los centros de salud.....	33
Figura 2. ¿Tiene Proveedor permanente?	34
Figura 3. Aceptaría tener un nuevo proveedor	35
Figura 4. Aspecto más importante que debe ofrecer un proveedor de insumos médicos..	36
Figura 5. Está interesado en los insumos que se ofrecen.....	37
Figura 6. Depresor de lenguas	38
Figura 7. Fundas esterilizadoras	39
Figura 8. Batas descartables	40
Figura 9. Precios de batas descartables.....	41
Figura 10. Precios del depresor de lenguas	42
Figura 11. Precios de Hisopos	43
Figura 12. Precio de fundas esterilizadoras	44
Figura 13. Conocimiento de los beneficios de los insumos biodegradables	45
Figura 14. Disposición para la compra de insumos biodegradables.....	46
Figura 15. Aspectos importantes que influyen a la hora de adquirir insumos biodegradables	47
Figura 16. Precios por unidad: Bata descartable	48
Figura 17. Precio por unidad: Depresor de lenguas.....	49
Figura 18. Precio por unidad: fundas esterilizadoras.....	50
Figura 19. Precio por unidad de hisopos	51
Figura 20. Medio por el cuál adquiere insumos médicos biodegradables	52
Figura 21. 5 fuerzas de Porter.....	55
Figura 22. Diseño Logotipo.....	72
Figura 23. Presentación del Producto Etiqueta.....	72
Figura 24. Diseño de rótulo	73
Figura 25. Diseño de tarjeta.....	74
Figura 26. Canal Directo.....	75
Figura 27. Modelo de encuesta online de satisfacción	76
Figura 28. Modelo de CRM.....	77
Figura 29. Mapa de Procesos.....	79
Figura 30. Ciclo de selección de proveedores	81
Figura 31. Procesos a ejecutar para generar el servicio.....	82

Figura 32. Proceso de Selección de Proveedores	83
Figura 33. Flujograma de proceso de compras.....	84
Figura 34. Proceso de Compra de Insumos Médicos	85
Figura 35. Flujograma de Recepción de Insumos	86
Figura 36. Flujograma de almacenamiento de insumos médicos.....	87
Figura 37. Flujograma de proceso de despacho	88
Figura 38. Flujograma del proceso de venta en el local	89
Figura 39. Atención Venta Online.....	90
Figura 40. Plano de las instalaciones.....	93
Figura 41. Plano de la bodega.....	93
Figura 42. Objetivos y Estrategias.....	105
Figura 43. Organización Estructural.....	106
Figura 44. Organigrama Funcional.....	107
Figura 45. Portal web SCVS.....	121
Figura 46. Pantalla Selección de Actividades	121
Figura 47. Constitución con firma electrónica	122

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS

TEMA: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE INSUMOS MÉDICOS EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO

AUTOR: Ángela Pamela Cevallos Tacuri

TUTOR: Andrés Palacio Fierro MBA

RESUMENEJECUTIVO

La investigación está enfocada en el análisis de un plan de negocios que busca incorporar en el mercado de la salud una microempresa distribuidora de insumos médicos biodegradables cuyo giro del negocio está destinado a la comercialización de hospitales públicos y privados y clínicas privadas que requieran productos de calidad y precios asequibles, con una afinidad comercial óptima mientras dure la vida institucional de la empresa. Para lo cual se ha seleccionado información relevante tanto financiera, técnica, legal y administrativa que ha sido estudiada en los capítulos que forman la presente tesis; siendo así; en el capítulo 1 se determina que existe por la dinámica ascendente del mercado una demanda potencial económica de \$3'477.234,00, así tenemos en el capítulo 2 tenemos al área de producción y operaciones que busca establecer los recursos humanos y materiales esenciales para la venta de insumos, en el estudio en el capítulo 3 encontramos el diseño de área de organización y gestión cuyo análisis primordial es establecer la misión, visión, objetivos y estrategias de la empresa, el capítulo 4 está relacionado al ordenamiento legal para la constitución de una compañía bajo la modalidad de sociedad por acciones simplificadas, finalmente en el capítulo 5 se verificará la rentabilidad financiera de la empresa tomando como punto de equilibrio el costo de capital, de trabajo, costos de producción y mantenimiento, el Valor Actual Neto, la Tasa Interna de Retorno y depreciación del Mercado, demostrando así que el plan de negocios es palpable en la realidad por su factibilidad y rentabilidad para su constitución.

DESCRIPTORES: Hospital, insumos, biodegradable

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS

**THEME: BUSINESS PLAN FOR THE COMMERCIALIZATION OF MEDICAL
SUPPLIES IN THE NORTH SECTOR OF THE CITY OF QUITO**

AUTHOR: Ángela Pamela Cevallos Tacuri

TUTOR: Andrés Palacio Fierro MBA

ABSTRACT

The research is focused on the analysis of a business plan that seeks to incorporate into the health market a microenterprise distributing biodegradable medical supplies whose line of business is aimed at the commercialization of public and private hospitals and private clinics that require quality products and affordable prices, with an optimal commercial affinity for the duration of the institutional life of the company. For which it has selected relevant information both financial, technical, legal and administrative that has been studied in the chapters that form this thesis; being so; In chapter 1 it is determined that there is by the upward dynamics of the market a potential economic demand of \$3'477.234,00|||||||, so we have in chapter 2 we have the area of production and operations that seeks to establish the human and material resources essential for the sale of inputs, in the study in chapter 3 we find the design of organization and management area whose primary analysis is to establish the mission, Vision, objectives and strategies of the company, chapter 4 is related to the legal system for the constitution of a company under the modality of simplified joint stock company, finally in chapter 5 the financial profitability of the company will be verified taking as a break-even point the cost of capital, labor, production and maintenance costs, the Net Present Value, the Internal Rate of Return and Market depreciation, thus demonstrating that the business plan is palpable in reality for its feasibility and profitability for its constitution.

DESCRIPTORS: Hospital, supplies, biodegradable

INTRODUCCIÓN

El presente estudio de titulación se basa en las causales de factibilidad, que generen una relación comercial próspera, cuyo objetivo es la comercialización de insumos médicos biodegradables en hospitales públicos y privados y clínicas privadas del norte de Quito, elaborados a base de productos naturales y reciclados además de fundas de esterilización elaboradas a base de las cáscaras de plátano procesadas químicamente, lo que reafirma esta propuesta de proyecto por ser viable económicamente.

Es por esta razón que se ha identificado la oportunidad de crear una microempresa que se dedique a distribuir insumos médicos biodegradables y cubrir las necesidades de hospitales y clínicas que no han sido atendidos por la competencia en este sector.

Bajo este contexto y con la finalidad de demostrar lo enunciado con anterioridad se ha desarrollado este estudio enfocando su contenido en cinco capítulos.

Capítulo I.- Área de Marketing.- Se determinará el mercado meta para la comercialización de insumos médicos biodegradables, se evaluará el o a los hospitales y clínicas como el público al que se espera alcanzar con la propuesta.

Capítulo II.- Área de Producción.- Se buscará establecer los recursos humanos y materiales esenciales para la venta de insumos biodegradables ya que estos mecanismos permitirán alcanzar el cumplimiento del estado de necesidad de los consumidores finales.

Capítulo III.- Área de Organización y Gestión.- Se establecerá el deber ser de la compañía a través de su organigrama de gestión procesal que tendrá como base su misión, visión, objetivos y estrategias de la empresa.

Capítulo IV.- Área Jurídica Legal.- Se abarcará el ordenamiento legal para la constitución de una compañía bajo la modalidad de sociedad por acciones simplificadas y que permitan así el correcto funcionamiento de la empresa ante terceras personas.

Capítulo V.- Evaluación Financiera. - se verificará la rentabilidad financiera de la empresa tomando como punto de equilibrio el costo de capital, de trabajo, costos de

producción y mantenimiento, el Valor Actual Neto, la Tasa Interna de Retorno y depreciación del Mercado, demostrando así que el plan de negocios es palpable en la realidad por su factibilidad y rentabilidad para su constitución.

OBJETIVOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Objetivo General

Implementar un plan de negocios dentro de una compañía S.A.S. cuyo objeto principal del giro del negocio es la comercialización de insumos médicos biodegradables para los hospitales públicos y privados y clínicas privadas del norte de Quito.

Objetivos Específicos

- Elaborar un estudio de mercado que permita un correcto flujo de recolección de datos relevantes que sustenten la presente investigación, tales como: demanda – oferta; costo – beneficio en los hospitales públicos y privados y clínicas privadas del norte de Quito.
- Establecer los recursos humanos y materiales esenciales para la venta de insumos médicos biodegradables a los hospitales públicos y privados y clínicas privadas del norte de Quito.
- Determinar mecanismos de gestión procesal y de operatividad que delimiten funciones y atribuciones a las áreas dentro de la compañía ya que esto corroborará a optimizar recursos económicos y personales dentro de los procesos de comercialización.
- Investigar las diferentes alternativas legales que más beneficien a la actividad comercial de la empresa y así poder aplicarlas para el correcto funcionamiento de la vida jurídica de la empresa.

- Cuantificar a través de este plan de negocios el resultado macro de la comercialización de insumos médicos biodegradables bajo los indicadores financieros de rentabilidad y factibilidad.

CAPÍTULO I

Área de Marketing

1.1 Objetivo del Capítulo

Elaborar un estudio de mercado que permita un correcto flujo de recolección de datos relevantes que sustenten la presente investigación, tales como: demanda – oferta; costo – beneficio en los hospitales públicos y privados y clínicas privadas del norte de Quito.

1.2 Antecedentes investigativos del producto o servicio

Fundamentación del Servicio o Producto.

En el estudio de la historia podemos decir que la medicina estaba inmersa en los roles divino religiosos, mágicos de los sacerdotes y de los shamanes. Una de las normativas más antiguas del mundo como el código de Hammurabi estableció los preceptos en la regulación de la práctica de la medicina con sanciones a los charlatanes curanderos poco dignos en Babilonia. La medicina como hoy la conocemos a finales del siglo XIX hizo alianza estratégica y permanente con la ciencia lo cual derivó que toda hipótesis o patología en el ser humano sea analizada en su conjunto por un proceso de prueba sujeto de revisión, aceptación o rechazo.

La importancia de mejorar el estado de la salud de los habitantes de ese tiempo era bien visto hasta bien entrado el siglo XX, en sus orígenes primarios y rústicos se asociaba a esta mejoría al uso de cantos, hierbas y magia.




Hasta la década de 1960, los materiales biomédicos utilizados eran en su mayoría metal, caucho o vidrio y estaban destinados a la reutilización. Después de la introducción del plástico y casi simultáneamente del óxido de etileno como agente esterilizante, entramos en la era de los productos médicos desechables. El uso masivo de estos elementos ha causado problemas ambientales debido al aumento en el número de productos de un solo uso, lo que

ha incrementado la necesidad de ahorro de costos, lo que ha llevado a evaluar opciones de reciclaje.

Características del producto o servicio

Para la identificación del producto, se consideran los siguientes aspectos:

Tabla 1. Caracterización del producto

BATAS DESCARTABLES BIODEGRADABLES	CARACTERISTICAS
	<p>Tamaño: M, L, XL, XXL, talla única Certificaciones: CE; YO ASI; MSDS; fsc; Nivel SGS AAMI, En13795 Color: Verde/Amarillo/Blanco/Azul/Azul Oscuro Peso gramo: 25-40GSM</p> <p style="text-align: center;">ASPECTO INNOVADOR</p> <p>Las batas están elaboradas a base de material no tejido de polipropileno de 12-70 gramos, es a prueba de polvo de nivel 2 de la AAMI</p>
DEPRESOR DE LENGUAS BIODEGRADABLES	CARACTERISTICAS
	<p>Material: Madera de bambú Color: Color Natural Especificación: 150*18*1,6mm Borde: Ronda y recto Certificados: LFGB, CE, certificado de salud, certificado de Origen, certificado de fumigación, etc.</p> <p style="text-align: center;">ASPECTO INNOVADOR</p> <p>Depresores de lengua elaborados a base de bambú lo que beneficia al medio ambiente ya que su vida útil es más corta y su deterioro es más rápido.</p>
HISOPOS BIODEGRADABLES	CARACTERISTICAS
	<p>Material: Polímero, impresora 3D Color: Color Natural</p> <p style="text-align: center;">ASPECTO INNOVADOR</p> <p>Los hisopos, se elaboran en impresión 3D con material entramado hecho de un polímero, se desintegran en unos 90 días, se usan para recolectar una muestra de células, a través de un frotamiento de la mucosa faríngea, tanto vía nasal como oral, de acuerdo con la científica.</p>

FUNDAS ESTERILIZADORAS BIODEGRADABLES	CARACTERISTICAS
	<p>Bolsas auto sellantes para esterilización, de gran resistencia y calidad. Fabricadas con una capa de papel y otra de plástico transparente elaborado con plátano verde para la visualización del contenido. Incorpora un testigo de esterilización para la verificación del proceso.</p> <p>Tamaños: 135 x 280 mm (5.3 x 11) 57 x 100 mm (2.2 x 3.9) 90 x 260 mm (3.5 x 10)</p>
	<p>ASPECTO INNOVADOR</p>
	<p>Las fundas esterilizadoras se elaboran a base de plátano verde dominico, un bioplástico que están producidos a base de material reciclable.</p>

Fuente: Gestión de Investigación 2022

Elaborado por: Autora

1.3 Mercado

Público objetivo de su producto o servicio

La comercialización de insumos médicos es muy importante en el sector salud del país debido a la alta demanda del mercado nacional e internacional, esto quiere decir que cuenta con un mercado significativamente amplio, sobre todo el mercado objetivo al que van dirigidos los productos a hospitales públicos/privados y clínicas privadas en la zona norte de la ciudad de Quito. Estos suministros médicos se utilizan para diagnosticar enfermedades, lesiones y otros trastornos durante los procedimientos quirúrgicos. La distribución de insumos médicos biodegradables promueve el servicio eficiente del hospital o clínica, así como del medio ambiente, debido a que se descomponen más rápido que los insumos médicos convencionales.

Categorización de sujetos

Tabla 2. Categorización de sujetos

CATEGORÍA	SUJETO
¿Quién compra?	Gerentes y/o administradores de hospitales y clínicas
¿Quién usa?	Profesionales de la salud (médicos, enfermeras, etc.)
¿Quién decide?	Consejo de Administración o Directorio de Hospitales y clínicas
¿Qué influye?	Profesionales de la salud que recomiendan el uso de estos insumos

Fuente: Gestión de Investigación 2022

Elaborado por: Autora

Estudio de Segmentación

Tabla 3. Dimensión conductual

VARIABLE	DESCRIPCION
TIPO DE NECESIDAD:	Salud
TIPO DE COMPRA:	Comparación
RELACION CON LA MARCA:	Si
ACTITUD FRENTE AL PRODUCTO:	Positiva

Fuente: Gestión de Investigación 2022

Elaborado por: Autora

Dimensión geográfica

Para la investigación del mercado potencial, se ha escogido los hospitales y clínicas en el norte de Quito. Por investigación directa, se han identificado 17 hospitales y 65 clínicas. Un total de 82 centros de salud. Esta cantidad será la muestra sobre la que se trabajará, con la intención de analizar y concluir qué necesidades de abastecimiento de insumos médicos tiene este sector.

Tabla 4. Clínicas al Norte de Quito

CLINICAS QUITO	TELEFONOS	DIRECCION
Cadum	2866588	Av. de los Planetas (Valle de los Chillos)
Centro Médico Rotario	3832105	Medardo Silva OE 5 - 221 San Juan
CEPI Centro de la Piel	2241843	Veracruz N34 - 38 y Av. América
Clinica Americana Adventista	2566388 - 2234471	10 de Agosto N30 - 164
Clinica Arthros	2906411	Edificio Da Vinci Pasaje Los Angeles E4-257 y Alemania
Clinica Bolivar Espemedisur Cia. Ltda.	2612321 - 2612486	Napo E2 - 15
Clinica Boreal	23826733	Edificio Boreal Av. 12 de Octubre N24-739
Clinica Cemedisso	2541234 - 2229967	Sodiro E - 192
Clinica Cotocollao	2596880	25 de Mayo N85 - 173
Clinica D.A.M.E. S.A.	2565753	18 de Septiembre Oe5 - 118
Clinica de Especialidades Galenus	2241393	Pares N43 - 212
Clinica de Especialidades María Auxilladora	2291750 - 2531085	La Prensa Oe3 - 44
Clinica de Especialidades Pomasqui	2353591 - 2353816	Autop. Manuel Galarza 7850
Clinica de Especialidades Sur	2653688 - 2660164	Rodrigo de Chávez Oe2 - 115 (619)
Clinica de Especialidades y Maternidad San Rafael	2861260 - 2864906	San Rafael
Clinica de la Mujer	2458000	Amazonas N39 - 216
Clinica de Ojos Fundación Finlandia	2238034 - 2238253	Carrión 230 y Tamayo
Clinica de Ojos Santa Lucía	2521089	Suiza 209 y Eloy Alfaro
Clinica de Reposo María Auxilladora	2415343 - 2447675	De las Congonas 206 (N49 - 88)
Clinica del Bosque	2432083	Av.Edmundo Carvajal Oe5 - 167
Clinica del Día Pronto Socorro	2439706 - 2439704	Brasil 1006
Clinica Don Bosco	2415754 - 2403980	Eivira campi de Yoder 178
Clinica Dos Hemisferios	2394096 - 2394609	El Calvario 569 (Mitad del Mundo)
Clinica Ecuatoriana Suiza	2396313 - 2394609	San Antonio de Pichincha
Clinica El Batán	2245500 - 2445061	6 de Diciembre N43 - 11
Clinica El Inca	2454967	6 de Diciembre N47 - 82
Clinica Eloy Alfaro	2245094 - 2921541	Eloy Alfaro
Clinica Emedicenter	2536680 - 2536035	Saraguro N61 - 71
Clinica Génesis Cllgevisa	2840533	Av.Cardenal de la Torre S13 - 115
Clinica Harvard	2551904 - 2522342	Mariana de Jesús Oe3 - 136
Clinica Infes	2921477 - 2256316	Isla San Cristóbal N44 - 511
Clinica Inglaterra	2540163	Inglaterra N31 - 240
Clinica Internacional	2227284 - 2259840	América N32 - 82
Clinica Jerusalem	2625141 - 2620290	Luis F. López 192
Clinica La Merced	2583708 - 2583710	Mejía 830
Clinica La Primavera	2893040	Urb.La Primavera, Cumbaya
Clinica de Maternidad Obstetrices Vida y Salud	2668805 - 2640803	Maldonado 268
Clinica Maternidad Mosquera	2224814 - 2568734	Sodiro 207
Clinica Medical	2644194 - 2615053	Juan de Alcázar (Sector 5 esquinas)
Clinica Moderna	2521200 - 2521896	Ascásubi 386
Clinica Occidental Neo Vida		Calle OE9A4 N47-56 y Francisco Montalvo
Clinica Nuestra Sra.de Guadalupe	2521137 - 2563700	10 de Agosto N27 - 101
Clinica Oftalmica	2236684 - 2544610	Versalles 731
Clinica Olympus	2292276 - 2292277	La Prensa N55 - 150
Clinica Panamericana	2612802 - 2664130	Juan de Arguello Oe2 - 157
Clinica Profamilia	2645159 - 2645160	Jacinto Collaguazo S9 - 445
Clinica Rotaría	2549054	6 de Diciembre 117
Clinica San Antonio Especialidades Médicas	2803943 - 3443756	Carcelen
Clinica San Cayetano	2502316 - 2524117	Mosquera Narváez Oe2 - 44
Clinica San Francisco S.A.	2561775 - 2562235	6 de Diciembre 2043
Clinica San Gabriel	3317734 - 3317714	Rumipamba Oe3 - 112
Clinica San Ignacio	2732745	Solanda 4
Clinica San José La Ecuatoriana	2694018	La Ecuatoriana Oe7 - 42
Clinica Santa Barbara	2282950 - 2284245	García Moreno 1503

Clinica Marianita de Jesús	2233698 - 2547806	Manuel Lasso N32 - 48
Clinica Sinai Center	2430430 - 2431121	Hernández de Girón Oe458
Clinica Unidad de Salud Familiar U.S.F.	2521440 - 2227190	Manuel Larrea 1317
Clinica Villaflora	2614671 - 2657549	Maldonado 467
Clinica Zymasalud S.A.	2247950	París N42 - 149
EmediCenter	2536035 - 2596365 - 2536680	Saraguro N61 - 71 y Av. del Maestro
Hospital Clínica Santa María	2599161 - 2299879	La Prensa (Cotocollao)
Hospital de Clínicas Pichincha	2529722 - 2998777	Páez N22 - 160
LarcoVisión	2906075 - 2239784	Edif. Centro Médico Da Vinci 3er Piso
Northospital	3934100	Av.de la Prensa N58 - 154 y Vaca de Castro
Novaclínica S.A. Santa Cecilia	2545390 - 2545505	Veintimilla 1394

Fuente:(DIRECTORIO MÉDICO DE QUITO, 2021)

Elaborado por: Autora

Tabla 5. Hospitales al Norte de Quito

HOSPITALES	TELEFONOS	DIRECCION
Baca Ortiz	2220977 - 2220979	Av. Colón y 6 de Diciembre
Carlos Andrade Marin	2564939 - 2560904	Av. 10 de Agosto y Bogotá
Del Sur Enrique Garcés	2654039 - 2660252	Av. Enrique garcés
Dermatológico Gonzalo González	2544640 - 2552549	Pablo Guevara E17 - 41
Eugenio Espejo	2230212 - 2507919	Av. Colombia
General de las Fuerzas Armadas	2565616 - 2521334	Av. Queseras del Medio y Colombia
Gineco Obstétrico Isidro Ayora	2527938 - 2224503	Av. Colombia N14 - 66
Hospital Alianza	0998572993 - 3932450	Francisco Álava Oe 6-64 y San Gabriel
Hospital de Clínicas Pichincha	2998700 - 2562410	Páez N22 - 160
Hospital de los Valles	6000900 - 2379050	Vía Interoceánica Km. 12 1/2
Hospital Metropolitano	2261520 - 2269030	Av. Mariana de Jesús y Occidental
Hospital de Especialidades San Bartólo	1700-472-472	General Urdaneta
Hospital Vozandes Quito	3971000 - 1700700700	Villalengua Oe2 - 37 y 10 de Agosto
Pablo Arturo Suárez	2598101 - 2596371	Angel Ludeña y Guerrero
Psiquiátrico Julio Endara	2342651 - 2348804	Cdla. Hospitalaria, Conocoto
Psiquiátrico San Iázaro	2281336 - 2283422	Ambato 711
Quito No.1 Policía Nacional	2247478 - 2247483	Av. Mariana de Jesús y Occidental

Fuente: (DIRECTORIO MÉDICO DE QUITO, 2021)

Elaborado por: Autora

Con base a esta información obtenida, no se aplica la fórmula de la muestra y directamente se harán 82 encuestas en cada uno de estos centros de salud para recabar información importante, que permita proyectar la demanda, oferta y demanda potencial insatisfecha.

Instrumentos para recopilar información

Considerando la posible muestra, es importante conocer las necesidades de los clientes a los que se destinan los insumos médicos y definir objetivos claros con los cuales implementar el plan de negocios para llegar a conclusiones claras y decisiones acertadas.

Objetivo general

Indagar la factibilidad de la creación de una distribuidora de insumos médicos en el sector norte del DM de Quito.

Objetivos Específicos

- 1) Determinar la demanda, los gustos y preferencias de los clientes potenciales por medio de información obtenida de la encuesta.

Tabla 6. Cuadro de necesidades objetivo 1

Necesidades de Información	Tipo de Información	Fuentes	Instrumentos
Consumo de insumos médicos biodegradables	Primaria	Hospitales/Clínicas	Encuesta
Qué tipo de enfermedades necesitan más insumos médicos	Primaria	Médicos	Entrevista
Beneficios que tienen los insumos biodegradables.	Secundaria	Libros e internet	Archivos estadísticos
Presentación del insumo	Primaria	Administradores	Encuesta
Estrategia de distribución del producto	Primaria	Libros e internet	Encuesta
Medios de comunicación con mayor aceptación para la promoción de los insumos	Primaria	Administradores	Encuesta

Fuente: Gestión de Investigación 2022

Elaborado por: Autora

- 2) Analizar la competencia que ofrece insumos médicos biodegradables en el DM de Quito para identificar qué valor agregado puede diferenciar a estos productos amigables con el medio ambiente y establecer precios competitivos.

Tabla 7. Cuadro de necesidades objetivo 2

Necesidades de información	Tipo de información	Fuentes	Instrumentos
Determinar la oferta y demanda	Secundaria	INEC	Bases de datos
Empresas productoras y comercializadoras de insumos médicos	Secundaria	Puntos de venta	Observación
Tipos de presentación de insumos médicos que tiene la competencia	Secundaria	Puntos de venta	Observación
Estudiar los precios que ofrece la competencia en insumos médicos similares	Secundaria	Puntos de venta	Observación
Marketing más efectivo	Primaria	Clientes	Encuesta
Competencia líder en el mercado	Secundaria	Internet	Bases de datos
Determinar el precio máximo a pagar por los insumos médicos biodegradables	Primaria	Consumidores	Encuesta

Fuente: Observación directa.

Elaborado por: Autora

Diseño y recolección de información

- **Desarrollo de instrumentos.**
- **Información Secundaria.**

Para determinar la viabilidad de crear la distribuidora de insumos médicos, será necesario diseñar una encuesta dirigida a administradores o gerentes de hospitales y clínicas del norte del DM de Quito.

Aquí se describe la metodología utilizada para desarrollar la investigación, haciendo referencia al tipo de investigación, técnicas e instrumentos que se utilizaron.

Se define a la investigación descriptiva de la siguiente manera: “es la descripción, detalle, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual. El enfoque se hace sobre conclusiones dominantes o sobre grupo de personas, grupo o cosas, se conduce o funciona en presente. (Hernández & Hernández, 2019).

El trabajo realizado, por su parte, corresponde a una investigación aplicada, un estudio descriptivo aplicado en forma de proyecto factible, ya que el objetivo es conocer la aceptabilidad de los insumos médicos biodegradables a través de técnicas de investigación para recolección de datos del plan de negocios en el sector norte del MD de Quito.

A su vez, también es un estudio descriptivo, ya que su propósito es recopilar información clara sobre un tema específico (insumos médicos) para obtener resultados finales y listos para tomar decisiones encaminadas a lograr las metas planteadas en esta idea de negocio.

La revisión documental es “el proceso de investigar, involucra técnicas y procedimientos para alcanzar sus fines. En este caso, específicamente se hace énfasis a la investigación bibliográfica que consiste en el estudio sistemático de informes o escritos como fuentes de datos” (Hernández & Hernández, 2019).

Con esta técnica fue posible mirar información documentada en base a libros, Internet, bases de datos, sistemas de información, observación, INEC, entre otros, para determinar el mercado objetivo, pues su aporte fue muy importante para resolver las interrogantes

necesarias como la salud pública, entre otros ventajas y características de varios componentes de entrada de producción, empresas competidoras, tipos de máquinas, costos de producción.

Información primaria

El instrumento utilizado fue una encuesta con 15 preguntas dirigidas a administradores o gerentes de hospitales (públicos o privados) y clínicas.

Encuesta:

(Malhotra, 2018) Indica que la encuesta es “un instrumento de la investigación de mercados que consiste en obtener información de las personas encuestadas a través del uso de cuestionarios diseñados previamente para la obtención de información específica” (p.89).

Se realizaron 82 encuestas de acuerdo con la muestra obtenida, llenando un grupo un conjunto de características similares a las definidas como clientes o consumidores potenciales, para conocer y analizar con mayor precisión los gustos y hábitos de consumo, presentación de un producto, para determinar los valores máximos el precio que pagarían por el producto, la forma de distribución, sobre todo respondiendo a las 4 P del marketing.

Análisis e Interpretación de información obtenida de la encuesta

La encuesta diseñada contiene 15 preguntas de la cual se han obtenido los siguientes resultados e información:

Pregunta 1: ¿Cuál es el Centro de Salud que administra?

Tabla 8. Centro de Salud

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Hospital Privado	5	38%
Hospital Público	10	44%
Clínica	65	79%
Otro (especifique)	2	4%
TOTAL	82	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

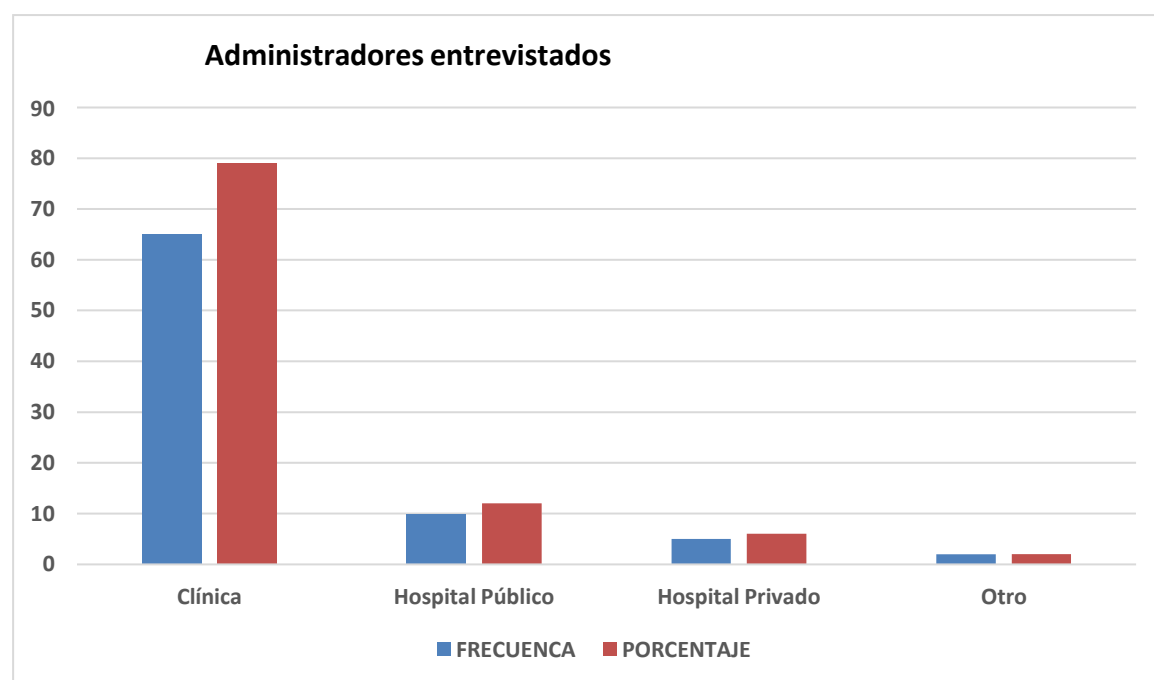


Figura 1. Administradores entrevistados de los centros de salud

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

Nota: La mayoría de los centros de salud al norte de Quito, son clínicas privadas

Pregunta 2: ¿El centro de salud que Ud. administra, cuenta con un proveedor permanente de insumos médicos?

Tabla 9. Tiene proveedor permanente

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	62	72
No	20	28
TOTAL	82	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

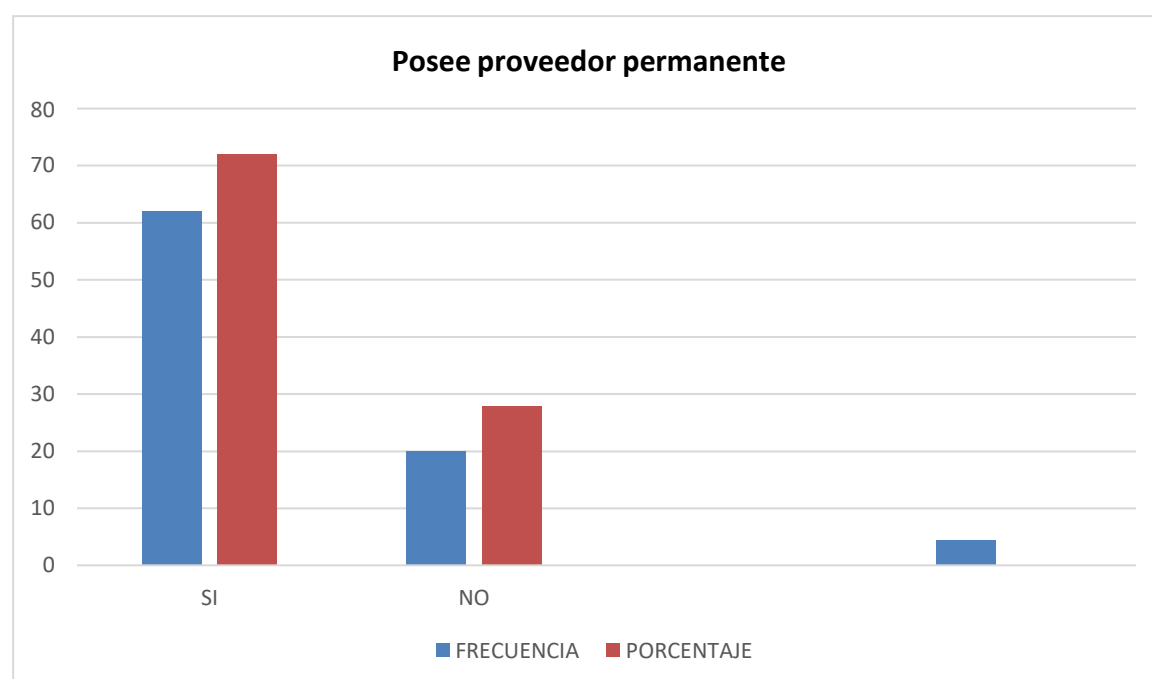


Figura 2. ¿Tiene Proveedor permanente?

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

Nota: El mayor porcentaje de centros de salud, si cuenta con un proveedor permanente

Pregunta 3: ¿Si su respuesta es sí, le interesaría tener otro proveedor de insumos médicos? Nota: si su respuesta es no, termine la encuesta

Tabla 10. Está interesado en tener otro proveedor

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	59	72
NO	17	21
TAL VEZ	6	7
TOTAL	82	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

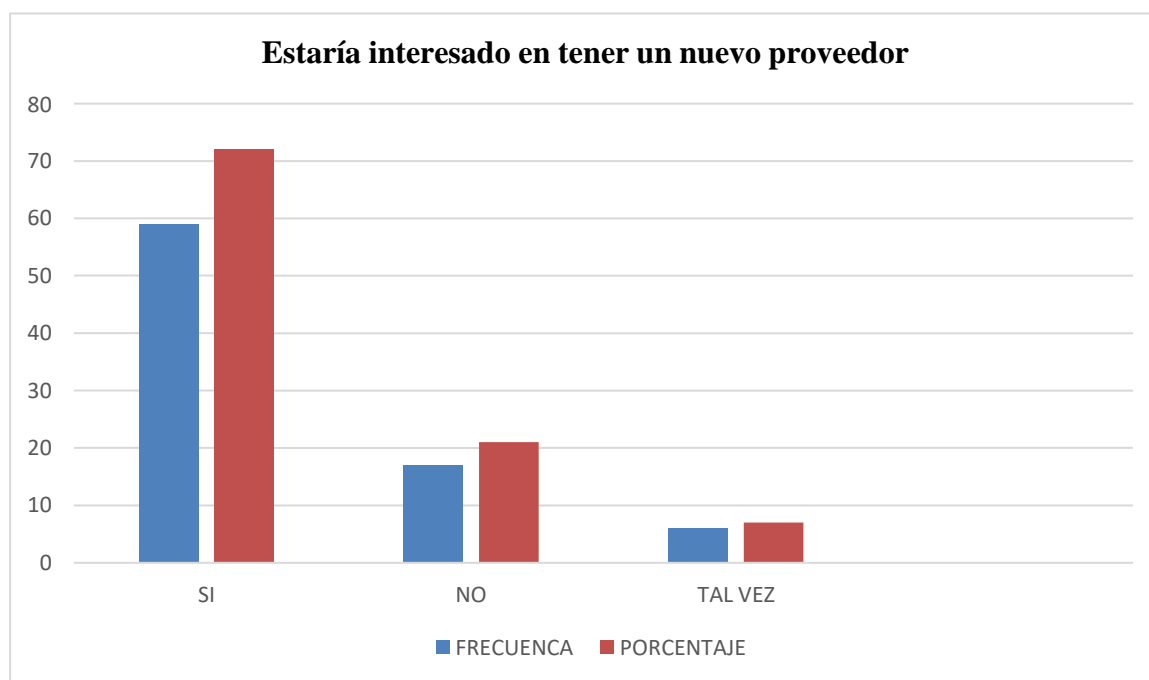


Figura 3. Aceptaría tener un nuevo proveedor

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

Nota: La mayoría de los entrevistados, sí están interesados en tener en su portafolio de proveedores a uno nuevo que incursione en el mercado.

Pregunta 4 ¿Qué aspecto principal debería tener un proveedor de insumos médicos para su negocio?

Tabla 11. Aspectos principales que el cliente quiere que el proveedor le ofrezca

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Entrega a Tiempo	13	16
Promociones	11	13
Precios asequibles	16	20
Crédito	30	37
Disponibilidad de stock	11	13
Otro	1	1
TOTAL	82	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

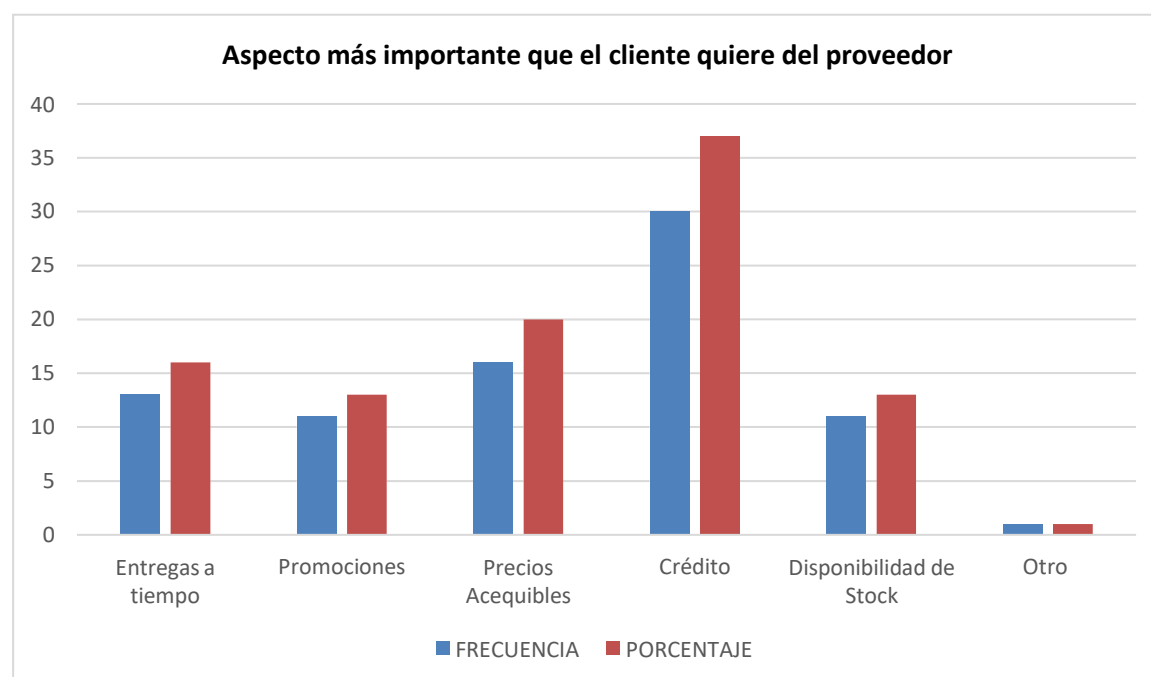


Figura 4. Aspecto más importante que debe ofrecer un proveedor de insumos médicos

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

Nota: El mayor porcentaje de los entrevistados está interesado en crédito en la compra de insumos

Pregunta 5: ¿Usted adquiere alguno de estos insumos: batas descartables, depresor de lenguas, hisopos, fundas descartables? Nota: si la respuesta es no, termina la encuesta

Tabla 12. Insumos que se ofrecen

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	68	83
NO	14	17
TOTAL	82	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

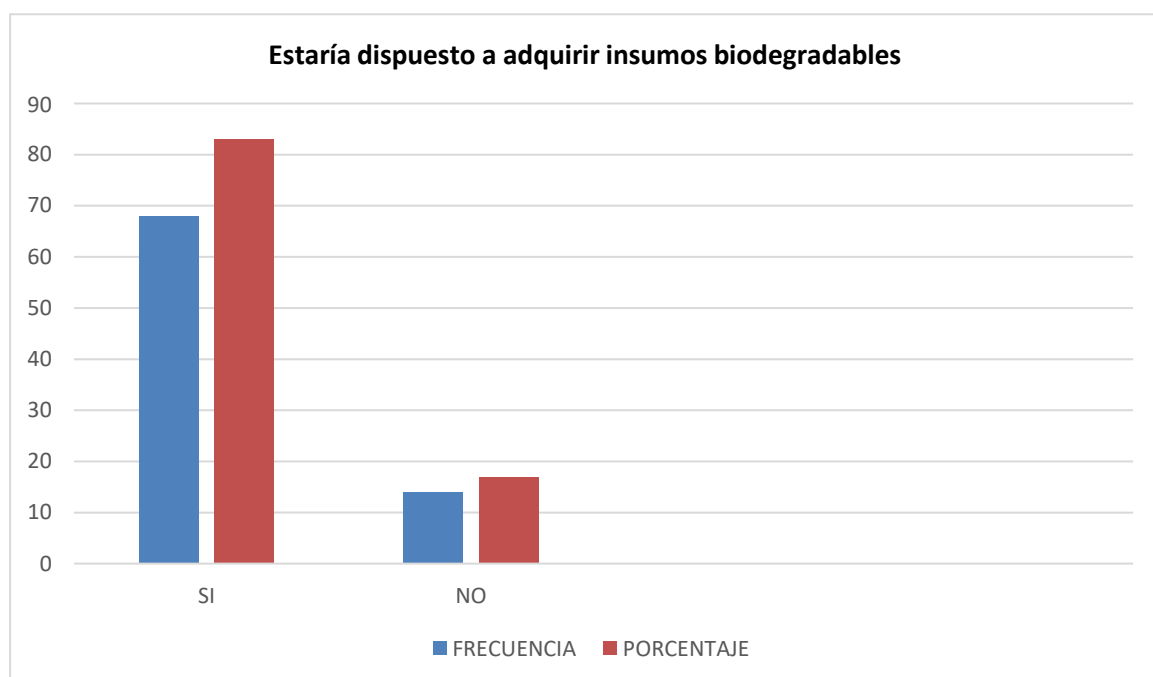


Figura 5. Está interesado en los insumos que se ofrecen

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

Nota: Existe un alto porcentaje de clientes interesados en los insumos biodegradables

Pregunta 6: ¿Con qué frecuencia adquiere los siguientes insumos médicos?

Tabla 13. Depresor de lenguas

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Semanal	17	21
Mensual	36	44
Bimensual	15	18
Trimestral	8	10
Semestral	4	5
Anual	2	2
TOTAL	82	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

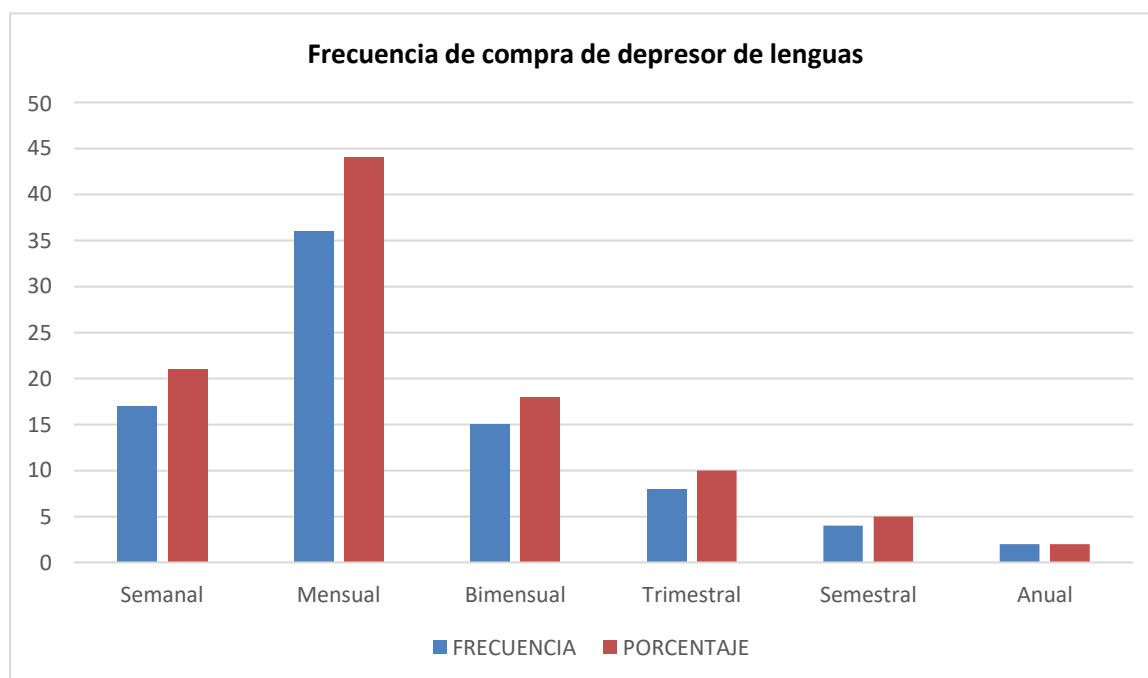


Figura 6. Depresor de lenguas

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

Nota: El abastecimiento de este producto mayormente es mensual

Tabla 14. Fundas esterilizadoras

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Semanal	34	41
Mensual	24	29
Bimensual	10	12
Trimestral	9	11
Semestral	4	5
Anual	1	1
TOTAL	82	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

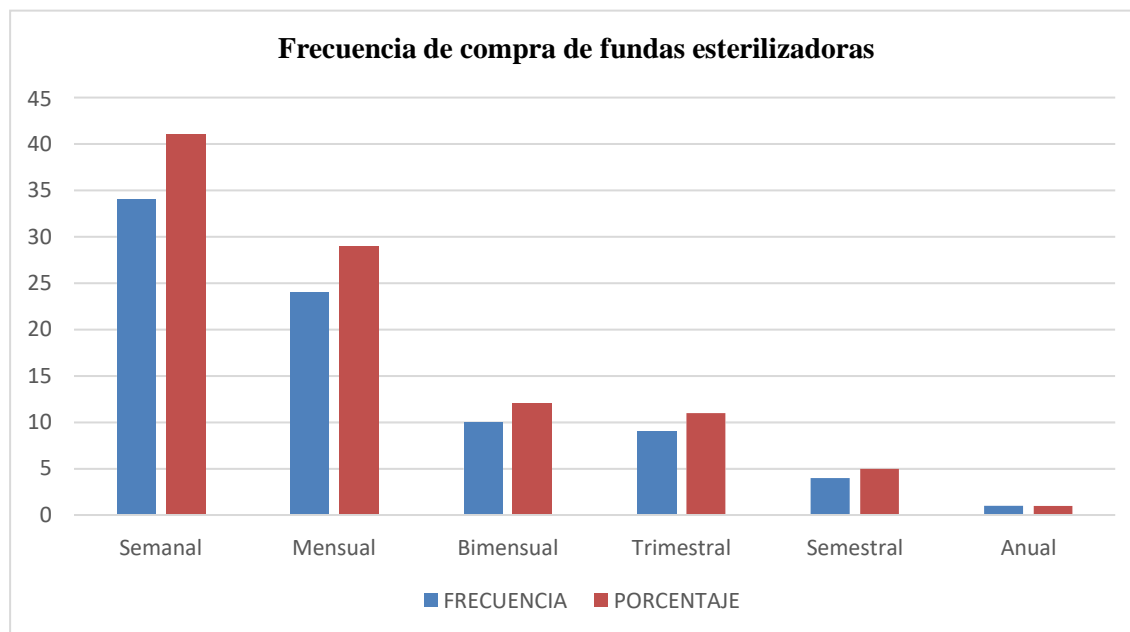


Figura 7. Fundas esterilizadoras

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

Nota: Las fundas esterilizadoras en un mayor porcentaje, los centros de salud las adquieren semanalmente.

Tabla 15. Batas descartables

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Semanal	12	15
Mensual	19	23
Bimensual	34	41
Trimestral	9	11
Semestral	7	9
Anual	1	1
TOTAL	82	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

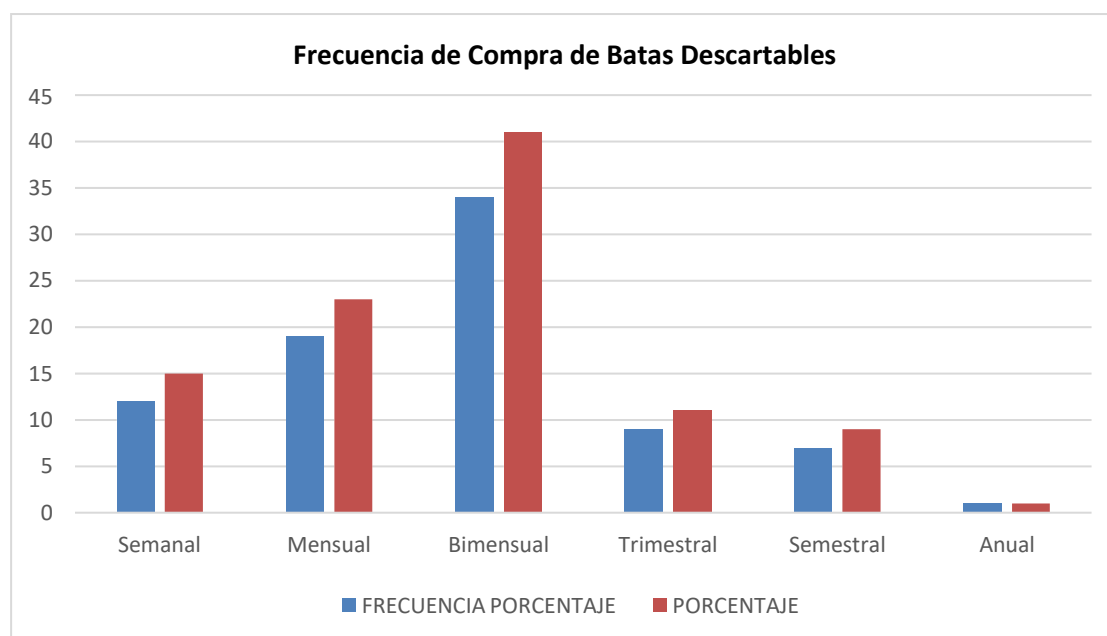


Figura 8. Batas descartables

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

Nota: Las batas descartables son adquiridas en mayor porcentaje de manera bimensual

Pregunta 7: ¿Qué valor aproximado invierte cada mes en la compra del conjunto de insumos batas descartables, depresor de lenguas, hisopos, fundas esterilizadoras?

Tabla 16. Batas descartables

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Menos de \$ 100	7	9
Entre \$ 101 a \$ 500	21	26
Entre \$ 501 a \$ 1000	35	43
Entre \$ 1001 a \$ 1500	15	18
Más de \$ 1500	4	5
TOTAL	82	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

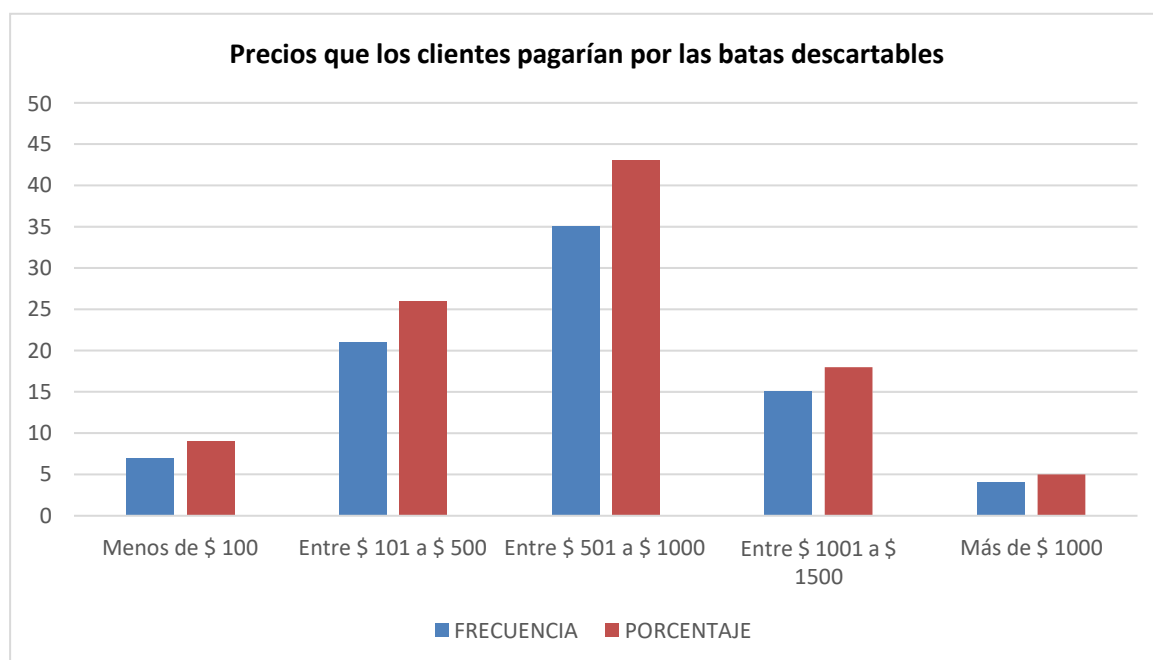


Figura 9. Precios de batas descartables

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

Nota: La mayoría de los centros de salud pagarían por un lote de batas descartables un precio entre \$ 501 a \$ 1000

Tabla 17. Depresor de lenguas

	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Menos de \$ 100	5	6
Entre \$ 101 a \$ 500	15	18
Entre \$ 501 a \$ 1000	28	34
Entre \$ 1001 a \$ 1500	21	26
Más de \$ 1501	13	16
TOTAL	82	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

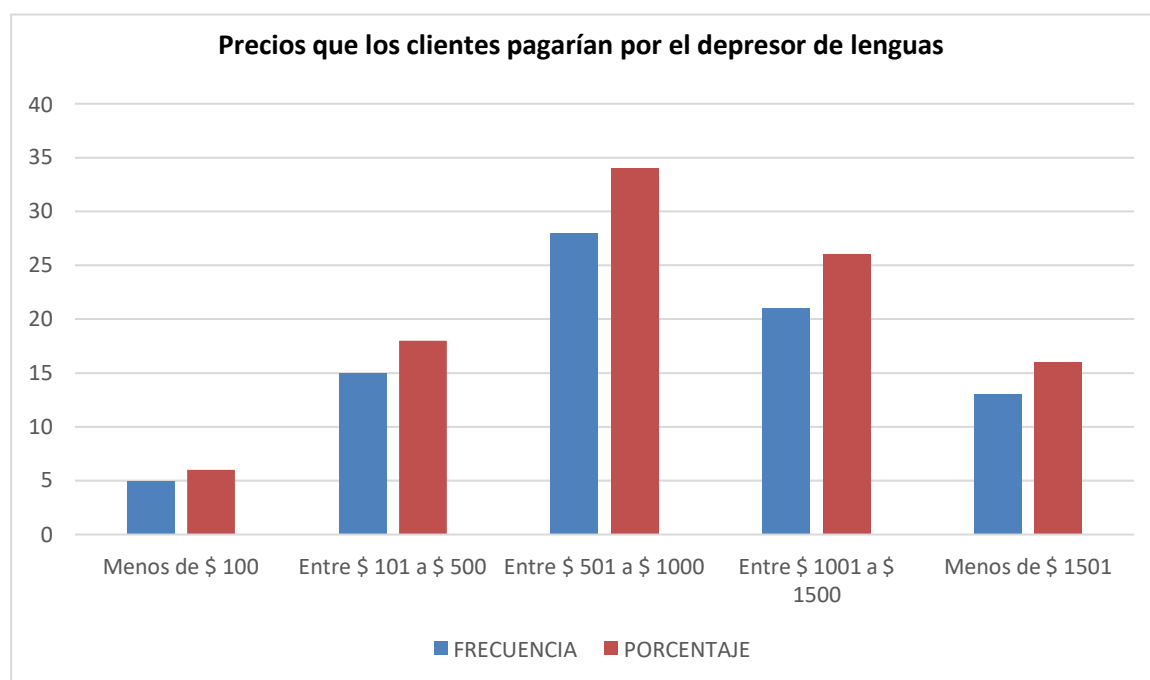


Figura 10. Precios del depresor de lenguas

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

Nota: En volumen los clientes pagarían un precio entre \$ 501 a \$ 1000 por el depresor de lenguas.

Tabla 18. Hisopos

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Menos de 100 USD	8	10
Entre 101 a 500 USD	35	43
Entre 501 a 1000 USD	20	24
Entre 1001 a 1500 USD	14	17
Más de 1501 USD	5	6
TOTAL	82	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

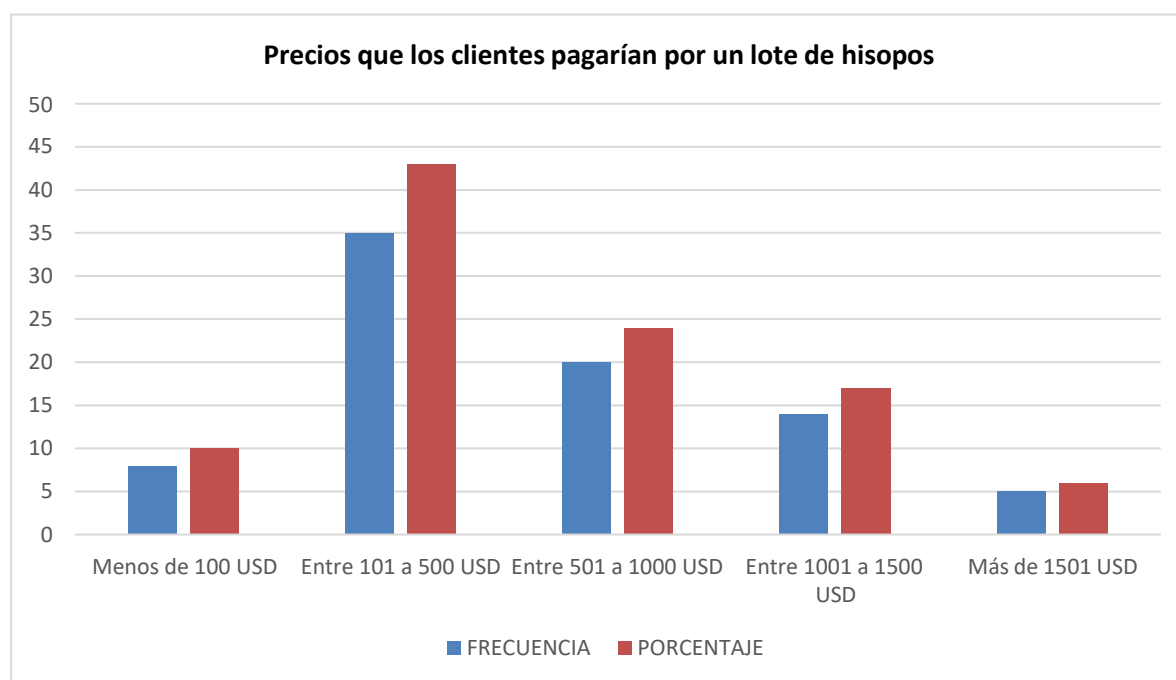


Figura 11. Precios de Hisopos

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

Nota: El mayor porcentaje de encuestados menciona que pagaría entre 101 a 500 USD por el lote de hisopos

Tabla 19. Fundas esterilizadoras

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Menos de 100 USD	6	7
Entre 101 a 500 USD	48	59
Entre 501 a 1000 USD	12	15
Entre 1001 a 1500 USD	10	12
Más de 1501 USD	6	7
TOTAL	82	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora.

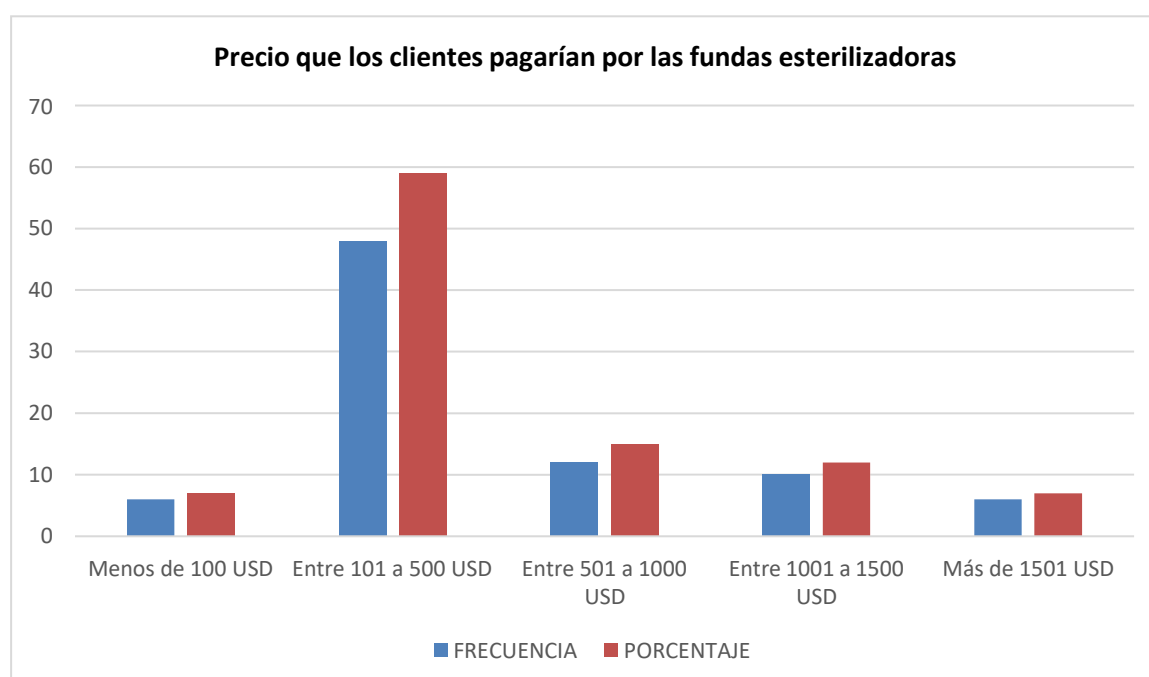


Figura 12. Precio de fundas esterilizadoras

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora.

Nota: El mayor porcentaje de encuestados dice que pagaría un precio entre 101 a 500 USD por las fundas esterilizadoras

Pregunta 8: ¿Conoce los beneficios del material biodegradable?

Tabla 20. Conoce los beneficios de los insumos biodegradables

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	39	48
NO	43	52
TOTAL	82	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora.

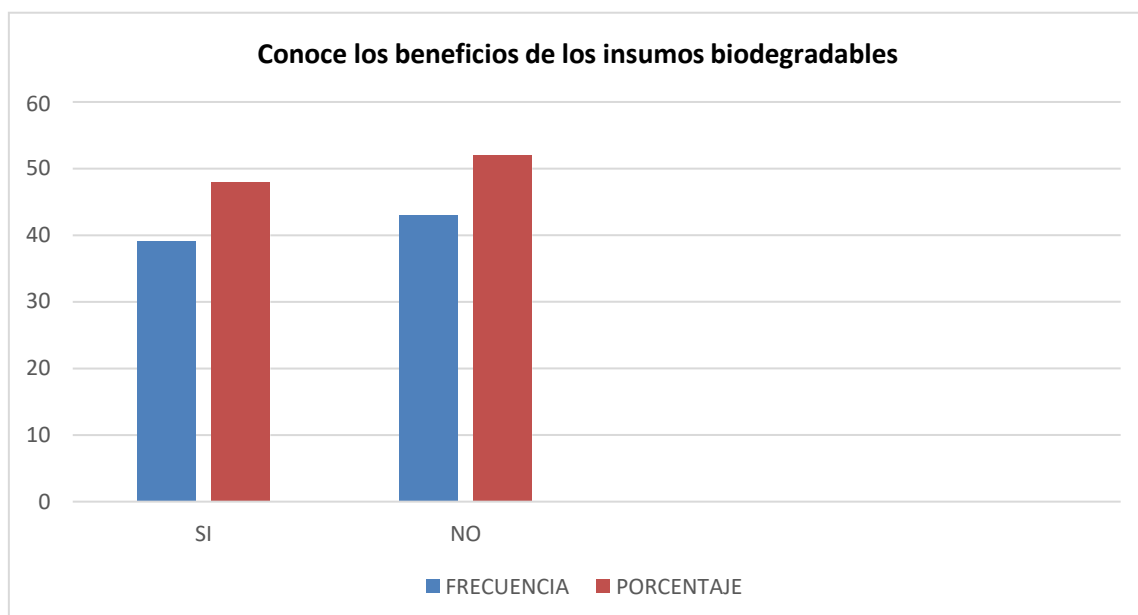


Figura 13. Conocimiento de los beneficios de los insumos biodegradables

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora.

Nota: Hay un conocimiento medio sobre los insumos médicos biodegradables

Pregunta 9: ¿Estaría dispuesto a adquirir insumos médicos elaborados con material biodegradable?

Tabla 21. Disposición para adquirir insumos médicos biodegradables

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	63	77
NO	17	21
TAL VEZ	2	2
TOTAL	82	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora.

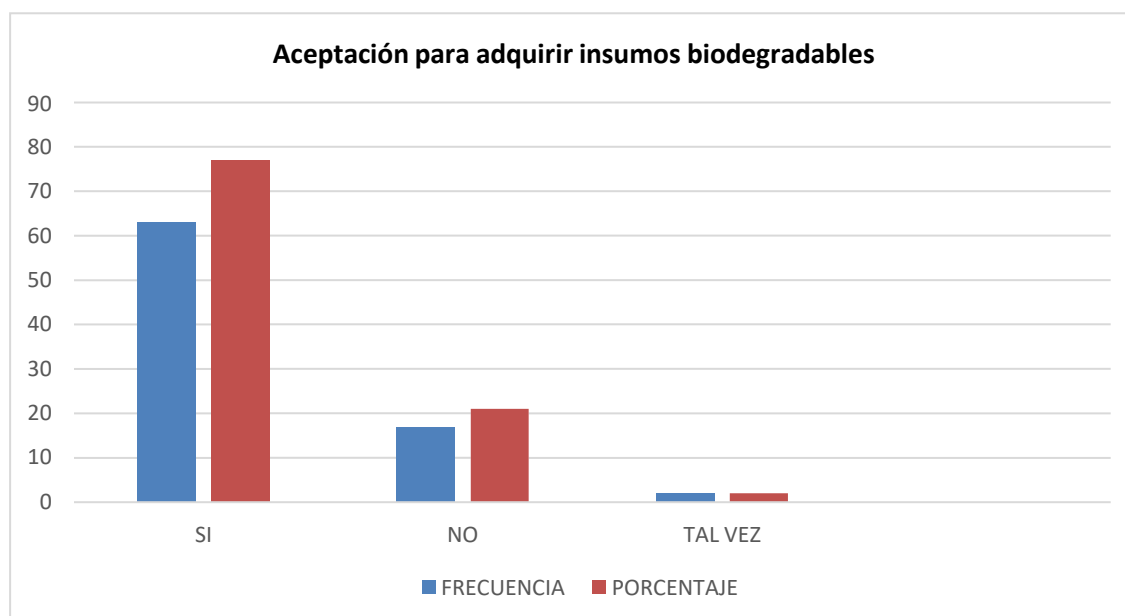


Figura 14. Disposición para la compra de insumos biodegradables

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora.

Nota: Existe un alto porcentaje de clientes que sí estarían dispuestos a adquirir insumos biodegradables.

Pregunta 10: ¿Cuál de los siguientes aspectos cree usted que influye a mayor medida al momento de adquirir insumos médicos biodegradables? Señale dos aspectos más relevantes:

Tabla 22. Aspectos que influyen a la hora de tomar la decisión de adquirir insumos biodegradables

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Calidad	25	30
Proximidad	7	9
Precio	41	50
Marcas	9	11
Variedad	0	0
TOTAL	82	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora.

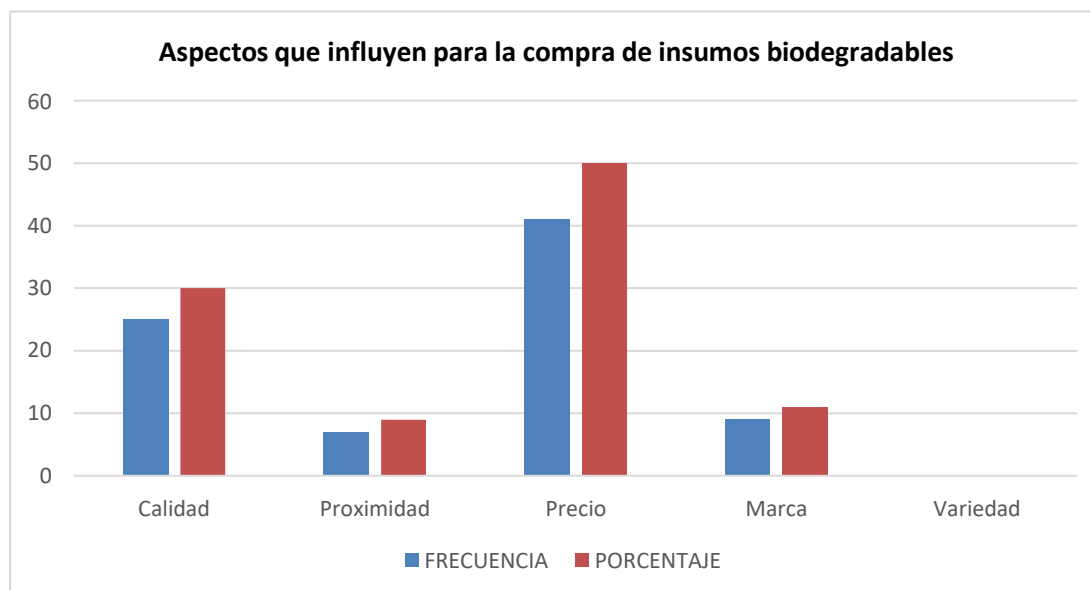


Figura 15. Aspectos importantes que influyen a la hora de adquirir insumos biodegradables

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora.

Nota: El precio y la calidad son los aspectos que más influyen a la hora de tomar la decisión de adquirir insumos biodegradables.

Pregunta 11: ¿Cuál de los siguientes precios estaría dispuesto a pagar por la unidad de bata descartable?

Tabla 23. Precios por unidad: Bata descartable

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$ 1.50	62	76
\$ 1.25	12	15
\$ 1.75	8	10
TOTAL	82	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora.

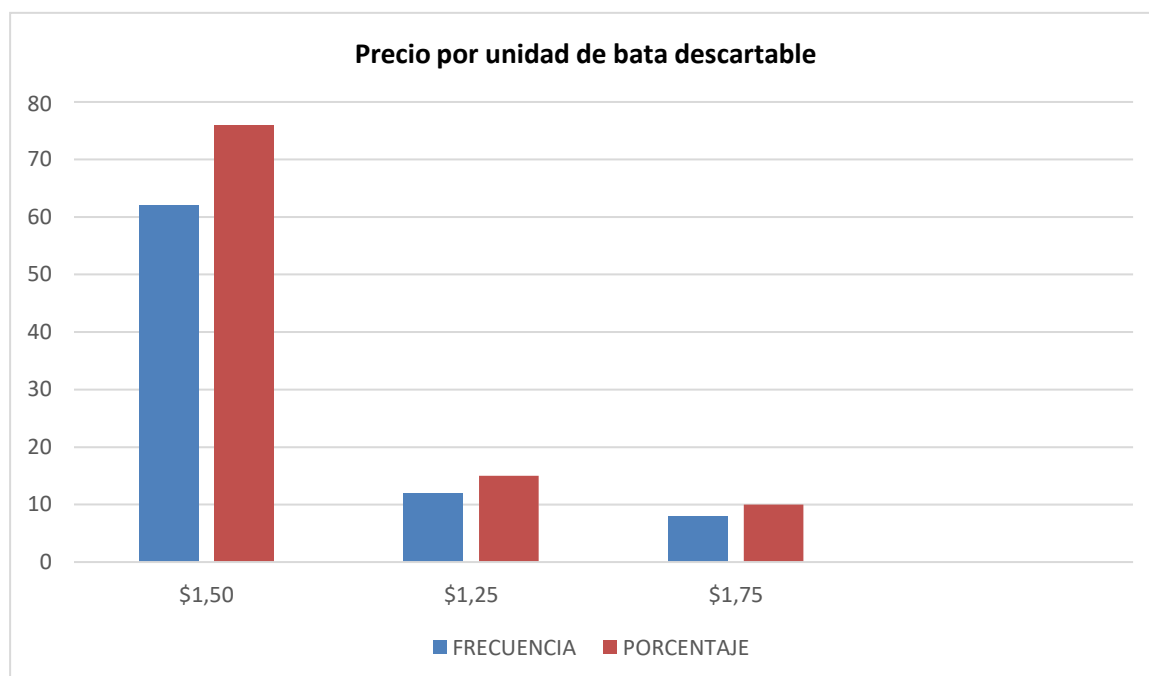


Figura 16. Precios por unidad: Bata descartable

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora.

Nota: El mayor porcentaje de encuestados menciona que por unidad de bata descartable, están dispuestos a pagar \$ 1.50

Pregunta 12: ¿Cuál de los siguientes precios estaría dispuesto a pagar por el paquete de 500 unidades de depresor de lenguas?

Tabla 24. Precio por unidad: Depresor de lenguas

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$ 1.00	58	71
\$ 0.59	14	17
\$ 0.75	10	12
TOTAL	82	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora.

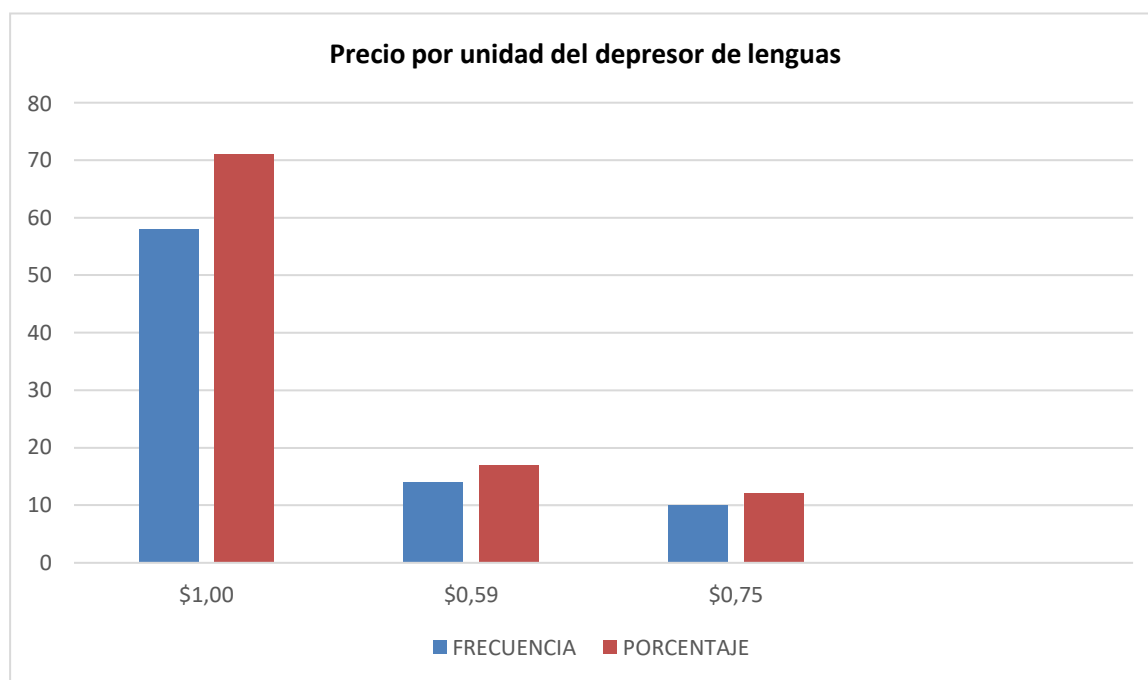


Figura 17. Precio por unidad: Depresor de lenguas

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora.

Nota: Por la unidad de depresores de lenguas, los clientes estarían dispuestos a para \$ 1.00

Pregunta 13: ¿Cuál de los siguientes precios estaría dispuesto a pagar por la unidad de fundas esterilizadoras?

Tabla 25. Precio por unidad de fundas esterilizadoras

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$ 1.00	25	30
\$ 0.59	52	63
\$ 0.75	5	6
TOTAL	82	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora.

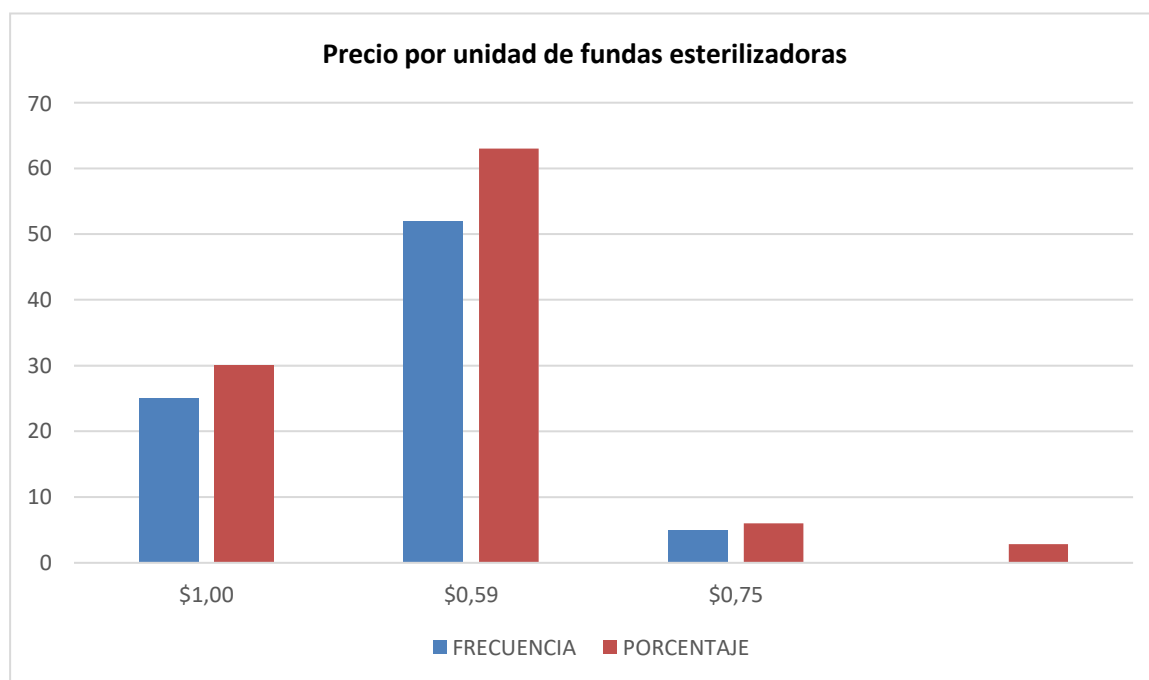


Figura 18. Precio por unidad: fundas esterilizadoras

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora.

Nota: El mayor porcentaje de los encuestados han mencionado que pagarían \$ 0.59 por la unidad de fundas esterilizadoras.

Pregunta 14: ¿Cuál de los siguientes precios estaría dispuesto a pagar por la unidad de hisopos?

Tabla 26. Precio por unidad de los hisopos

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$ 1,00	15	18
\$ 0.59	58	71
\$ 0.75	9	11
TOTAL	82	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora.

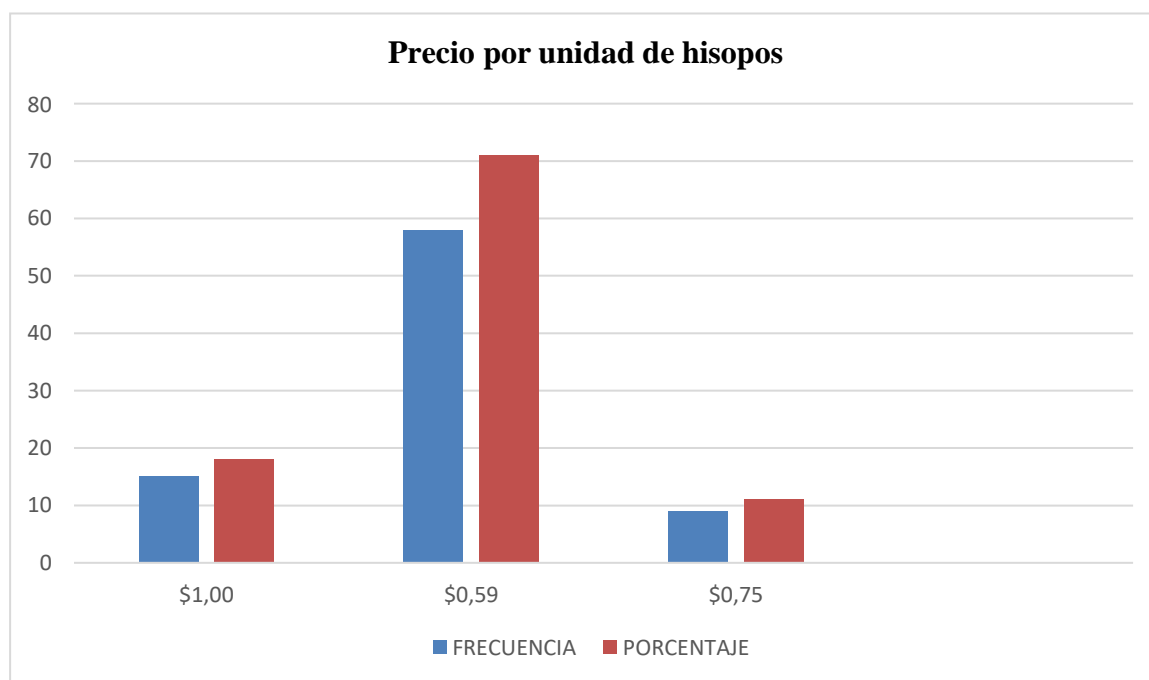


Figura 19. Precio por unidad de hisopos

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora.

Pregunta 15: Al momento de realizar la compra de estos productos usted prefiere:

Tabla 27. Medio por el cual el centro de salud se abastecería de insumos médicos biodegradables.

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Locales fijos	12	15
Tiendas virtuales	10	12
Proveedor que entrega en el local de acuerdo con el pedido	60	73
TOTAL	82	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora.

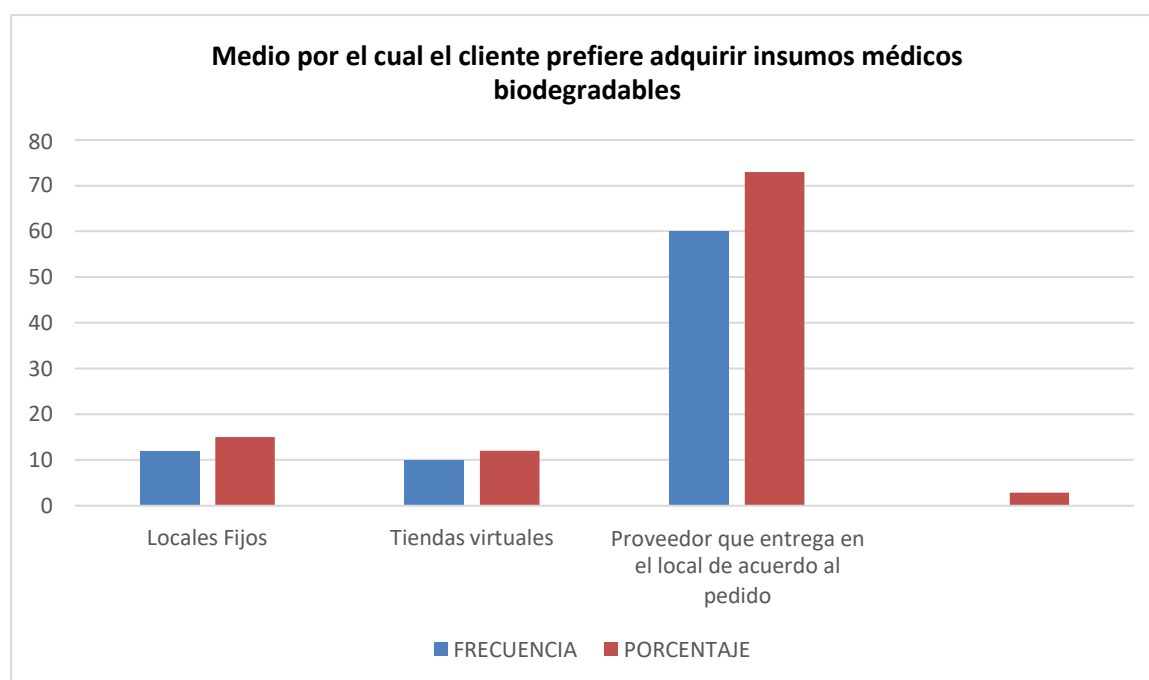


Figura 20. Medio por el cuál adquiere insumos médicos biodegradables

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora.

Nota: De acuerdo con la encuesta, el mayor porcentaje de clientes prefiere tener un proveedor que le haga la entrega del pedido en el local.

Demanda Potencial

(Malhotra, 2018) En su libro de Investigación de mercados, indica que la demanda potencial es “el conjunto de clientes que manifiestan un grado suficiente de interés en una determinada oferta de mercado” (p.89).

Para realizar el cálculo de la demanda, se ha tomado en cuenta el crecimiento anual del sector salud que, según el Banco Central del Ecuador, hasta el año 2021 fue de un 4.1%. Sobre el valor de 82 clínicas y hospitales se aplicó las encuestas a administradores de la salud de un perfil similar, que es a quienes va dirigido el producto. (BANCO CENTRAL DEL ECUADOR, 2021)

Tabla 28. Crecimiento del sector salud en Ecuador

Año	Tasa de crecimiento	Población
2022		82
2023		85
2024	4.1%	88
2025		92
2026		96

Fuente: (BANCO CENTRAL DEL ECUADOR, 2021)

Elaborado por: Autora.

De acuerdo con esta proyección, se determina que las clínicas y hospitales en el DM de Quito existe un crecimiento sostenido, lo cual demuestra que existe mercado para la introducción de los insumos médicos biodegradables, no solo en el sector norte de Quito, sino a nivel de la ciudad y provincia.

Se ha enfocado en este grupo de clínicas y hospitales, ya que los insumos médicos biodegradables serán una nueva alternativa para la atención a pacientes con más seguridad, con responsabilidad en el medio ambiente y cuidado de la salud.

Para calcular el costo unitario promedio anual de consumo de unidades por clínica y hospital, se calcula en base a la información obtenida en las preguntas 6, 7, 8 y 9 lo que da un

precio promedio por insumo y también la pregunta 15 menciona que existe una aceptación para adquirir insumos por medio de un proveedor certificado es del 73%.

Tabla 29. Proyección de la demanda en dólares

AÑOS	INSUMO	PRECIO PROMEDIO	# CLIENTES	CONSUMO MENSUAL	CONSUMO ANUAL
2022	Batas descartables	750,00	60	45.000,00	540.000,00
	Depresor de lenguas	750,00	60	45.000,00	540.000,00
	Hisopos	750,00	60	45.000,00	540.000,00
	Fundas esterilizadoras	300,00	60	18.000,00	216.000,00
SUB TOTAL				153.000,00	\$1'836.000
2023	Batas descartables	750,00	62	46.500,00	558.000,00
	Depresor de lenguas	750,00	62	46.500,00	558.000,00
	Hisopos	750,00	62	46.500,00	558.000,00
	Fundas esterilizadoras	300,00	62	18.600,00	223.200,00
SUB TOTAL				158.100,00	\$ 1'897.200
2024	Batas descartables	750,00	64	48.000,00	576.000,00
	Depresor de lenguas	750,00	64	48.000,00	576.000,00
	Hisopos	750,00	64	48.000,00	576.000,00
	Fundas esterilizadoras	300,00	64	19.200,00	230.400,00
SUB TOTAL				144.000,00	\$ 1'728.000
2025	Batas descartables	750,00	67	50.250,00	603.000,00
	Depresor de lenguas	750,00	67	50.250,00	603.000,00
	Hisopos	750,00	67	50.250,00	603.000,00
	Fundas esterilizadoras	300,00	67	20.100,00	241.200,00

SUB TOTAL			80.850,00	\$ 2'050.000	
2026	Batas descartables	750,00	70	52.500,00	630.000,00
	Depresor de lenguas	750,00	70	52.500,00	630.000,00
	Hisopos	750,00	70	52.500,00	630.000,00
	Fundas esterilizadoras	300,00	70	21.000,00	252.000,00
SUB TOTAL			178.500,00	2'142.000	
TOTAL				\$ 9'653.000	

Fuente: Encuesta, preguntas 7, 8, 9, 10 y 15

Elaborado por: Autora

1.4 Análisis del macro y microambiente

Análisis del microambiente

(Porter, 2015) sostiene que, “el potencial de rentabilidad de una empresa está definido por cinco fuerzas que compiten entre sí por quedarse con la mayor parte del valor que se produce en una industria” (p. 200), estas se detallan a continuación:



Figura 21. 5 fuerzas de Porter

Fuente: Libro, las 5 fuerzas de Porter.

Elaborado por: Autora

(Porter, 1979) “Para determinar el alcance de cada una de las fuerzas, Porter las desmenuza en una serie de variables (subfuerzas) y con ellas es posible anticipar la intensidad con la que cada una de las cinco fuerzas compete por quedarse con una parte del valor creado en la industria. Entre mayor valor capturen, las fuerzas tendrán más poder para determinar el futuro de la industria.” (p.200)

Análisis de las cinco Fuerzas de Porter

Amenaza de nuevos competidores: alta

El presente estudio tiene como eje primordial la comercialización de insumos médicos. La innovación del producto en el mercado por su reciente introducción se destaca frente de otros insumos, pero no por ello vamos a dejar de lado o descartar que aparezcan nuevos entes competidores ya que la relación de oferta y demanda se incrementará y esto hace que nuevas empresas giren alrededor del mismo negocio.

En este orden de ideas esta empresa por su reciente aparición mercantil hacía tanto proveedores como consumidores finales, tomara su tiempo en generar esa lealtad por tratarse de una marca nueva.

Amenaza de nuevos productos o servicios sustitutos: moderada

Como en toda relación de comercialización, resultaría ingenuo descartar la posibilidad de que en la ciudad de Quito, se de a la par productos sustitutos o similares por último a los insumos médicos, cómo los ya conocidos insumos tradicionales.

Todo esto conlleva a una inminente amenaza o alerta, la existencia de productos sustitutos por el precio que se maneje en el mercado.

Poder de negociación de proveedores: moderada

Por la dinámica que implica la relación de la comercialización, la negociación con los proveedores será sustentada a la realidad ya que la disponibilidad de insumos médicos siempre estará en constante demanda, se aconseja la posibilidad de proveedores nacionales.

La negociación no debe limitarse en la búsqueda de proveedores tradicionales o fijos, no cerrando la oportunidad de proveedores alternos por su alta dinámica que conlleva la comercialización de insumos médicos. La confianza y conveniencia radica en la entrega de la calidad del producto, y los proveedores juegan un rol preponderante ya que de ellos se debe buscar la mejor optimización de costos.

Poder de negociación de clientes: moderada

La relación con los clientes por su naturaleza comercial de hecho es compleja pero no imposible su negociación ya que la distribución de insumos médicos biodegradables por el estado de necesidad en la salud tiene el visto bueno de hospitales y clínicas de la ciudad de Quito.

En la relación comercial con los usuarios el mayor índice de negociación es la exclusividad de los insumos médicos biodegradables ya que permitirá en el mercado un mayor precio competitivo ya que guarda en sí su propia marca. La exhibición del producto contará con toda la logística necesaria sea física o virtual lo cual permitirá un mayor rendimiento.

Rivalidad y competencia del mercado

Con el análisis de los diferentes factores, se puede determinar que en el DM de Quito hay pocas empresas de distribución de insumos médicos biodegradables.

La ventaja competitiva sobre la competencia es la materia prima con la que son fabricados los insumos médicos biodegradables, ya que son amigables con el ecosistema, su marca, el servicio adicional de entrega directa y precios competitivos.

Análisis del macro ambiente

Se analizan diversos factores externos no controlables de la empresa, debido a que la operación también depende del entorno y de las condiciones del mercado circundante. La identificación temprana de estos aspectos ayuda a tomar las decisiones correctas para tener un impacto positivo tanto en la empresa como en la sociedad.

Ojo: Se realiza un análisis de diferentes hechos fácticos externos que son variables y de poco manejo para la empresa, ya que es un conglomerado de interacciones que en su parte fundamental depende de cuestiones propias de su giro del negocio.

En la alerta a tiempo de estas particularidades ayudará a mitigar cualquier contratiempo negativo para la empresa y que no repercuta en la sociedad.

1.5 Análisis PESTEL

A continuación, se presenta el analizador PESTEL, el cual es una herramienta clave para conocer los aspectos externos que afectan a la empresa a través de las variables que se describen a continuación:

Tabla 30. Factor Político

Factor:	Clima político
Detalle:	Ante la situación política que el Ecuador está viviendo en los últimos tiempos, se genera una estabilidad política que puede afectar a la empresa privada.
Plazo:	Largo plazo, desde julio 2022
Implicación (Análisis):	<p>El gobierno actual que tiene el Ecuador atraviesa por una situación muy difícil debido a la crisis política por la que se está atravesando, ante las paralizaciones que afectan las operaciones de las empresas. Esto genera constantes cambios en el tema político, cambios en leyes.</p> <p>El país se encuentra recuperándose de una paralización que ha afectado situaciones políticas que han desestabilizado el normal desenvolvimiento de las actividades de la sociedad ecuatoriana y ante esta situación no se sabe en qué medida se pueden presentar cambios, pero también puede surgir el interés político de impulsar el apoyo a la empresa privada, a la empresa dedicada a la comercialización ya que generan fuentes de empleo, especialmente a aquellas cuya finalidad es producir insumos que beneficien a la salud.</p>
Impacto:	Positivo

Fuente: (Revista Primicias, 2022)

Elaborado por: Autora

Tabla 31. Factor Económico

Factor:	Situación económica del país por baja del PIB
Detalle:	El Ecuador atraviesa por una crisis económica que hace que el presupuesto general del estado vaya teniendo permanente déficit lo que hace que la inversión social se reduzca en importante porcentaje.
Plazo:	Producto Interno Bruto (PIB) a nivel país, que está con tendencia a crecer a un ritmo muy lento. Corto y largo plazo, desde ahora hasta 2026
Implicación (Análisis):	A pesar de las dificultades ocurridas en nuestra nación, la población ecuatoriana se ha caracterizado por salir siempre adelante. A pesar de las dificultades ocurridas en nuestra nación, la población ecuatoriana se ha caracterizado por salir siempre adelante. La pandemia causó una fuerte afección a la economía nacional de la cual aún no se sale totalmente, sumado a la paralización de actividades lo que ha generado una inflación de precios, endeudamiento. Esta situación que se vive a nivel mundial pero poco a poco la población se está acostumbrando a la nueva modalidad, pues ya se han retomado las actividades paulatinamente, según el Banco Mundial estima que el PIB tendrá un crecimiento de alrededor de 3,2% para el año 2021 y 1,5% en el 2022.
Impacto:	Positivo

Fuente: (BANCO CENTRAL DEL ECUADOR, 2021)

Elaborado por: Autora

Tabla 32. Factor Social

Factor:	Tendencias de estilo de vida
Detalle:	Las personas y empresas buscan adquirir un hábito de consumo de productos eco amigables y saludables.
Plazo:	A corto plazo julio 2022 y a largo plazo en adelante. El acceso a la salud de calidad es muy limitada en el país. Es un mal permanente en la población ecuatoriana desde edades tempranas hasta la adultez, esto se debe al nivel de
Implicación (Análisis):	desempleo. A raíz de la pandemia por covid-19, la gente comienza a entender un poco más, cuán importante es el cuidado de la salud. En la ciudad de Quito hay pocas empresas dedicadas a una producción y comercialización de productos o insumos que generen beneficios saludables para la población.
Impacto:	Positivo

Fuente: (GESTIÓN DIGITAL, 2021)

Elaborado por: Autora

Tabla 33. Factor Tecnológico

Factor:	Promoción del desarrollo tecnológico
Detalle:	El uso de la tecnología ha ido aumentando, pero actualmente está siendo cada vez un factor más prioritario cuando se trata de negocios.
Plazo:	Desde ahora corto plazo, julio 2022 y a largo plazo en adelante.
Implicación (Análisis):	El país considera cada vez más importante la innovación en el ámbito tecnológico ya que se necesita fomentar el desarrollo de las empresas ecuatorianas. Con el tiempo han ido existiendo más importaciones de maquinaria para enfatizar más la producción en el Ecuador. También hoy en día debido a la pandemia es un gran reto innovador las mejoras tecnológicas para que las empresas aumenten su productividad, esto posibilitará a la empresa llegar con oferta de productos saludables a más personas gracias a las posibilidades de ir innovando en maquinaria y en el tema digital como medios de ventas y comunicación con los clientes.
Impacto:	Positivo

Fuente: (GESTIÓN DIGITAL, 2021)

Elaborado por: Autora

Tabla 34. Factor Ecológico

Factor:	Promoción del desarrollo ecológico
Detalle:	<p>De acuerdo a varios estudios técnicos y análisis de expertos, el mundo entero está siendo afectado por la contaminación, lo cual trae consecuencias como el calentamiento global y desastres naturales. Hay muchos factores que generan este problema: Alta tasa de deforestación, pérdida de biodiversidad y recursos genéticos, Irracional utilización de recursos naturales, creciente contaminación de agua, aire y suelo, Deficiente manejo de desechos, deterioro de las cuencas hidrográficas.</p>
Plazo:	<p>Desde ahora corto plazo, julio 2022 y a largo plazo en adelante.</p> <p>Es importante generar programas de concientización para cuidar el medio ambiente, pues es causa de todos. El factor ecológico es una oportunidad para</p>
Implicación (Análisis):	<p>MIMA MED ya que existen varias normas para el control del medio ambiente, entre ellas se puede mencionar la norma de control de desechos médicos.</p>
Impacto:	<p>Positivo</p>

Fuente: (GESTIÓN DIGITAL, 2021)

Elaborado por: Autora

Tabla 35. Factor Legal

Factor:	Promoción del desarrollo legal
	<p>De acuerdo a la Constitución, el régimen legal se rige por los principios de generalidad, progresiva, eficiencia, simplicidad administrativa, equidad, transparencia y suficiencia.</p> <p>Se priorizan los impuestos directos y progresivos. MIMA MED se encuentra bajo la jurisdicción de las siguientes instituciones para el desarrollo de actividades: SRI,</p>
Detalle:	<p>Superintendencia de Compañías, IEES, y bajo códigos y leyes que supervisan la operatividad bajo el marco de la ley y protección de los trabajadores. Las leyes y reglamentos a los que debe acoplarse MIMA MED, por su actividad económica y comercial, son una oportunidad para la empresa, pues son un medio de regulación y control que se manejan en este sector.</p>
Plazo:	<p>Desde ahora corto plazo, julio 2022 y a largo plazo en adelante.</p>
Implicación	<p>Es importante generar cumplir con todas las leyes para garantizar que MIMA MED</p>
(Análisis):	<p>opere dentro de la ley, lo que será una buena imagen dentro del mercado.</p>
Impacto:	<p>Positivo</p>

Fuente: (GESTIÓN DIGITAL, 2021)

Elaborado por: Autora

Matriz de evaluación de factores internos (EFI)

La tabla detallada a continuación muestra los valores de importancia de las fortalezas y debilidades de la empresa en todas las áreas, generalmente clasificadas del 1 al 4, siendo 4 la fortaleza más importante, 3 fortalezas menores, 2 debilidades menores y 1 debilidad mayor. El valor medio más bajo del balance es 2,6.

Tabla 36. Matriz EFI

Factores internos clave de la empresa		Valor	Clasificación	Puntuación
Fortalezas				
1	Conocimiento de manejo administrativo de empresas	0.15	4	0.60
2	Oferta de producto saludable con ingredientes naturales	0.12	4	0.48
3	Precio competitivo y asequible	0.10	2	0.20
4	Comercialización directa y rápida con el cliente	0.10	3	0.30
5	Ubicación estratégica	0.10	3	0.30
Debilidades				
1	Clientes no conocen mucho de la marca	0.10	1	0.10
2	Poca experiencia en ventas en el mercado	0.10	2	0.20
3	No contar con toda la maquinaria de punta	0.08	2	0.16
4	Producto con marca nueva	0.05	2	0.10
5	Falta de capital para invertir más	0.10	2	0.20
Total		1		2.64

Fuente: Gestión de Investigación 2022

Elaborado por: Autora

Análisis e interpretación de los resultados de la matriz EFI

Como se puede observar en la tabla, la puntuación obtenida es de 2,6, por encima de la media. Esto significa que MIMA MED tiene fortalezas y debilidades que se pueden administrar internamente, lo que es ventajoso para MIMA MED., seguido del valor ecológico de la biodegradabilidad de los insumos médicos.

Matriz de evaluación de factores externos (EFE)

Esta tabla muestra oportunidades y amenazas fuera de su organización que no puede controlar directamente, pero puede controlar y/o prepararse para estas posibles situaciones. Una clasificación ponderada de 1 a 4, donde 4 es respuesta superior, 3 respuesta mayor al promedio, 2 la respuesta es el promedio y 1 respuesta deficiente. El balance promedio mínimo es 2.4.

Tabla 37. Matriz EFE

Factores externos clave de la empresa	Valor	Clasificación	Puntuación
Oportunidades			
1 Tendencia de consumo nutritivo	0.15	4	0.60
2 Gran acogida de los clientes hacia productos naturales	0.15	4	0.60
3 Proveedores cercanos a la empresa	0.10	3	0.30
4 Ampliación del mercado	0.10	2	0.20
Amenazas			
1 Inflación de precios en materia prima necesaria para la elaboración del producto	0.10	3	0.30
2 Apertura de competidores fuertes	0.20	3	0.60
3 Hechos naturales que retrasen la entrega del producto	0.10	1	0.10
4 Pérdida del poder adquisitivo de la población	0.10	2	0.20
Total	1		2.90

Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: Autora

Análisis e interpretación de los resultados de la matriz EFE

Para el análisis de oportunidades y amenazas que enfrenta la empresa, el puntaje general refleja un puntaje de 2.40, que está por encima del promedio. Obtiene una puntuación más alta porque es un producto competitivo y puede tener la amenaza de que competidores fuertes inviertan más capital para producirlo.

Como oportunidad, es muy importante aprovechar las nuevas tendencias ecológicas que se presentan en el DM de Quito. Son muy bien recibidos por los clientes con respecto a los suministros MIMA MED.

Matriz de perfil competitivo (MPC)

La matriz refleja datos comparativos de empresas que ofrecen productos farmacéuticos en la ciudad, pero con diferentes materias primas, destacando sus fortalezas y debilidades relativas frente a sus competidores. La matriz presenta un modelo analítico para formular una estrategia, y este análisis nos dice dónde se necesitan mejoras.

La matriz cuenta con 10 factores y sus puntuaciones son calificadas entre 1 y 4, donde 4 es el valor mayor y 1 el valor menor o deficiente para la empresa.

Tabla 38. Matriz de perfil competitivo

Factores críticos de éxito	MIMA MED		Oxi Salud Cía. Ltda.		Medimp S.A.		
	Valor	Clasificación	Puntaje	Clasificación	Puntaje	Clasificación	Puntaje
1 Participación en el mercado	0.10	1	0.1	4	0.4	4	0.4
2 Posición financiera	0.10	1	0.1	3	0.3	4	0.4
3 Competitividad en precios	0.10	3	0.3	4	0.4	4	0.4
4 Calidad del producto	0.10	4	0.4	3	0.3	4	0.4
5 Nivel utilitario del producto	0.10	4	0.4	2	0.2	3	0.3
6 Comercialización del producto	0.10	4	0.4	1	0.1	1	0.1
7 Disponibilidad de marca propia	0.10	4	0.4	1	0.1	3	0.3
8 Formas de distribución de productos	0.10	3	0.3	3	0.3	4	0.4
9 Experiencia en ventas en el mercado	0.10	1	0.1	3	0.3	4	0.4
10 Personal con conocimiento administrativo de empresas	0.10	4	0.4	1	0.1	3	0.3
Total		1	2.90		2.50		3.40

Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: Autora

Análisis e interpretación de los resultados de la matriz MPC

Las puntuaciones del competidor y MIMA MED fueron positivas. Podemos ver que la empresa con una puntuación de 3.40 es Medimp S.A. Esto significa que MIMA MED tiene la competencia más fuerte. Lleva mucho tiempo en el mercado y es reconocido a nivel nacional.

Por lo tanto, los puntos que avalan a MIMA MED y ahorran en una calificación superior más competitiva son la calidad y las propiedades de biodegradabilidad de sus insumos, la empresa tiene su propia marca, precios similares y también tiene una forma de distribución.

Oxi Salud Cía. Ltda venden insumos similares, pero no son lo mismo porque son tradicionales. Aunque de mayor valor, MIMA MED se mejora mediante la distribución de suministros médicos biodegradables sin procedimientos que involucren productos químicos.

1.6 Proyección de la oferta

Se utilizaron métodos no estadísticos para realizar los cálculos de oferta. Esto se debe a que la información histórica no está disponible. Por ello, se realizaron relevamientos y observaciones preliminares directas en diversos puntos de venta en MD de Quito brindando atención médica que sepa exactamente cuál será su factura mensual.

Se consideraron de los proveedores de salud más fuertes o competitivos de la ciudad.

Tabla 39. Cálculo de la oferta

	Oferentes	Mensual	Anual
Competidor 1	Oxi Salud Cía. Ltda.	\$70.437,00	\$845.245,00
Competidor 2	Medimp S.A.	\$ 61.343,00	\$736.120,00
Competidor 3	Carlos Álvarez S.A.	\$51.678,00	\$620.147,00
Competidor 4	Distribuidora Grafac	\$44.058,00	\$528.698,00
Competidor 5	MultiSalud	\$10.491,00	\$125.889,00
	Total oferta		\$2'856.099,00

Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: Autora

A continuación, se realiza la proyección de la oferta, previa investigación según el (Banco Central del Ecuador, 2020) que indica que el índice de crecimiento del sector de la salud es del 4.1% (BANCO CENTRAL DEL ECUADOR, 2021).

La oferta del año actual es de \$2'856.099,00, la cual se deriva del monto de la oferta anual de acciones en la tabla anterior y se refleja en el pronóstico de 2027.

Tabla 40. Proyección de la oferta método no estadístico

Año	% de crecimiento del sector salud	Oferta
2023		\$2'856.099,00
2024		\$2'970.629,00
2025	4.1%	\$3'089.751,00
2026		\$3'213.650,00
2027		\$3'342.517,00

Fuente: (BANCO CENTRAL DEL ECUADOR, 2021)

Elaborado por: Autora

Al utilizar el indicador de crecimiento del PIB se puede saber si hay o no crecimiento en diferentes áreas de producción; con estos resultados se ve que la industria de la salud sí ha tenido un crecimiento sostenido, lo que conduce a un resultado aceptable al mercado de los insumos médicos.

1.7 Demanda potencial insatisfecha

Es necesario conocer la demanda potencial insatisfecha, pues el porcentaje de esta constituye la cuota de mercado alcanzable, es decir la población del sector que quedaría libre para conseguir que sean los consumidores de esta nueva presentación de insumos médicos. Esta se calcula por la diferencia entre demanda y oferta.

Tabla 41. Demanda potencial insatisfecha

AÑOS	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA
2023	\$ 6'333.333	\$ 2'856.099	\$ 3'477.234
2024	\$ 7'037.037	\$ 2'970.629	\$ 4'066.408
2025	\$ 7'818.930	\$ 3'089.751	\$ 4'729.179
2026	\$ 8'687.700	\$ 3'213.650	\$ 5'474.050
2027	\$ 9'653.000	\$ 3'342.517	\$ 6'310.483

Fuente: Tablas 24 y 36

Elaborado por: Autora

Para el año 2023 la demanda insatisfecha anual es de \$ 3'477.234. Esto refleja que la demanda es mayor que la oferta, lo que puede cubrir la demanda insatisfecha en los próximos años. De acuerdo con estos cálculos, la empresa MIMA MED estará en capacidad de captar un 13% de la Demanda Potencial.

Si hay necesidad de un producto, hay demanda, y si hay demanda, hay producción, entonces la empresa tiene un crecimiento económico, pero en este caso de manera responsable, porque los insumos médicos son biodegradables.

1.8 Promoción y publicidad que se realizará (canales de comunicación)

Cada vez hay más competencia, es necesario implementar constantemente estrategias de marketing que permitan un posicionamiento del producto que haga a la empresa más fuerte y competitiva. Al aplicar esto, se pueden tomar decisiones que se centren en la satisfacción del cliente, que es la audiencia real interesada en el producto que ofrece la empresa.

Para ello, MIMA MED implementa promoción de ventas y publicidad basada en el marketing mix, combinando las 4 P para lograr un efecto positivo que incremente las ventas a

través de la colocación de productos. De hecho, se realiza previamente un plan de medios detallando las estrategias a utilizar.

Plan de Medios

1. Objetivo

Alcanzar que el producto tenga renombre en el 50% del total de clínicas y hospitales en el DM de Quito, mediante una cantidad de ventas del 13% sobre la inversión para el primer año.

2. Target

El producto que ofrece MIMA MED está dirigido a clínicas y hospitales del DM de Quito que atienden a muchos pacientes que necesitan de insumos biodegradables para que su tratamiento sea de calidad.

3. Estrategias

Como se mencionaba anteriormente en el documento, MIMA MED realizará su publicidad y promoción mediante marketing mix.

Producto

Para despertar el interés del cliente se debe promover el producto que ofrece la empresa, por lo que se implementan las siguientes estrategias:

- Ofrecer insumos biodegradables al mercado objetivo utilizando estrategias especiales.
- Introducir insumos médicos biodegradables con materiales de seguridad e higiene que protejan y sujeten el producto para que el paciente se sienta seguro.
- Promocionar insumos médicos biodegradables con publicidad de calidad porque es clara y precisa y la etiqueta tiene su logo, información de ingredientes, fecha de vencimiento, etc.



Figura 22. Diseño Logotipo

Elaborado por: Autora.



Figura 23. Presentación del Producto Etiqueta

Elaborado por: Autora

Precio

- Aplicar estrategia de precios competitivos para ingresar al mercado y atraer la atención de clínicas y hospitales para ser proveedor de los insumos médicos biodegradables.
- Informar a través de las redes sociales y página web, sobre los beneficios que tienen los insumos biodegradables, beneficios y calidad.
- Implementar una política de costos austera que permita generar un precio que esté a la par de la competencia.

- Diseñar políticas de crédito para las clínicas y hospitales que compren en altos volúmenes.

Distribución

Canales de distribución directos. - En el lugar del local de la empresa los clientes podrán ver la calidad de los insumos, aunque el servicio estrella que ofrece MIMA MED es la entrega directa al cliente de acuerdo con su pedido.

Promoción

Diseñar, imprimir e instalar un letrero exterior grande en las instalaciones para dar a conocer la marca y dar una primera impresión al público.



Figura 24. Diseño de rótulo

Elaborado por: Autora

- Crear una página de Facebook, una página comercial de WhatsApp y un sitio web de ventas en línea para encontrar y conectarse con los seguidores de la página utilizando cualquiera de estos métodos. La información correspondiente sobre las contribuciones y sus actualizaciones se publicará a través de las redes sociales.
- Realizar publicidad interior diseñando el interior de la instalación colocando un logotipo impreso grande, 1 pancarta y carteles acrílicos que reflejen la misión y visión de MIMA MED.

- Promocionar con tarjetas de presentación para una presentación y entrega más formal a los clientes.



Figura 25. Diseño de tarjeta

Elaborado por: Autora

Medios

Los medios que MIMA MED quiere dar a conocer sus productos son: publicidad externa e interna, redes sociales, tarjetas de presentación y página web.

Presupuesto del plan de medios

Tabla 42. Presupuesto del plan de medios

Medios	Frecuencia	Cant.	Costo Unitario en USD	Costo Anual en USD	Responsables
Página Web y Redes sociales	Anual	1	700,00	700,00	Dpto. ventas y marketing
Banner/ logo / Afiches acrílicos	Anual	4	12,50	50,00	Dpto. ventas y marketing
Letrero	Anual	1	150,00	150,00	Gerencia general
Impresión de Tarjetas	Anual	300	0,33	99,96	Dpto. ventas y marketing
Total				999,96	

Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: Autora

1.9 Sistema de distribución a utilizar

Es muy importante cubrir un mercado cada vez más amplio, por lo que es posible lograr una mayor rentabilidad a través de las ventas al comercializar este tipo de productos MIMA MED realizará las entregas a través de:

- **Canales directos** ventas directas al cliente localmente. Ventas, a través de pedidos realizados por Facebook, el sitio web y/o WhatsApp Business, es decir, desde el fabricante hasta el cliente proveedor, quienes entregarán serán los vendedores.



Figura 26. Canal Directo

Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: Autora

Nota: El canal directo significa que el producto llegará directamente al consumidor final, sin la presencia de intermediarios.

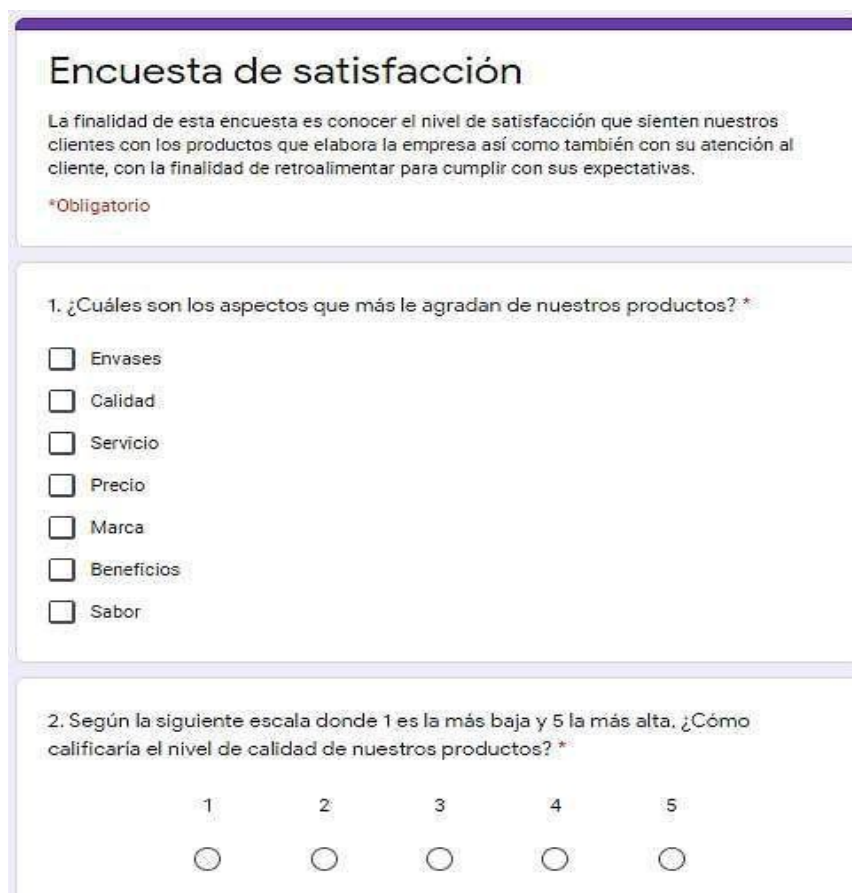
Esta es una de las modalidades más comunes, hay muchas más, pero por ahora la empresa utilizará el canal directo de distribución.

1.10 Seguimiento a clientes

Una forma de conocer la satisfacción del cliente es a través de estrategias para identificar áreas que necesitan mejora o mantenimiento y monitorear y comunicarse con los clientes para que la empresa les brinde un servicio de calidad.

Se enviará mediante correo electrónico mensajes cuando existan novedades de nuevos insumos, innovaciones, promociones, etc.

Cada dos meses, a través de correo electrónico y redes sociales, se enviará a los clientes un enlace para completar encuestas digitales a corto plazo para medir la satisfacción del cliente.



The image shows a screenshot of an online survey form. The title is "Encuesta de satisfacción". Below the title, there is a paragraph explaining the purpose: "La finalidad de esta encuesta es conocer el nivel de satisfacción que sienten nuestros clientes con los productos que elabora la empresa así como también con su atención al cliente, con la finalidad de retroalimentar para cumplir con sus expectativas." Below this paragraph, it says "*Obligatorio".

The first question is "1. ¿Cuáles son los aspectos que más le agradan de nuestros productos? *". Below the question, there are seven checkboxes with the following labels: "Envases", "Calidad", "Servicio", "Precio", "Marca", "Beneficios", and "Sabor".

The second question is "2. Según la siguiente escala donde 1 es la más baja y 5 la más alta, ¿Cómo calificaría el nivel de calidad de nuestros productos? *". Below the question, there is a scale with five radio buttons labeled "1", "2", "3", "4", and "5".

Figura 27. Modelo de encuesta online de satisfacción

Elaborado por: Autora

Con el formulario de Google forms se enviarán vía correo electrónico una encuesta para los clientes y por medio de la cual se podrá medir el nivel de satisfacción hacia el servicio e insumos.

En la página web, habrá un enlace para que los clientes dejen sus sugerencias, recomendaciones o quejas.

Se implementa CRM tradicional (Customer Relationship Management) donde se ingresan datos para recibir servicio post venta.

La empresa implementa el manejo tradicional de CRM en Excel, el cual crea una base de datos de clientes en poder de la empresa para un mayor control (seguimiento), esta información se obtiene cuando se recolecta el producto.

Existe una estrategia para lograr la satisfacción del cliente que se enfoca en la satisfacción del cliente en toda la empresa y se llama CRM.



Figura 28. Modelo de CRM

Elaborado por: Autora

Nota: CRM es un modelo internacional de negocios utilizado por muchas empresas en todo el mundo el cual lo utilizan para fortalecer la satisfacción y lealtad del cliente.

1.11 Especificación de mercados alternativos

Los mercados alternativos si no se logran las metas establecidas, la empresa buscará concretar acuerdos con consultorios y médicos que de manera individual también podrán adquirir los insumos médicos biodegradables.

Adicionalmente, otra alternativa será analizar la búsqueda de nuevos mercados en la provincia de Pichincha para ampliar la cartera de clientes en el sector de la salud y no perder la esencia del giro del negocio.

CAPÍTULO II

ÁREA DE PRODUCCIÓN Y OPERACIONES

2.1 Objetivo del Capítulo

Establecer los recursos humanos y materiales esenciales para la venta de insumos médicos biodegradables a los hospitales públicos y privados y clínicas privadas del norte de Quito.

2.2 Descripción del Proceso de Producción

Descripción del proceso de transformación del bien o servicio

Mapa de procesos

Este mapa de procesos refleja la integración de diferentes departamentos, que incluye procesos estratégicos, operativos y de soporte implementados a través de la planificación, organización, dirección y control. Esto le da a esta empresa un enfoque diferente que le permite ser competitivo en el mercado brindando a los clientes insumos médicos de calidad.

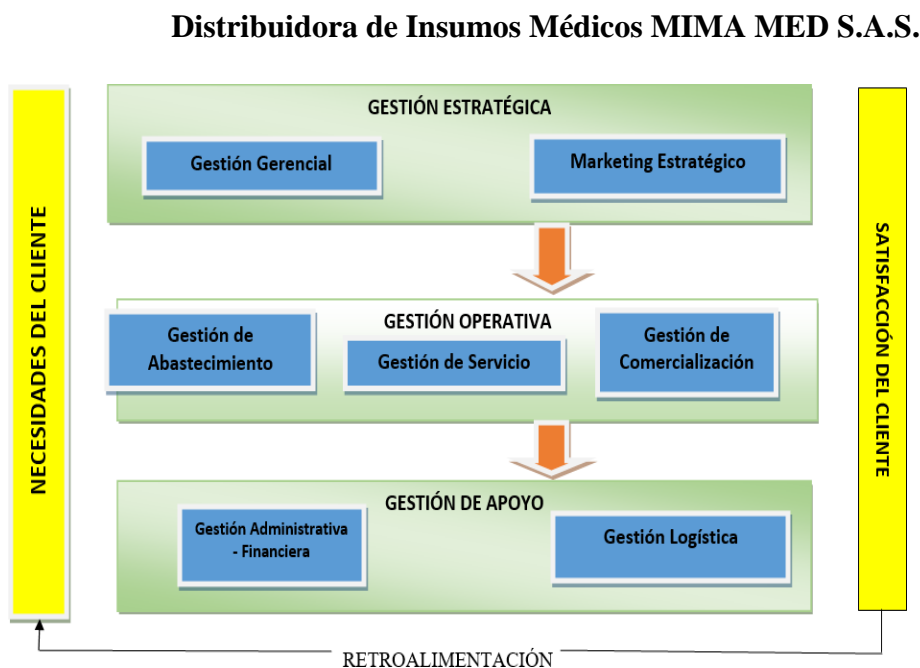


Figura 29. Mapa de Procesos

Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: Autora

Nota: Se muestran todos los procesos que se generan en la empresa MIMA MED S.A.S. para la generación de un servicio de calidad.

Para el caso de la creación de una distribuidora de insumos médicos biodegradables, no existe un proceso de producción como tal ya que no es una empresa que fabrica dichos productos. Lo que se va a describir es cómo está diseñado el proceso de generar un servicio de calidad para proveer a clínicas y hospitales insumos médicos que están hechos con materia prima diferenciada. También hay que tomar en cuenta el proceso de abastecimiento de insumos, distribución y logística para la entrega de productos al cliente, el asesoramiento técnico y un punto muy importante, el servicio postventa.

El equipo de trabajo que conforma la empresa tiene como misión principal una dedicación al 100% a brindar un servicio garantizado y de calidad en la comercialización de insumos médicos biodegradables, los cuáles serán de gran apoyo en clínicas y hospitales para una mejor atención y recuperación del paciente. La promoción, ventas y distribución del producto se realizarán en el local físico de la distribuidora, pedidos y ventas on line y su posterior entrega a “domicilio” si el cliente así lo desea. El pago por la entrega de los insumos ya sea por medios digitales o transferencias interbancarias, tarjetas de crédito y de débito u otras vías de pago que se irán implementando conforme pase el tiempo.

La gestión comercial se refiere a la adquisición y abastecimiento de insumos, promoción, publicidad y venta de estos, servicio post venta. Los procesos internos que se diseñarán en la organización son los siguientes:

- Referencia del producto a distribuir
- Ingreso del pedido
- Revisión de stock
- Salida del producto de bodega
- Entrega del producto (sea en el local o a servicio a domicilio)

- Facturación

En el caso de adquisición de producto se ejecutan los siguientes pasos:

- Inventario del producto
- Requerimiento de producto a los proveedores
- Acuerdo en las diferentes formas de pago a proveedores.
- Compra del producto
- Ofertar el producto

En la actualidad, la necesidad de fortalecer las relaciones proveedor-cliente en base a verdaderas alianzas estratégicas basadas en acuerdos de cooperación es fundamental y una buena práctica de gestión empresarial. Por lo tanto, la selección de proveedores es un proceso crítico para la gestión de la cadena de suministro y la competitividad de las empresas.

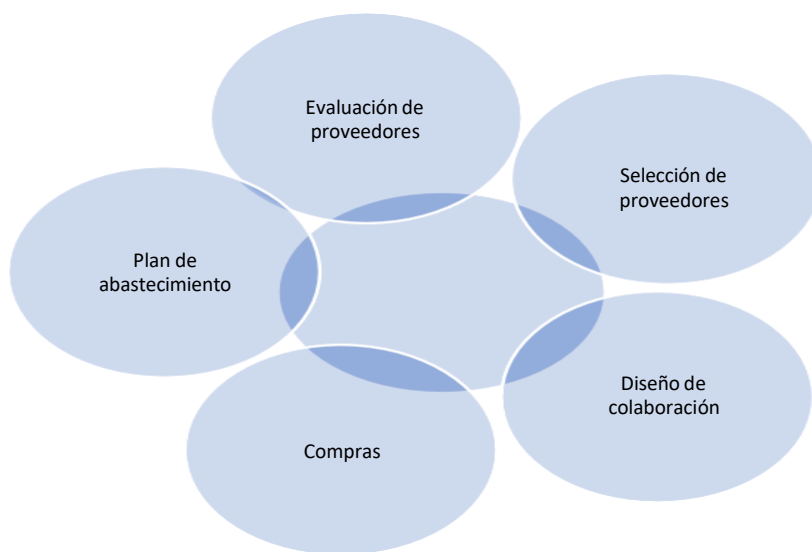


Figura 30. Ciclo de selección de proveedores

Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: Autora

Nota: Actividades estratégicas relacionadas con la selección y alianzas con proveedores



Figura 31. Procesos a ejecutar para generar el servicio

Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: Autora

Nota: En esta figura se grafican todos los procesos que se van a desarrollar para generar las operaciones de la distribuidora de insumos médicos biodegradables

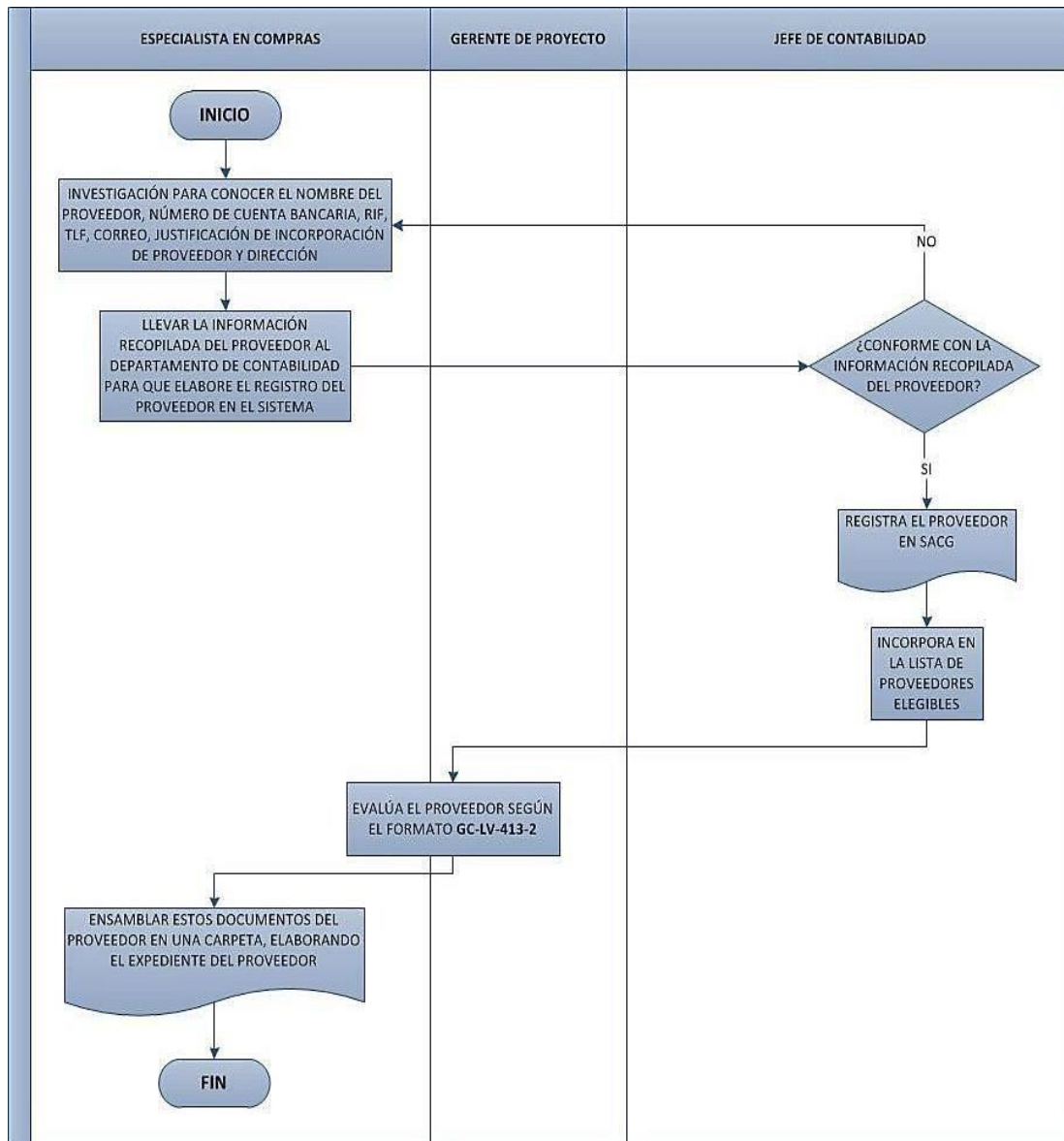


Figura 32. Proceso de Selección de Proveedores

Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: Autora

El estado de necesidad por satisfacer las exigencias de los usuarios con lleva por parte de la Empresa, a elaborar un plan de costos que involucre el primer acercamiento entre las partes a entenderse proveedores (contratistas), y Empresa (contratante), en el manejo y recopilación de información general para deducirla en el registro SACG, que permita un correcto listad de proveedores, para posterior evaluación en el formato GC-LV-413-2, y así formar un expediente secuencial.

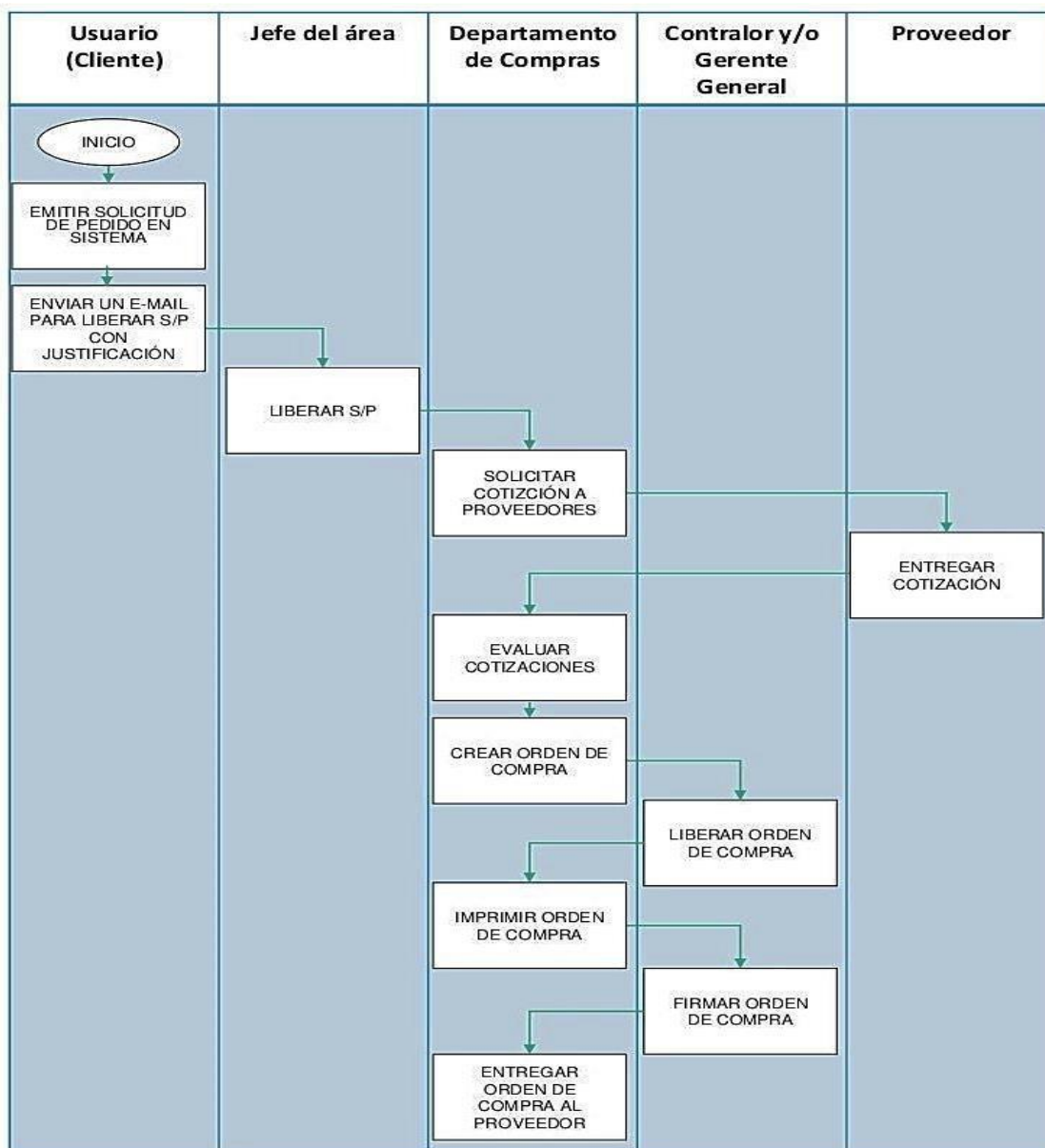


Figura 33. Flujograma de proceso de compras

Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: Autora

En la gestión procesal de compras el cliente es el punto de partida, en primer lugar con su solicitud de justificación para liberar el S/P , para posterior la parte orgánica de la empresa satisfaga ese estado de necesidad pasando por el siguiente flujo; jefe de área libera la solicitud al proveedor, el departamento de compras realiza la cotización, proveedor entrega la cotización; regresa al departamento para evaluar la cotización, de estimar conveniente origina el acto de

compra realiza el trámite administrativo previo y finaliza el gerente o contralor entregando al departamento de compras, la orden de compra al mejor proveedor.

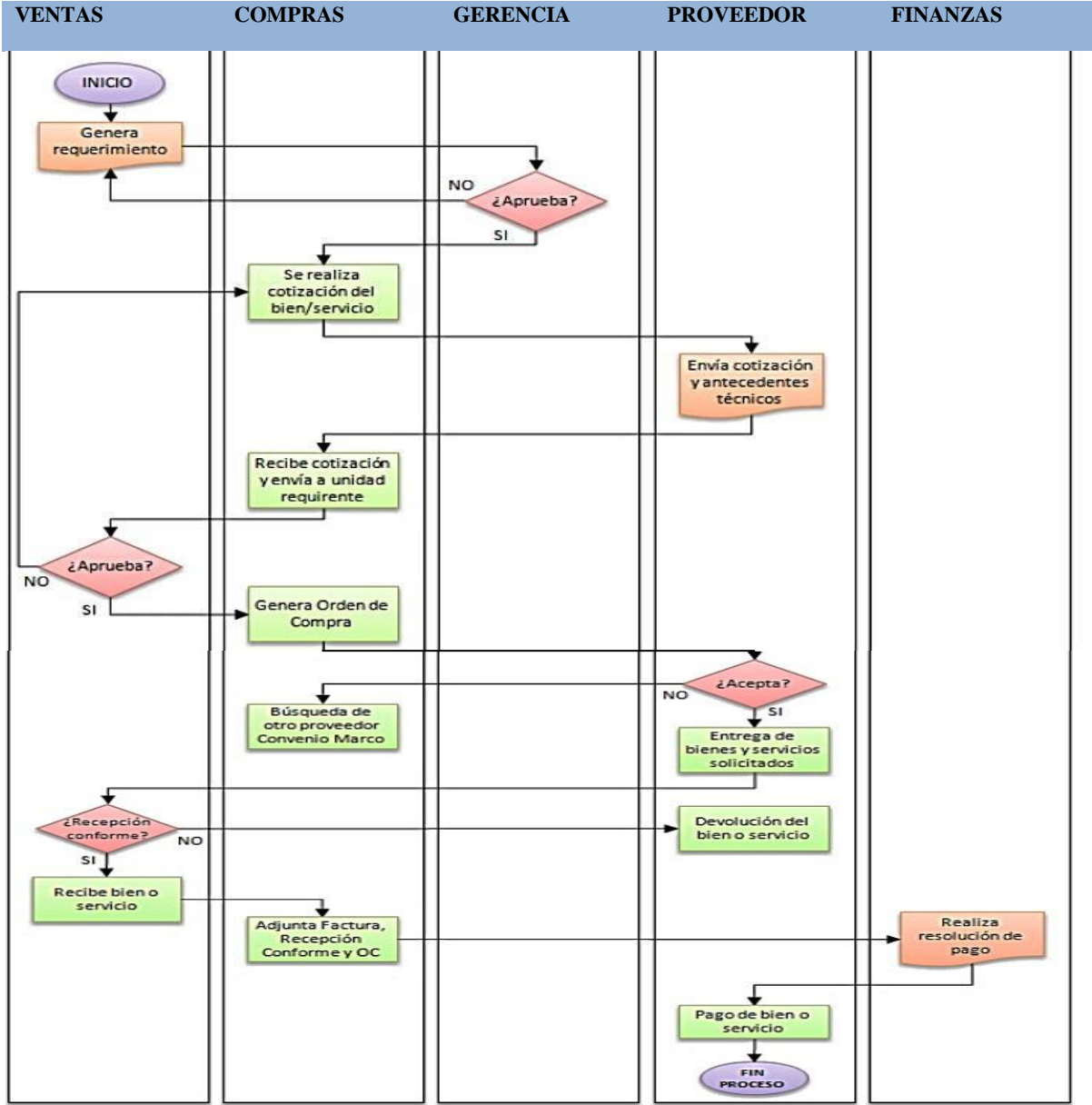


Figura 34. Proceso de Compra de Insumos Médicos

Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: Autora

En la sucesión del proceso de compra realizado el requerimiento se realiza la cotización del bien una vez aprobado, el proveedor envía la cotización donde guardan los antecedentes técnicos, el área de compras recibe la misma y envía a la unidad de origen ventas para su

aprobación o negación, con la afirmación el departamento de compras genera la orden de compras, se aprueba y procede la entrega del bien o servicio, en el proceso, ventas confirma la recepción adjunta factura al área de compras, y posterior finanzas da su resolución de pago y por último el proveedor da visto bueno del pago del servicio o bien concluyendo así dicho proceso.

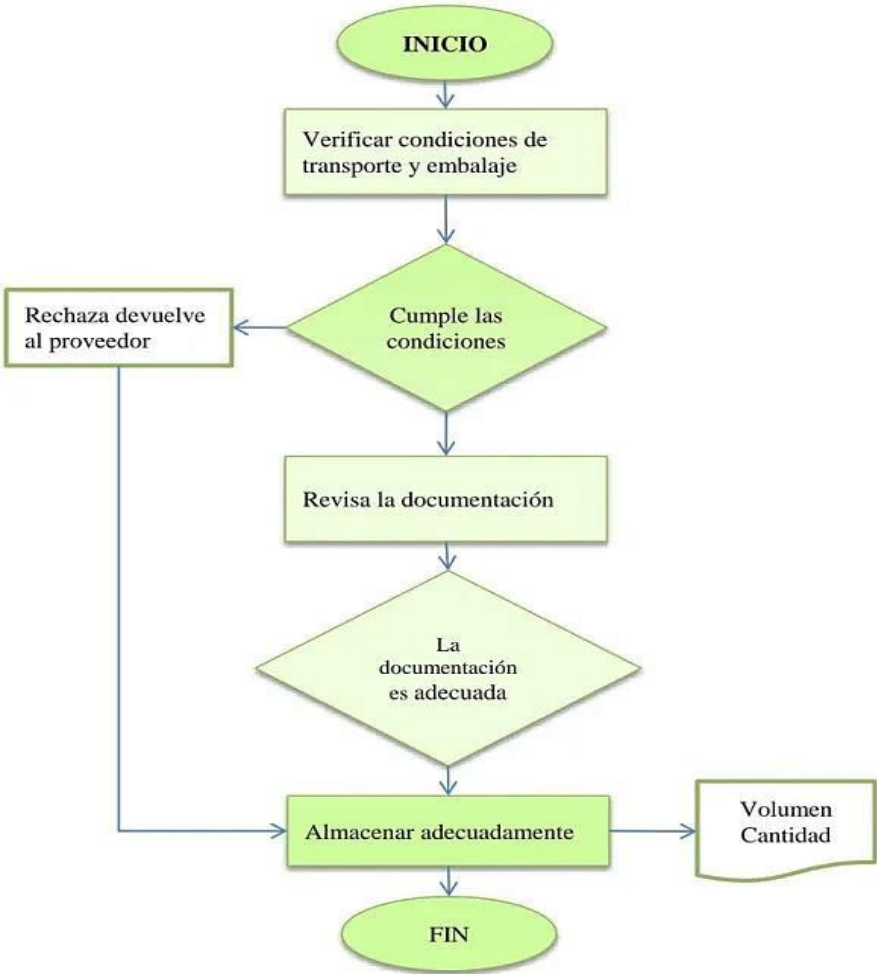


Figura 35. Flujograma de Recepción de Insumos

Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: Autora

La recepción de insumos en el flujo de compras, es parte imperante del plan de costos ya que es la constatación real de lo acordado por las partes proveedor, empresa, para satisfacer al consumidor final, que involucra elementos y a la vez condicionantes como el volumen, cantidad,

calidad, etc., del producto, culminando con un adecuado almacenamiento del área y personal correspondiente.

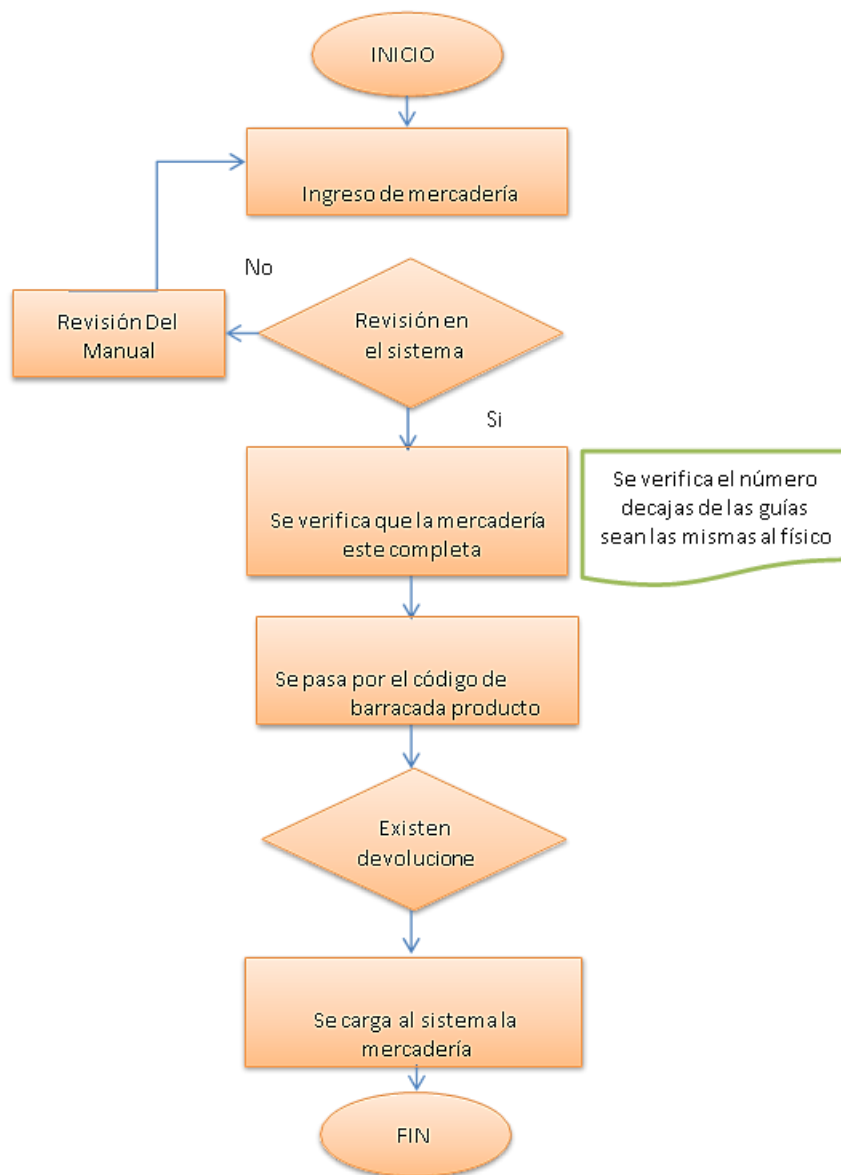


Figura 36. Flujograma de almacenamiento de insumos médicos

Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: Autora

Una eficiente recepción del producto permite o viabiliza un correcto ingreso de la mercadería a la base del sistema digital de la empresa, ya que esta información exige un máximo de control en el ámbito de su mercado, pues sirve para su codificación e individualización del producto, y al momento de su comercialización el egreso sea real y contrastable.

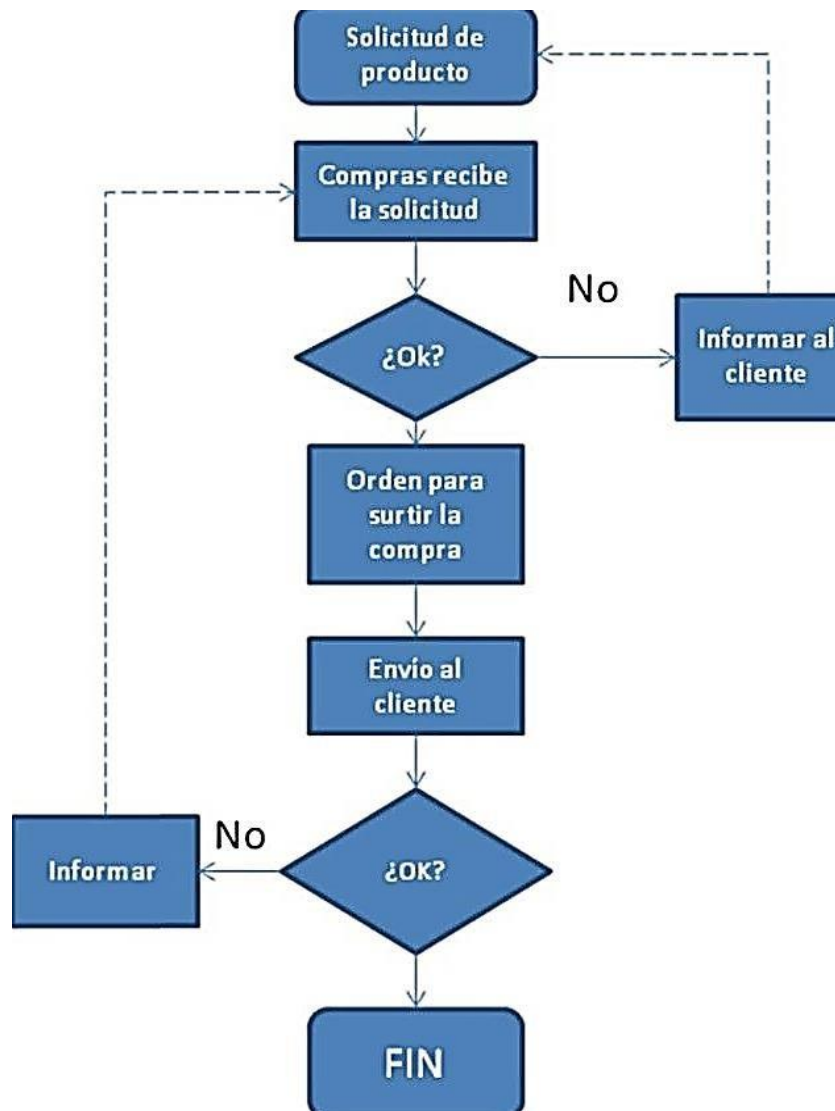


Figura 37. Flujograma de proceso de despacho

Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: Autora

Una vez en concreto la solicitud de adquisición del producto, el área de compras luego de su verificación tiene dos opciones la de continuar con el proceso, o en su defecto al encontrar una limitación en el mercado informar de nuevo al usuario, nos enfocaremos en la primera posibilidad para la secuencia del plan de costos, se origina la orden para surtir la compra, con la inmediatez de enviar al cliente si existiese algún contratiempo con el envío se retrotrae el proceso al departamento de compras, caso contrario se finalizaría con el correcto direccionamiento de envío.

Atención venta en local

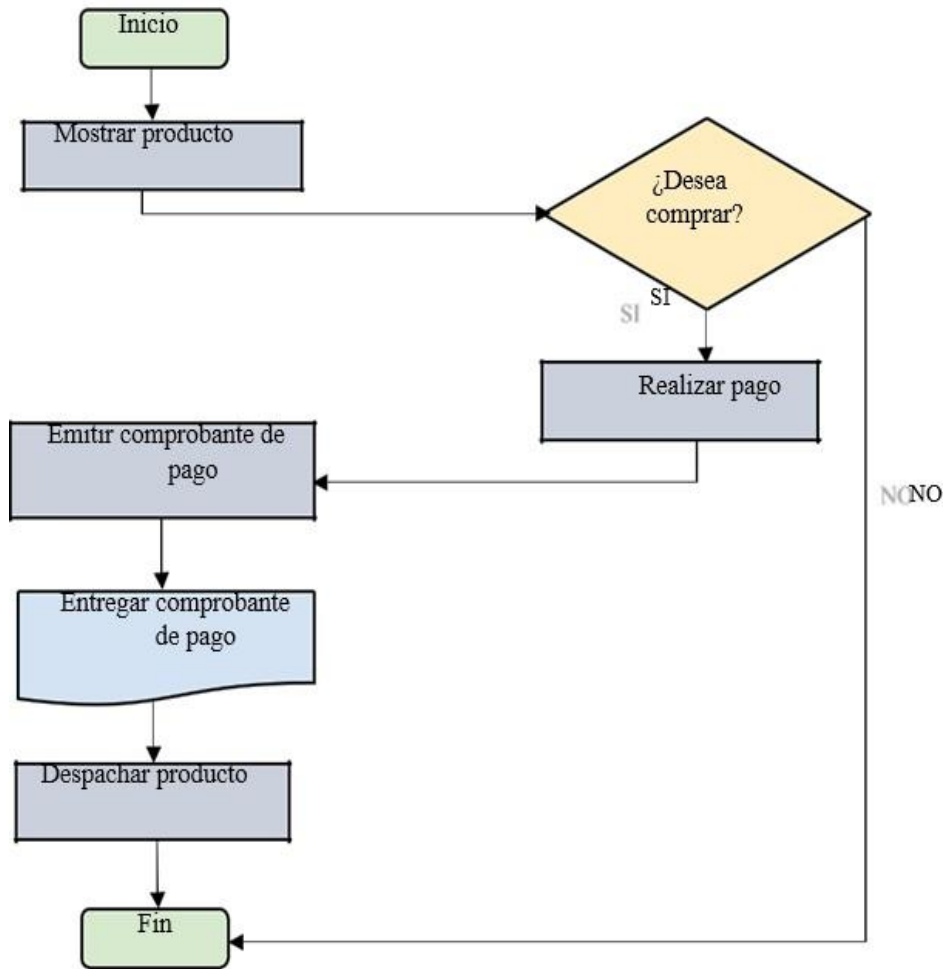


Figura 38. Flujograma del proceso de venta en el local

Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: Autora

La comercialización es un punto cumbre en el plan de costos es la realización de voluntades tanto de empresa, proveedores, que permitan la satisfacción de la exigencia del consumidor final, todo inicia de la relación de exhibir el producto, con la necesidad del poder adquisitivo del usuario, si no existe tal condición la comercialización llega a su fin, caso contrario se emplea el mecanismo de la transferencia de dominio, que conlleva emitir y entregar el comprobante de pago, para posterior despacho del producto.

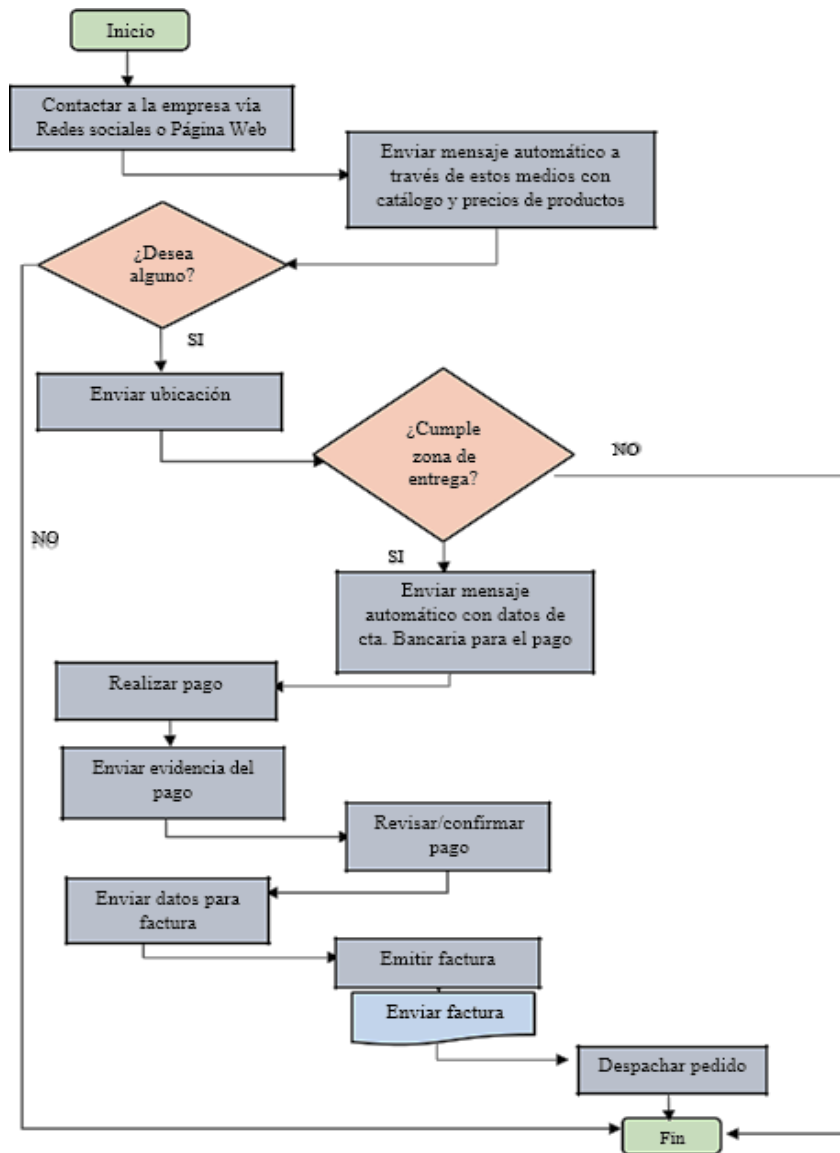


Figura 39. Atención Venta Online

Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: Autora

La venta digital conlleva un minucioso mecanismo de contacto seguro y eficaz, se lo hace a través de redes sociales, en el cual se da a conocer catalogo y precios de productos, para lo cual y luego de la elección, la ubicación o dirección es fundamental para el servicio de entrega, si esta cumple continua el flujo se enviará la información bancaria para realizar el pago, posterior a ello se confirma el pago, el cliente enviará los datos para la factura, se emite y envía la misma, luego de aquello deberá con el debido cuidado ocurrir el despacho del producto así garantizar su entrega sin contratiempos.

Descripción de Instalaciones, equipos y personas

Descripción de instalaciones

En el diseño de las instalaciones de la empresa se distribuirán los siguientes departamentos y secciones:

- Departamento de Servicio al Cliente
- Departamento de Ventas
- Departamento de Logística, Compras y transporte
- Departamento Administrativo

La dimensión total del local será de 1.000 M2, en la tabla detallada a continuación se muestra se detalla la descripción por Departamento y por dimensiones de cada una.

- **Instalaciones:** La distribución física de las instalaciones de la Distribuidora de Insumos Médicos MIMA MED S.A.S. se lo hará en local con una dimensión de 1.000 m2 dividida de la siguiente manera:
- **Zona de Ingreso:** Se realiza una puerta corrediza para el ingreso de materia prima y accesorios, así como la salida del producto terminado, para un mejor aprovechamiento de carga y descarga de productos.
- **Área de Oficinas:** Mima Med contará con un área administrativa, en la que está la gerencia, área comercial, financiera y sala de recepción.
- **Área de Sanitarios y Vestidores:** Existirán dos baños, uno para el área administrativa y el otro funcionará como baño social con el propósito de asegurar un ambiente de bioseguridad e higiene personal y así evitar riesgos de contaminación de productos.
- **Área de Atención al cliente:** El diseño y distribución del local permite la aplicación de estándares de calidad en la atención a los clientes.
- **Bodega:** Aquí se almacenarán los insumos médicos biodegradables con todas las seguridades de higiene y salud.

- **Parqueaderos:** Hay un espacio de estacionamiento común al aire libre para la recepción de mercadería, uso de los clientes y del personal de la empresa.

Tabla 43. Dimensión de los departamentos

Descripción	Dimensión en Metro		m2
	L	A	
Departamento de Atención al cliente	60	35	200
Departamento de Marketing – Ventas	10	10	100
Departamento de Administración y Finanzas	20	20	200
Departamento de Logística	20	5	100
Bodega	25	20	350
Cafetería	10	10	30
Baño	10	10	20
TOTAL			1.000

Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: Autora

El área de construcción es de 1.000 m², tomamos en cuenta la seguridad y la higiene tal como se detalla a continuación:

- Para Seguridad: En caso de incendios las divisiones interiores deberán estar construidas por materiales capaces de resistir el fuego por el lapso de 4 horas.
- Para Higiene: Se deberán instalar servicios higiénicos separados para cada género.

La distribución de las instalaciones de la empresa y de acuerdo con las normativas establecidas es la siguiente:

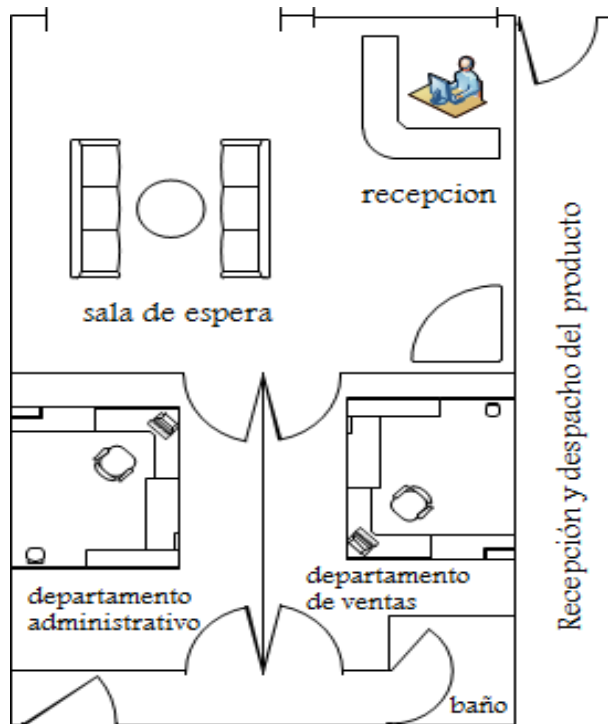


Figura 40. Plano de las instalaciones

Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: Autora

Nota: Distribución física de las oficinas

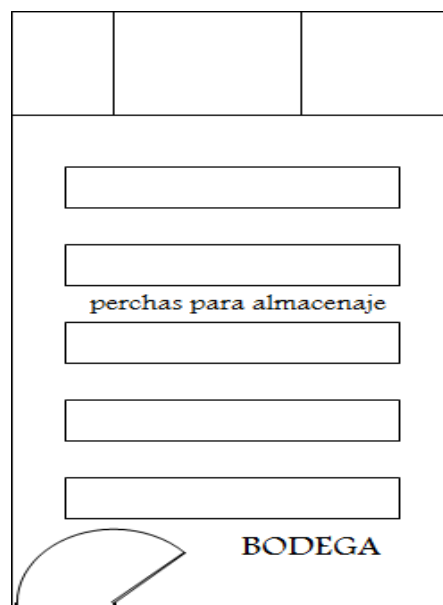


Figura 41. Plano de la bodega

Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: Autora

Nota: En la bodega estarán todos los insumos médicos que comercializa la distribuidora. Tendrá bioseguridad para proteger los insumos.

En la siguiente tabla se muestran los equipos y maquinaria que se implementará y que se utilizarán en las operaciones diarias.

Tabla 44. Maquinaria y equipos

Cantidad	Detalle
3	Computadoras
2	Impresoras
3	Teléfonos
1	vehículo

Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: Autora

Especificación de los equipos:

- 3 computadoras para cada área establecida en la empresa
- 2 impresoras para dos áreas de la empresa
- 3 teléfonos para cada área de la empresa

Proceso de atención al cliente

Se especifica los procesos a llevar en la microempresa para la atención y servicio al cliente, su asesoramiento, venta y despacho de los insumos.

Proceso de generación del servicio:

1. Ingreso del pedido por atención personalizada, vía telefónica o por internet
2. Revisión de stock en la base de datos
3. Cotización entregada al cliente
4. Cotización aprobada

5. Envío del producto de bodega a recepción
6. Entrega del producto al cliente
7. Facturación al contado, a crédito, con cheques o transferencias.

2.3 Capacidad de Producción

De acuerdo con el modelo del proyecto y que se trata de distribuir insumos médicos, la capacidad de producción está dada en base a la capacidad de respuesta que la empresa tendrá de acuerdo a la demanda presentada. Es decir que se tenga el stock mínimo aceptable para afrontar todos los pedidos y ventas que requieran los clientes. De acuerdo con los cálculos obtenidos en la Demanda Potencial Insatisfecha, se determinó que la capacidad de venta anual que tendrá la distribuidora será del 13% de la DPI, en cifras es un valor de \$ 452.040,00 en el primer año.

Capacidad de producción futura

De acuerdo al valor que se pretende comercializar anualmente, se procede a proyectar la capacidad de producción futura:

Tabla 45. Capacidad de comercialización futura

AÑOS	% DE CRECIMIENTO	VALOR
1	13%	\$ 452.040,00
2	+2%	\$ 542.448,00
3	+2%	\$ 650.937,60
4	+2%	\$ 781.125,12
5	+2%	\$ 937.350,14

Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: Autora

2.4 Definición de recursos necesarios para la operación

Dado que la empresa MIMAMED en sus primeros años se dedicará únicamente a la comercialización de insumos médicos biodegradables, no cuenta como una empresa productora, debido a que este proceso está a cargo de los proveedores de este material, pero no está lastrado

por el crecimiento de la empresa, este proceso se integrará, pero por ahora nos estamos enfocando en los materiales importantes del proceso comercial.

Especificación de materias primas y grado de sustitución

Tabla 46. Descripción de materias primas

PRODUCTO	DESCRIPCIÓN	GRADO DE SUSTITUCIÓN
Batas descartables	Batas Quirúrgicas TTR Reutilizables de Microfibra y Fibra de Carbono. Sus principales características son: antiestático, impermeable, transpirable e impermeable. Tiene cierre de botones en el cuello y tirantes en la espalda y está confeccionado con poliéster (99%) y microfibra de carbono (1%) - 130gr/m ² , su grado de sustitución es media debido a que son reutilizables.	Medio
Depresores de lengua	Los depresores de lengua de madera Romed, TS-100, están elaborados en madera no son reutilizables y se descartan inmediatamente.	Baja
Hisopos	Los hisopos se componen de un pequeño trozo de algodón envuelto alrededor de uno o ambos extremos de una barra corta, por lo general hecha de madera, laminado de papel o plástico	Medio
Fundas esterilizadoras	Diseñadas para ser robustas, flexibles, finas y resistentes a perforaciones. Las bolsas esterilizables en autoclave transparentes de polipropileno Fisherbrand™ resisten temperaturas elevadas para la esterilización en autoclave	Bajo

Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: Autora

2.5 Calidad

Método de Control de Calidad

(Valls, 2017) describe a la calidad de la siguiente manera:

“La calidad se define como la conformidad de las especificaciones específicas para la elaboración de un producto/servicio, para que la empresa asegure que su producto/servicio siempre sea el mismo. En este enfoque la calidad se define como el grado de conformidad a las especificaciones.” (p.26)

La empresa se caracteriza por ofrecer insumos médicos de calidad, los cuales deben pasar por un proceso de control constante, desde que se recibe, su almacenamiento, ventas y despacho. Esta inspección mide o evalúa el cumplimiento de diversas especificaciones y propiedades como estructura, pes, seguridad, vigencia etc.

Check List

En esta sección se describen los aspectos que son evaluados por la herramienta de Lista de Chequeo para el aseguramiento de la calidad del producto, y también se destaca que la implementación de esta herramienta se basa en los procedimientos de la empresa, un documento que es socializado en la inducción de personal al inicio de sus actividades.

Análisis

En la tabla detallada a continuación, se puede visualizar las actividades que serán evaluadas, quiénes son los responsables, fechas, ya que el control es permanente y esto beneficia para asegurar verificadores y precisos controles.

Todo eso ayuda a identificar los cuellos de botella que necesitan mejorar, lo que aumenta el compromiso con la empresa y sus trabajadores, porque también revela la productividad de los operarios.

Tabla 47. Lista de chequeo

Lista de Chequeo			
Departamento:			
Responsable:			
Fecha de control:			
Producto:			
Lote:			
Verificación			
Actividad	Si cumple	No cumple	Observaciones
Recepción de insumos médicos			
¿Cumple con la calidad establecida?			
Almacenamiento de los insumos			
¿Los productos se encuentran libres de humedad y con ventilación?			
¿Se encuentran los productos dentro de las fechas de consumo?			
¿Se ha realizado mantenimiento de las instalaciones?			
Proceso de producción			
¿Utiliza el personal los equipos de protección durante el proceso de manipulación de los insumos?			
¿Cumple con las especificaciones de calidad?			
¿Se utilizan equipos de protección personal y de insumos?			
¿Los insumos se encuentran libres de polvo, roedores, insectos, entre otros?			
¿Se ha optimizado recursos durante el proceso, cero desperdicios?			
¿El producto final cuenta con las etiquetas según lo establecido?			
¿Cumple el producto con la calidad deseada?			
Proceso de despacho			
¿Se realizan los despachos de los productos dentro del tiempo establecido?			

Firma del evaluador

Fuente: Análisis del proyecto

Firma del responsable:

Elaborado por: Autora

2.6 Normativas y permisos que afectan su instalación

Seguridad e Higiene ocupacional

REGLAMENTO INTERNO DE HIGIENE Y SEGURIDAD OCUPACIONAL

DATOS GENERALES

- 1. Registro Único de Contribuyentes (RUC):** 1720581261001
- 2. Razón Social:** MIMA MED S.A.S
- 3. Actividad Económica:** Comercialización de insumos médicos biodegradables
- 4. Tamaño de la empresa:** Pequeña
- 5. Centros de trabajo:** Quito
- 6. Dirección:** Av. Universitaria

OBJETO Y ÁMBITO DE APLICACIÓN

Art. 1. Objeto. -

El presente reglamento tiene por objeto reducir el riesgo de accidentes de trabajo, enfermedades profesionales y otras contingencias que puedan afectar la seguridad y salud de los trabajadores que laboran en las instalaciones de la distribuidora de insumos médicos MIMA MED S.A.S.

Adicionalmente se vigilará el cumplimiento de los siguientes objetivos específicos:

- a)** Proporcionar las directrices necesarias para la plena protección de los trabajadores frente a los riesgos laborales que puedan presentarse en el lugar de trabajo;
- b)** Creación de condiciones de trabajo seguras en todas las áreas de gestión y producción de MIMA MED S.A.S., protección de sus activos.
- c)** Regular las actividades laborales de los empleados de MIMA MED S.A.S. Mediante la aplicación de este reglamento;
- d)** Capacitación de los empleados de MIMA MED S.A.S., operaciones, administración, mandos medios, directivos en materia de seguridad y salud en el trabajo.

Art. 2. **Ámbito de aplicación.** -

Lo dispuesto en esta regla se aplica a todos los empleados, contratistas y visitantes de MIMA MED S.A.S. El incumplimiento de las normas será sancionado de acuerdo con las leyes laborales y las normas reglamentarias pertinentes.

Los contratistas, visitantes y clientes de MIMA MED S.A.S. cumplirán estos términos en la ejecución de sus respectivos contratos, incluidas las cláusulas de aceptación específicas.

POLÍTICA DE SEGURIDAD Y SALUD OCUPACIONAL

MIMA MED S.A.S. Empresa comercializadora de insumos médicos biodegradables. Tiene el compromiso de velar por la vida, la seguridad, la salud física y psíquica de todos los trabajadores: operaciones, dirección, servicio y dirección. Mantener las mejores condiciones ambientales y evitar toda forma de contaminación. Para tal efecto, MIMA MED S.A.S. publica la presente Política de Seguridad y Salud en el Trabajo.

- 1) MIMA MED S.A.S. considera estratégico para su gestión el cuidado, protección, seguridad, salud y mantenimiento de condiciones ambientales apropiadas para sus trabajadores.
- 2) MIMA MED S.A.S ha establecido mecanismos para garantizar la seguridad y salud de sus trabajadores, sus bienes, instalaciones y ambiente de trabajo a través de la identificación, medición, evaluación y control de las diversas fuentes de riesgo.
- 3) MIMA MED S.A.S. se compromete a velar por el cumplimiento de la presente política, de todas las normas legales nacionales e internacionales en materia de seguridad, salud y medio ambiente, y de la normativa laboral aplicable.
- 4) MIMA MED S.A.S. se compromete a cumplir estrictamente, lo siguiente:

- Identificación y control permanente de todos los factores de riesgo que puedan afectar a las fábricas y oficinas administrativas, sus bienes, herramientas, equipos y maquinarias.
- Garantizar un Ambiente de Trabajo Seguro y Saludable.
- Manejo adecuado de emergencias y contingencias.
- Asignar recursos humanos y financieros para cumplir con todos los planes y programas de prevención de seguridad y salud en el trabajo.
- Evaluar periódicamente esta política y los planes y programas de seguridad, salud y medio ambiente para identificar oportunidades de mejora continua.
- Brindar capacitación continua en salud y seguridad ocupacional a todos los empleados para garantizar que tengan las herramientas para desempeñarse bien y cumplir con todas las normas legales.

Los gerentes y responsables de seguridad y salud en el trabajo son responsables de la adecuada implementación, evaluación y mejora continua de esta política.

Firmas de Responsabilidad:

Enero 2023

CAPÍTULO III

Área de Organización y Gestión

3.1 Objetivos del estudio de organización y gestión

Determinar mecanismos de gestión procesal y de operatividad que delimiten funciones y atribuciones a las áreas dentro de la compañía ya que esto corroborará a optimizar recursos económicos y personales dentro de los procesos de comercialización.

3.2 Análisis estratégico y definición de objetivos

Visión de la Empresa

Ser un referente en el sector norte del D.M. de Quito en el 2025 por ofertar los insumos médicos biodegradables de alta calidad que aportan beneficios a la salud y confianza hacia los clientes.

Misión de la Empresa

MIMA MED S.A.S. ofrece insumos médicos biodegradables de calidad con un excelente servicio y distribución, aportando a la salud de la comunidad.

Valores Corporativos

- **Lealtad:** ser leales a nuestros clientes y al servicio de alta calidad que nos comprometemos a brindar.
- **Respeto:** demostrar respeto por los valores sociales, la integridad, el ambiente y la persona.
- **Honestidad:** realizar todas las actividades con total franqueza y honestidad.
- **Servicio:** Brindar un excelente servicio al cliente será nuestra prioridad y siempre nos esforzamos por lograr el 100% de satisfacción.
- **Creatividad:** Mostrar la creencia de que la empresa debe crear productos innovadores con un pensamiento original y un sentido de responsabilidad social.

- **Compromiso:** aceptar desafíos y comprometerse siempre con el desarrollo y crecimiento de la empresa y la satisfacción del cliente.

Análisis FODA

Tabla 48. Matriz FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
1. Conocimiento de manejo administrativo de empresas.	1. Marcas nuevas.
2. Oferta de producto biodegradable favorable a la salud.	2. Poca experiencia en ventas en el mercado.
3. Precio competitivo en el mercado de los insumos médicos.	3. Estructura organizacional básica.
4. Comercialización directa y rápida con el cliente.	4. Inversión inicial mínima.
5. Ubicación física estratégica.	5. Personal con conocimientos básicos sobre insumos médicos biodegradables.
OPORTUNIDADES	AMENZAS
1. Tendencia a adquirir productos biodegradables.	1. Inflación de precios en insumos médicos.
2. Gran acogida por parte de clínicas hospitales y profesionales de la salud.	2. Competidores fuertes ya posicionados.
3. Proveedores altamente calificados.	3. Hechos naturales que impidan la producción de insumos biodegradables.
4. Apertura de nuevos mercados.	4. Pérdida de poder adquisitivo de la población.
5. Ampliar portafolio de insumos médicos biodegradables.	5. Leyes y regulaciones que impidan un mercado libre.

Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: Autora

Tabla 49. Matriz FODA con estrategias

Estrategias F.O. (ofensivas)	Estrategias D.O. (re orientativas)
Creación de página web de venta online y redes sociales	Gestionar capacitaciones en ventas y servicio al cliente
Incrementar canales de distribución	Diseño de canales físicos y virtuales para atención al cliente
Sensibilizar a empresas sobre la importancia de uso de productos biodegradables	Mantener publicidad tradicional y virtual
Estrategias F.A. (defensivas)	Estrategias D.A. (supervivencia)
Introducción agresiva de insumos	Generar confianza en los clientes con insumos útiles.
Realizar seguimiento de satisfacción avanzado a clientes.	Realizar negociaciones para realizar compras por volumen
Contar con un plan de contingencia para mitigar riesgos o amenazas	Diseñar estrategias de marketing que ayuden a la empresa a posicionarse en el mercado a nivel nacional

Fuente: Matriz FODA, autora.

Elaborado por: Autora.

Objetivos y estrategias

MISION: MIMA MED S.A.S. ofrece insumos médicos biodegradables de calidad con un excelente servicio y distribución, aportando a la salud de la comunidad.

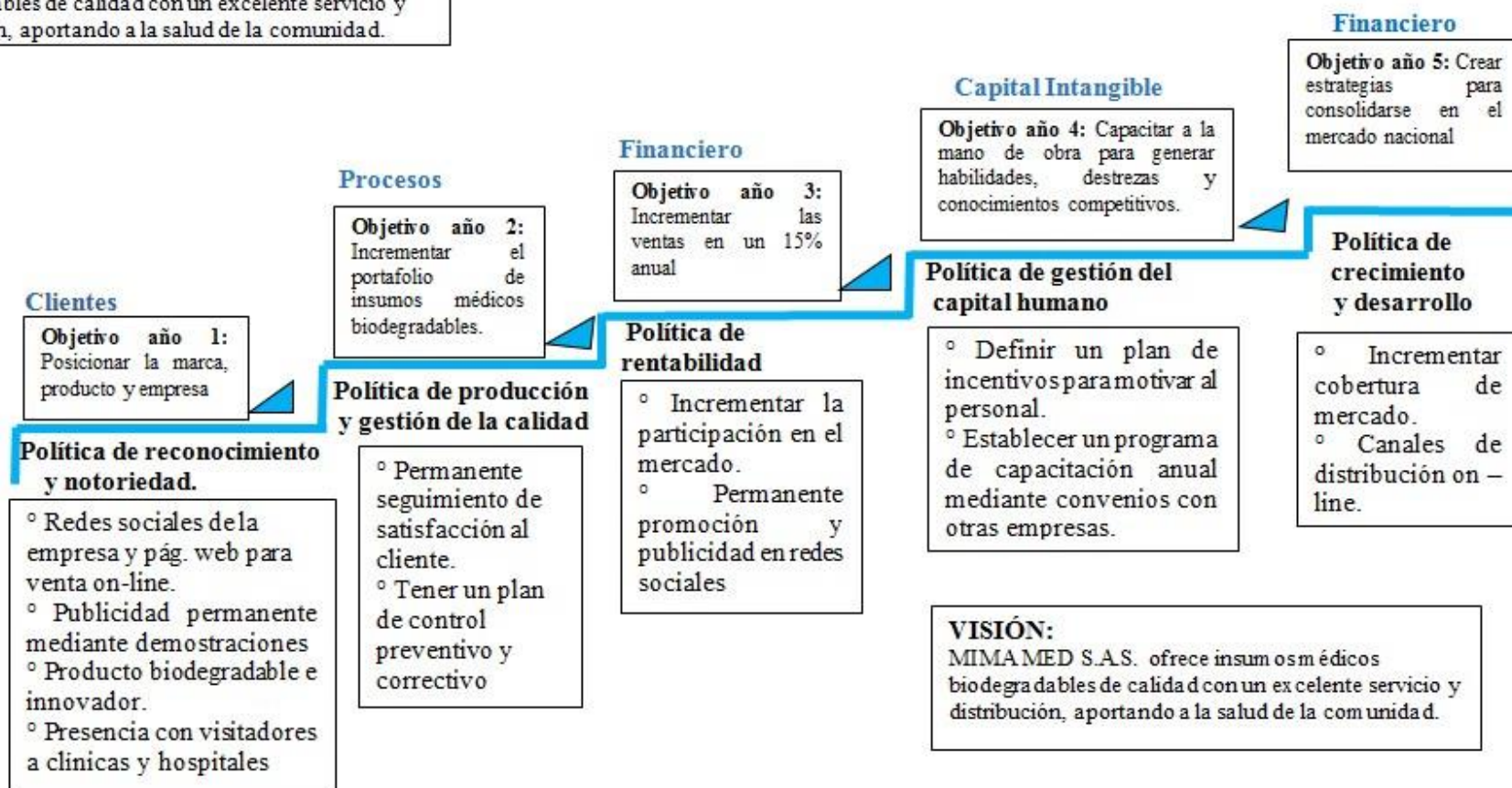


Figura 42. Objetivos y Estrategias

Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: Autora.

3.3 Organización funcional de la empresa

Organización Interna

(Ramírez, 2018) Explica que la organización funcional es “aquella que aplica el principio de especialización de las funciones, especializa por tareas. La organización por funciones reúne en un departamento a todos los empleados que se dedican a una actividad o a varias relacionadas, conocidas como funciones.” (p.225)

EMPRESA “MIMA MED” S.A.S

Organigrama estructural

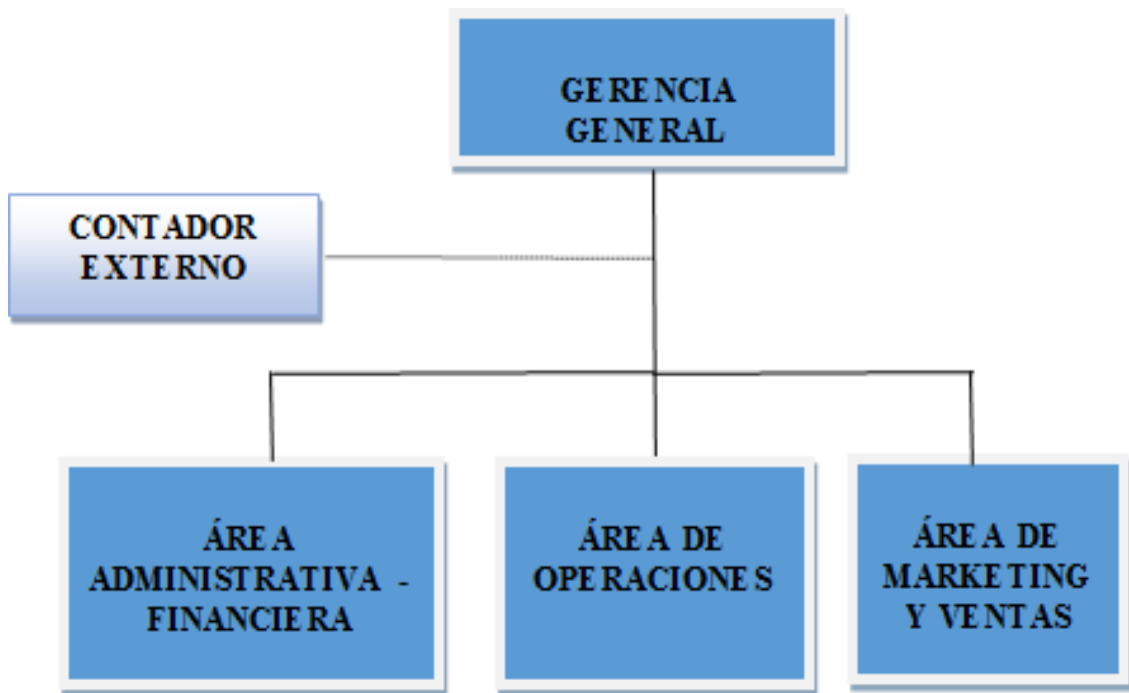


Figura 43. Organización Estructural

Elaborado por: Autora

Nota: Áreas de la empresa MIMA MED S.A.S.

EMPRESA “MIMA MED S.A.S

Organigrama Funcional

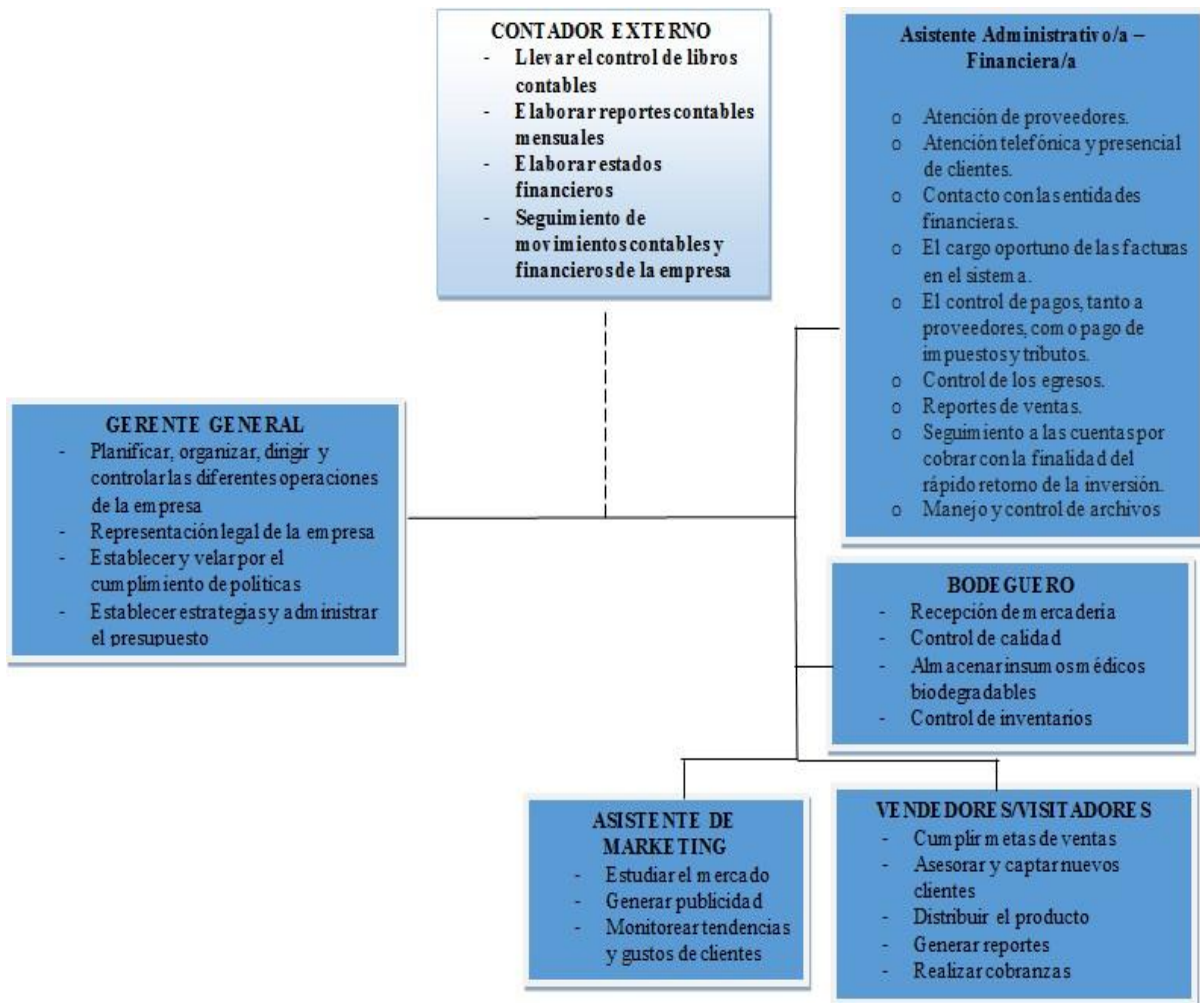


Figura 44. Organigrama Funcional

Elaborado por: Autora

Descripción de puestos

A continuación, describimos las funciones de cada cargo que desempeña el personal de MIMA MED de acuerdo al organigrama presentado en la sección anterior.

Tabla 50. Descripción del puesto Gerente

I. Información básica	
Puesto	Gerente general
Jefe inmediato Superior	Ninguno
Supervisa a	Operarios y vendedores
II. Naturaleza del puesto	
<p>El puesto de gerente tiene la finalidad de tener una persona encargada de las diferentes fases de la administración, así como también de guiar a los colaboradores hacia el cumplimiento de los objetivos empresariales y tener la capacidad de tomar decisiones actuando con responsabilidad.</p>	
III. Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades y recursos de la empresa ▪ Establecer y velar por el cumplimiento de las políticas. ▪ Establecer estrategias y administrar el presupuesto. ▪ Organizar la estructura empresarial y tomar decisiones ▪ Analizar los aspectos financieros, administrativos y de personal de la empresa. ▪ Contratar personal ▪ Hacer de líder de su equipo empresarial ▪ Diseñar y realizar mecanismos de seguimiento y control de las actividades y del desempeño del personal ▪ Revisar y aprobar informes ▪ Realizar negociaciones con otras empresas 	
IV. Requisitos mínimos para el puesto	
Título profesional	Tercer nivel
Experiencia	Mínimo 2 años de experiencia en cargos de dirección o jefatura de departamentos
Habilidades	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Comunicación ▪ Resiliencia ▪ Liderazgo ▪ Conocimiento en gestión de proyecto y/o emprendimientos ▪ Trabajo en equipo ▪ Motivación ▪ Empatía ▪ Capacidad de toma de decisiones
Formación	Administración de empresas, administración comercial, finanzas y/o afines.

Fuente: (Chiavenato, 2019)

Elaborado por: Autora

Tabla 51. Descripción el puesto Bodeguero

I. Información básica	
Puesto	Bodeguero
Jefe inmediato Superior	Gerente general
Supervisa a	Ninguno
II. Naturaleza del puesto	
Es el responsable de coordinar actividades de recepción y custodia de mercadería recibida por parte de los proveedores, llevando el control de calidad, almacenamiento, custodia y despacho, cumpliendo con los procesos de calidad.	
III. Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> • Control de calidad de los insumos médicos, su conservación y custodia. • Almacenaje de los insumos médicos biodegradables. • Velar por el cumplimiento de las normas de seguridad e higiene del área de bodega. • Llevar un control del inventario de insumos médicos disponibles y en stock. • Despacho de órdenes y pedidos para la venta. 	
IV. Requisitos mínimos para el puesto	
Título profesional	Técnico auxiliar en bodega
Experiencia	Mínimo 1 año de experiencia
Habilidades	<ul style="list-style-type: none"> • Trabajo bajo presión • Trabajo en equipo • Tener conocimiento de la industria con la que se trabaja • Capacidad de resolución de problemas • Capacidad de priorización de tareas • Responsabilidad • Creatividad • Integridad
Formación	Administración de Bodegas

Fuente: (Chiavenato, 2019)

Elaborado por: Autora

Tabla 52. Descripción del puesto Vendedor

I. Información básica	
Puesto	Vendedor/Visitador
Jefe inmediato superior	Gerente general
Supervisa a	Ninguno
II. Naturaleza del puesto	
Realizar el proceso de promoción y comercialización de los insumos médicos biodegradables que ofrece MIMA MED S.A.S. captando y fidelizando clientes, realizando entregas, cobranzas y teniendo el conocimiento de marketing para posicionar la marca y ampliar el mercado.	
III. Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> • Cumplir con las ventas planificadas • Captar nuevos clientes • Explicar las cualidades, beneficios y características de los productos de venta • Asesorar a los compradores potenciales • Realizar cobranzas • Distribuir productos puntualmente • Realizar publicidad para los clientes • Informar a los clientes sobre las promociones, descuentos, entre otros. • Retroalimentar a la empresa con necesidades de los clientes • Ofrecer servicio post venta a los clientes • Entregar un reporte de ventas 	
IV. Requisitos mínimos para el puesto	
Título profesional	Bachiller
Experiencia	Mínimo 1 año de experiencia en ventas
Habilidades	<ul style="list-style-type: none"> • Orientación al cliente • Vocación de servicio • Empatía • Creatividad • Inteligencia emocional • Honradez • Competitividad • Facilidad de palabra • Manejar medios digitales • Auto disciplinado
Formación	Comercio y administración, cursos marketing.

Fuente: (Chiavenato, 2019)

Elaborado por: Autora

Tabla 53. Descripción del puesto Asistente de Marketing

I. Información básica	
Puesto	Asistente de Marketing
Jefe inmediato superior	Gerente general
Supervisa a	Ninguno
II. Naturaleza del puesto	
Realizar el proceso de análisis del mercado. Generar publicidad tradicional y digital. Monitorear la satisfacción del cliente, tendencias, gustos y preferencias. Formular estrategias para posicionar la marca y ampliar el mercado.	
III. Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> • Diseñar campañas de publicidad • Investigación de mercados • Innovar la imagen de la empresa y de los insumos médicos biodegradables • Asesorar a la gerencia • Realizar publicidad para los clientes actuales y potenciales por canales tradicionales y digitales • Lanzar promociones, descuentos, entre otros. • Retroalimentar a la empresa con necesidades de los clientes • Entregar un reporte de efectividad de publicidad 	
IV. Requisitos mínimos para el puesto	
Título profesional	Tecnólogo en marketing
Experiencia	Mínimo 1 año de experiencia
Habilidades	<ul style="list-style-type: none"> • Orientación al cliente • Vocación de servicio • Empatía • Creatividad • Inteligencia emocional • Honradez • Competitividad • Facilidad de palabra • Manejar medios digitales • Auto disciplinado
Formación	Marketing y ventas

Fuente: (Chiavenato, 2019)

Elaborado por: Autora

3.4 Control de gestión

Indicadores de gestión

(Beltrán, 2018) define los indicadores de gestión de la siguiente manera:

“Es la expresión cuantitativa del comportamiento y desempeño de un proceso que permite describir características, comportamientos o fenómenos de la realidad, mediante la evolución de una variable o el establecimiento de una relación entre variables, que, al ser comparada con períodos anteriores, productos similares o una meta o compromiso permite evaluar el desempeño y su evolución en el tiempo.” (p.34)

Partiendo de la definición anterior, se entiende la importancia de los indicadores en cada proceso ya que, mediante su medición, se puede obtener retroalimentación y poder mejorar aquellos aspectos débiles.

El uso de indicadores es consistente con los objetivos, mejor control de proceso, avance y resultados porque hoy en día no basta simplemente con ofrecer un producto o servicio, sino que va más allá del proceso, pues sólo aquellas empresas que trabajan constantemente para crear valor agregado a sus clientes a través de procesos más eficientes, participan de la competencia entre diferentes empresas, las metas no son suficientes si no se evalúan a tiempo.

MIMA MED utiliza los siguientes indicadores para medir sus procesos:

Tabla 54. Indicadores de Gestión del área Gerencia General

Área de implementación	Nombre del indicador	Fórmula	Meta	Frecuencia
Gerencia General	Eficiencia presupuestaria	$\text{Presupuesto ejecutado} / \text{Presupuesto programado} * 100$	Cumplir con al menos el 85% de lo planificado	Mensual
Gerencia General	Mejoramiento de competencias del personal	$\text{N}^\circ \text{ cursos realizados} / \text{N}^\circ \text{ cursos planificados} * 100$	Contar con el 95% del personal capacitado	Anual
Gerencia General	Cumplimiento de metas trazadas	$\text{N}^\circ \text{ de metas logradas} / \text{N}^\circ \text{ de metas planificadas} * 100$	Alcanzar el 85% de las metas planificadas	Mensual
Gerencia General	Productividad de la mano de obra	$\text{N}^\circ \text{ de ventas} / \text{N}^\circ \text{ de empleados} * 100$	Tener un 90% de empleados que generan incremento de ventas	Anual
Gerencia General	Índice de satisfacción laboral	$\text{Total de trabajadores productivos} / \text{N}^\circ \text{ de empleados satisfechos} * 100$	Conseguir que el 95% refleje productividad y satisfacción	Semestral

Fuente: (Beltrán, 2018)

Elaborado por: Autora

Tabla 55. Indicadores de Gestión del área Marketing y Ventas

Área de implementación	Nombre del indicador	Fórmula	Meta	Frecuencia
Dpto. Marketing y Ventas	Eficiencia comercial	N° de ventas / N° de ventas esperadas * 100	Obtener un 85% de eficiencia en ventas	Mensual
Dpto. Marketing y Ventas	Rentabilidad clientes	$\text{Clientes satisfechos} / \text{Montos promedio de compra} * 100$	Lograr satisfacción en al menos el 90% de nuestros clientes	Trimestral
Dpto. Marketing y Ventas	Nivel de interacción y alcance	$\text{Población alcanzada en redes} / \text{Población esperada} * 100$	Cumplir con el 70% de alcance a través de medios digitales	Mensual
Dpto. Marketing y Ventas	Eficiencia de comunicación	N° actividades publicitarias realizadas/ N° actividades publicitarias planificadas * 100	Mejorar en un 75% el nivel de comunicación con el público objetivo	Trimestral
Dpto. Marketing y Ventas	Participación en el mercado	N° de clientes activos/ N° de clientes potenciales * 100	Conseguir fidelización de un 65% de los clientes	Semestral

Fuente: (Beltrán, 2018)

Elaborado por: Autora

Tabla 56. Indicadores de gestión del área de bodega

Área de implementación	Nombre del indicador	Fórmula	Meta	Frecuencia
Bodega	Control de calidad	$\text{Cantidad de insumos recibidos} / \text{Cantidad de unidades calificadas} * 100$	Optimizar recursos del proceso de control de calidad en un 90%	Mensual
Bodega	Calidad de almacenaje y conservación de los insumos	$\text{N}^\circ \text{ de unidades almacenadas} / \text{No. de unidades en condiciones óptimas} * 100$	Optimizar tiempos de recepción y almacenaje en un 80%	Mensual
Bodega	Eficiencia de utilización de la bodega	$\text{Capacidad utilizada} / \text{Capacidad disponible} * 100$	Mantener en buen estado y al 100% la bodega	Mensual
Bodega	Rotación de inventarios	$\text{N}^\circ \text{ de mercadería almacenada} / \text{Unidades despachadas} * 100$	Controlar en un 90% la Rotación de inventarios	Mensual
Bodega	Nivel de servicio del inventario por producto	$\text{Productos despachados} / \text{Productos pedidos} * 100$	Cumplir con el 95% de entregas dentro de un tiempo prudente	Mensual

Fuente: (Beltrán, 2018)

Elaborado por: Autora

3.5 Necesidades de personal

La empresa MIMA MED cuenta con 5 colaboradores para poder cumplir con las tareas que son indispensables para su crecimiento, y a futuro se proyecta la contratación de más personal de acuerdo a la demanda y a la cobertura de mercado. Se ha planificado y determinado la cantidad de personal requerida para el correcto funcionamiento de las actividades de la empresa durante los primeros 5 años. En la siguiente tabla se evidencia el detalle:

Tabla 57. Necesidad del personal

Año	N.º de personal
Año 1	5
Año 2	6
Año 3	7
Año 4	8
Año 5	9

Fuente: Gestión de Investigación

Elaborado por: Autora

CAPÍTULO IV

Área Jurídica Legal

4.1 Objetivos del estudio jurídico legal

Investigar las diferentes alternativas legales que más beneficien a la actividad comercial de la empresa y así poder aplicarlas para el correcto funcionamiento de la vida jurídica de la empresa.

4.2 Determinación de la forma jurídica

La empresa “MIMA MED S.A.S.” es una sociedad por acciones simplificada fundada por socios, cuyo domicilio es en DM, Quito, este tipo de establecimiento dinamizará la economía y cubrirá las necesidades de los clientes artículos médicos biodegradables El propósito es ampliar la promoción y comercialización de

Su forma jurídica está protegida por la siguiente persona jurídica:

Tabla 58. Disposiciones Ley Orgánica de emprendimiento

Disposiciones generales	
Limitación de responsabilidad	La sociedad por acciones simplificadas podrá constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, quienes solo serán responsables limitadamente hasta el monto de sus respectivos aportes. Salvo que, en sede judicial, se hubiera desestimado la personalidad jurídica de la sociedad por acciones simplificada, el o los accionistas no serán responsables por las obligaciones laborales, tributarias o de cualquier otra naturaleza en las que incurra la sociedad.
Personalidad Jurídica	La sociedad por acciones simplificada, una vez inscrita en el Registro de Sociedades de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, formará una persona jurídica distinta de sus accionistas.
Constitución de la sociedad	La sociedad por acciones simplificada se creará mediante contrato o acto unilateral que conste en documento privado que se inscribirá en el Registro de sociedades de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, momento desde el cual adquiere vida jurídica. El documento constitutivo deberá contener los requisitos mínimos para la constitución de una sociedad por acciones simplificada, expresados en la ley para este tipo de compañías. Los Intendentes de compañías, en sus respectivas jurisdicciones, tendrán la competencia para el registro y control de este tipo de sociedades. De acuerdo a la reglamentación expedida por la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, la sociedad por acciones simplificada también podrá constituirse de manera electrónica.
Valor nominal y capital mínimo	Las acciones de una sociedad por acciones simplificada tendrán el valor nominal de un dólar o múltiplos de un dólar de los Estados Unidos de América. La sociedad por acciones simplificada no tendrá un requerimiento de capital mínimo.

Fuente: Ley orgánica de emprendimiento e innovación

Elaborado por: Autora

Requisitos

Tabla 59. Requisitos para la creación de la S.A.S.

REQUISITOS	
1	Certificado electrónico del accionista, cuando corresponda.
2	Reserva de la denominación.
3	Contrato privado o escritura.
4	Nombramientos.
5	Petición de inscripción con la información necesaria para el registro del usuario en el sistema, esto es: <ul style="list-style-type: none">• Tipo de solicitante.• Nombre completo.• Número de identificación.• Correo electrónico.• Teléfono convencional o celular.• Provincia.• Ciudad.• Dirección.
6	Copia de cédula o pasaporte.

Fuente: Guía de constitución de sociedades por acciones simplificadas (Superintendencias de compañías, valores y seguros, 2021).

Elaborado por: Autora

TRÁMITE PARA EL REGISTRO EN LA SCVS COMO SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADAS.

Actualmente existen tres formas de registrar una empresa como Sociedad por Acciones Simplificadas, las cuales son:

- Semi-electrónica.
- Electrónica.
- Presencial.

Tabla 60. Requerimientos para la creación de la S.A.

TRÁMITE	DESCRIPCIÓN
1. Crear reserva de denominación	<ul style="list-style-type: none"> • Ingresar al portal www.supercias.gob.ec • Ingresar al portal de trámites - sector societario • Ingrese su usuario y clave, escoger la opción Reserva de denominación. • Ingrese a la opción Constitución. • Escoja la opción de compañía S.A.S. y siga los pasos provistos. • Imprima su reserva al terminar el proceso.
2. Descargar formato de documentos: Contrato, nombramientos, formularios de registro.	<ul style="list-style-type: none"> • Ingresar al portal www.supercias.gob.ec • Ingrese a las Guías del usuario y descargue los formatos y documentos requeridos. • Llene la información solicitada en los documentos descargados. • Firmar, aceptar y enviar la información.
3. Envío de documentos con firma manuscrita.	<ul style="list-style-type: none"> • Solicitud. • Acto o contrato enviado. • Nombramiento firmado. • Reserva de denominación. • Copias de documentos de identificación.
4. Recepción de la información	<p>Con la información recibida se creará un trámite de constitución de S.A.S. La información referente al inicio del proceso será enviada al correo electrónico del solicitante.</p>
5. Revisión y gestión del trámite.	<p>El trámite será revisado y gestionado por el área de registro de sociedades, durante dicha gestión de ser necesario se enviará correos electrónicos al solicitante para subsanar cualquier observación del proceso. De no existir observaciones o luego de ser superadas, se procederá a generar las razones de inscripciones del acto o contrato y del o los nombramientos según sea el caso.</p>
6. Finalización del proceso.	<p>Se procederá a comunicar vía correo electrónico al solicitante la finalización del proceso con toda la información referente a la nueva compañía constituida adjuntándose las razones inscripciones correspondientes.</p>

Fuente: Guía de constitución de sociedades por acciones simplificadas.

Elaborado por: Autora.

CONSTITUCIÓN DE SAS POR VÍA ELECTRÓNICA

1. INGRESAR AL SISTEMA DE CONSTITUCIÓN ELECTRÓNICA Y DESMATERIALIZADA

1.1. Ingrese al portal web de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros:

www.supercias.gov.ec.

1.2. Seleccione la opción PORTAL DE CONSTITUCIÓN DE COMPAÑÍAS.



Figura 1 Portal web SCVS

1.3. Seleccione la opción **PORTAL DE CONSTITUCIÓN DE COMPAÑÍAS**

El sistema lo llevará al menú principal del Portal de Constitución Electrónica de Compañías (Ver Figura 2). Desde aquí usted podrá registrarse como usuario, reservar una denominación, constituir una compañía y consultar los trámites iniciados.

Figura 45. Portal web SCVS

Fuente: Gestión de Investigación

Elaborado por: Autora

2.11.1. Presione el botón **REGISTRAR / MODIFICAR ACTIVIDAD ECONÓMICA** (Figura 10) para seleccionar la actividad económica.

El sistema mostrará la pantalla para selección de actividad económica, tal como se muestra a continuación:



Figura 46. Pantalla Selección de Actividades

Fuente: Gestión de Investigación

Elaborado por: Autora

Constitucion con firma manuscrita:

- Solicitud
- Acto o contrato firmado
- Nombramiento firmado
- Reserva de denominación
- Copias de documentos de identificación

4 Con la solicitud recibida se creará un trámite de constitución de S.A.S, la información referente al inicio del proceso de constitución será enviada al correo electrónico del solicitante.

5 El trámite será revisado y gestionado por el área de registro de sociedades, durante dicha gestión de ser necesario se enviará correos electrónicos al solicitante para subsanar cualquier observación del proceso. De no existir observaciones o luego de ser superadas, se procederá a generar las razones de inscripciones del acto o contrato y del o los nombramientos según sea el caso. (Si la constitución de la S.A.S., se realizó en el sistema de constitución electrónica, dicho sistema generará de manera automática las razones de inscripción de la constitución, el nombramiento y le otorgará el número del RUC.).

6 Se procederá a comunicar vía correo electrónico al solicitante la finalización del proceso con toda la información referente a la nueva compañía constituida adjuntándose las razones de inscripciones correspondientes.




Figura 47. Constitución con firma electrónica

Fuente: Gestión de Investigación

Elaborado por: Autor

4.3 Patentes y marcas

Para un mejor contexto, debemos definir que una marca no es más que un factor diferenciador utilizado en la comercialización de un bien o servicio para distinguirlo de sus competidores. Esta función puede ser una combinación de letras, dibujos o figuras de un determinado color.

PROCESO PARA EL TRAMITE DE REGISTRO DE MARCAS

Tabla 61. Proceso de registro de marca.

No.	DESCRIPCIÓN
1	Ingresar en la página del SENADI: www.derechosintelectuales.gob.ec
2	Seleccione PROGRAMA/SERVICIOS
3	Ingrese opción CASILLERO VIRTUAL
4	Llene los datos que le solicitan en el CASILLERO VIRTUAL (Si es persona natural ponga sus datos con su número de cédula de ciudadanía y si es persona jurídica coloque los datos con el RUC de la empresa)
5	Una vez que haya dado este procedimiento le llegara a su correo el usuario y contraseña; así como un enlace de MI CASILLERO para proceder a cambiar la contraseña; obteniendo su casillero Virtual.
6	Después de haber realizado este procedimiento; regresar a la página principal; y, usted podrá ingresar a SOLICITUDES EN LINEA.
7	Ingrese con su usuario y contraseña
8	Ingrese a la opción PAGOS
9	Opción TRAMITES NO EN LINEA
10	Opción GENERAR COMPROBANTE
11	Se despliega una plantilla que usted tiene que llenar los datos; le solicitan que Ingrese el código o al menos 3 caracteres de la descripción de la Tasa de Pago: (Ingrese el código 1.1.10.)
12	Ingrese los datos y Botón GENERAR COMPROBANTE
13	Imprima el comprobante
14	Asista el BANCO DEL PACIFICO a pagar la tasa de \$16,00 o realice el pago en línea
15	Escanee los comprobantes de pago (tanto el que imprimió del IEPI, como el que le entregaron en el Banco del Pacífico después de haber pagado)
16	Envíe vía mail a la siguiente dirección foneticoquito@senadi.gob.ec , así como el NOMBRE EXACTO DE LA MARCA, que desea verificar.
17.	Se le enviará el informe de búsqueda a su correo.

Fuente: Servicio Nacional de Derechos Intelectuales.

Elaborado por: Autora

4.4 Licencias necesarias para funcionar y documentos legales

Entre la documentación y licencias necesarias que la empresa debe cumplir además de las mencionadas anteriormente, para el inicio de sus actividades son: (ARCSA, 2021), la cual define al Permiso de Funcionamiento como:

“El documento otorgado por la autoridad sanitaria nacional a los establecimientos sujetos a control y vigilancia sanitaria que cumplen con todos los requisitos para su funcionamiento, establecidos en los reglamentos correspondientes. (p.4)”.

REGISTRO ÚNICO DEL CONTRIBUYENTE - RUC

El Servicio de Rentas Internas (SRI) cataloga como beneficiarios de la inscripción del Registro Único del Contribuyente (RUC), a las personas naturales (ecuatorianas o extranjeras) certificadas como artesanos. Dirigido a: Persona Natural - ecuatoriana, Persona Natural - Extranjera. (Servicio de Rentas Internas, 2022)

Actualmente, este documento se puede recibir de manera presencial o a través del portal SRI - en línea, y no tiene ningún costo.

Requisitos

Tabla 62. Requisitos obtención RUC

Nro.	REQUISITOS
1	Cédula de identidad (Presentación)
2	Certificado de votación (Presentación)
3	Documento para registrar el establecimiento del domicilio del contribuyente
4	Calificación artesanal emitida por el organismo competente

Fuente: Servicio de Rentas Internas.

Elaborado por: Autora.

Procedimiento para la obtención del RUC.

Actualmente se puede obtener el RUC por dos maneras: en línea y en ventanilla, las cuales se detallan a continuación:

Tabla 63. Proceso de obtención RUC en línea

Nro.	PROCEDIMIENTO EN LINEA
1.	Ingresar a la opción SRI en línea del portal: web www.sri.gob.ec
2.	Escoger en el panel de control "SRI en línea"
3.	Seleccionar "Iniciar sesión"
4.	Ingresar el número de RUC y clave
5.	Seleccionar en el menú "Trámites y notificaciones"
6.	Escoger la opción "Ingreso de trámites y anexos"
7.	Seleccionar el servicio del trámite que desea ingresar
8.	Escoger y cargar los requisitos y anexos solicitados
9.	Completar la información del detalle del trámite que requiere ingresar
10.	Ingresar los datos para la notificación
11.	Terminar la carga del trámite en la opción "Finalizar"
12.	Seleccionar la opción "Aceptar"

Fuente: Servicio de Rentas Internas.

Elaborado por: Autora.

Tabla 64. Proceso de obtención RUC en ventanilla

Nro.	PROCEDIMIENTO EN VENTANILLA
1.	Acudir al centro de atención del SRI
2.	Solicitar el turno
3.	Esperar el turno
4.	Acudir a la ventanilla de atención
5.	Presentar los requisitos y documentación de respaldo
6.	Recibir contestación

Fuente: Servicio de Rentas Internas.

Elaborado por: Autora.

REGISTRO DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS PARA LA GESTIÓN TRIBUTARIA - RAET

El RAET es el Registro de Actividades Económicas para la Gestión Tributaria, mediante el cual se le asigna un número al contribuyente para su inscripción en el catastro de 117 comerciantes, a través del cual deberá cumplir con las declaraciones del Impuesto de Patente Municipal. (Portal Único de Trámites Ciudadanos, 2021)

En la actualidad el RAET solo se puede realizar en las ventanillas de manera presencial en el área de servicios del municipio de Quito.

Requisitos

Tabla 65. Requisitos obtención RAET

Nro.	REQUISITOS
1	Copia del RUC / RISE
2	Copia del RUC del contador (para personas naturales obligadas a llevar contabilidad)
3	Copia de cédula y certificado de votación (actualizada)
4	Formulario de inscripción en el RAET Descargar en el link: pam.quito.gob.ec
5	Formulario del Acuerdo para uso de Medios Electrónicos
6	Copia de una planilla de servicios básicos

Fuente: Municipio de Quito

Elaborado por: Autora.

PATENTE MUNICIPAL

Todas las personas naturales o jurídicas que realizan una actividad económica permanente en el Distrito Metropolitano de Quito, deben declarar y pagar el impuesto de Patente Municipal. Este trámite no tiene costo alguno. (Municipio de Quito, 2022)

Requisitos

Tabla 66. Requisitos obtención Patente Municipal

Nro.	REQUISITOS
1	Estar registrados en el RAET (Registro de Actividad Económica Tributaria) - PATENTE.
2	Contar con la clave electrónica para el ingreso en el Sistema de Patentes.

Fuente: Municipio de Quito

Elaborado por: Autora.

Procedimiento obtención Patente Municipal

Tabla 67. Proceso de obtención Patente Municipal

Nro.	PROCEDIMIENTO (PERSONA NATURAL NO OBLIGADA A LLEVAR CONTABILIDAD)
1	Con la clave proporcionada por el Municipio, el usuario accede al sistema PAM (https://pam.quito.gob.ec/PAM/Servicios.aspx#info) y realiza la declaración online en el ícono "Declaración en Línea Patente y 1.5 x mil".
2	Escoger el ejercicio fiscal a declarar.
3	Seleccionar si el contribuyente es una persona de la tercera edad, con discapacidad o artesano calificado.
4	Escoger la/las actividad/es económica/s que realiza.
5	Realizar un cálculo previo a guardar la declaración.
6	Si está conforme, guarda la declaración en el sistema.
7	El sistema genera la orden de pago. Con el número de orden de pago el contribuyente puede efectuar el pago en línea o físicamente en cualquier institución financiera.
8	El contribuyente puede revisar su declaración efectuada en el sistema de patente.

Fuente: Municipio de Quito

Elaborado por: Autora.

LUAE

Es el permiso de funcionamiento que otorga el GAD del Distrito Metropolitano de Quito, para el desarrollo de actividades económicas en un establecimiento ubicado en el Distrito Metropolitano de Quito, el cual contiene un código QR que permite a las Entidades de Control comprobar la veracidad del documento. Actualmente el otorgamiento de LUAE se maneja mediante dos procesos: Emisión y Renovación. (Municipio de Quito, 2022)

Requisitos

Previo a la solicitud de LUAE, deben cumplir con el registro de Patente Municipal, el pago de dicho impuesto y Tasas relacionadas con el desarrollo de su actividad económica, del año inmediato anterior siempre y cuando sea exigible. Adicional debe conocer el número de predio del establecimiento en donde realiza la actividad económica. El proceso de solicitud se realizará exclusivamente en línea a través del Portal de Servicios Municipales <https://pam.quito.gob.ec> opción LUAE DIGITAL, ingresando con las credenciales habilitadas al momento de cumplir con el registro de Patente. (Municipio de Quito, 2022)

Procedimiento para la obtención de la LUAE

Tabla 68. Proceso de obtención LUAE

Nro.	PROCEDIMIENTO
1	Acceder al portal: pam.quito.gob.ec en la opción: "LUAE Digital".
2	Digite el número de RUC y la clave de la patente municipal.
3	Seleccione el tipo de trámite que va a realizar; "EMISIÓN" o "RENOVACIÓN"
4	Ingrese y valide los datos solicitados (información general, predio, dirección, actividad económica)
5	Genere la solicitud LUAE y cumpla con los pasos detallados en la parte inferior del documento, según el procedimiento correspondiente.
6	Finalmente recibirá la LUAE Digital al correo electrónico registrado al inicio de su Solicitud.

Fuente: Municipio de Quito

Elaborado por: Autora.

PERMISO DE OCUPACIÓN PARA EDIFICACIONES EMITIDO POR EL CUERPO DE BOMBEROS DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.

El Área Técnica de la Dirección de Prevención y Seguridad contra Incendios del Cuerpo de Bomberos del Distrito Metropolitano de Quito, verifica mediante inspección técnica y revisión de la documentación, el cumplimiento de los requisitos del Sistema de Protección contra Incendios en edificaciones estipulados en la normativa aplicable, previa a la emisión del "Permiso de ocupación para edificaciones". (Municipio de Quito, 2022)

Requisitos

Tabla 69. Requisitos obtención Permiso Bombero

Nro.	REQUISITOS
1	Solicitud de Inspección para obtener el Permiso de Ocupación.
2	2. Cédula del Propietario del Proyecto escaneada en PDF.
3	3. Cédula del Profesional Responsable del Sistema de Incendios. escaneada en PDF.
4	4. Copia del Certificado de Visto Bueno de Planos. (PDF).
5	5. Luego de la inspección el profesional responsable debe entregar al analista técnico lo siguiente.: Certificado de instalación y pruebas del sistema de detección y alarma.
6	6. Documento declarativo donde se especifique la entrega a cada unidad de vivienda de Extintores, Ventilaciones y Calentamiento de Agua.
7	7. Certificado de la Resistencia al fuego de la estructura metálica y/o madera vista.
8	8. Certificado de las puertas corta fuego RF-60 mín.
9	9. Certificado Instalación, Pruebas de Presión y hermeticidad del sistema de supresión con agua.
10	10. Certificado de Instalación y pruebas de Presurización de Escaleras.
11	11. Certificado de Instalación de Pararrayos.
12	12. Registro fotográfico específico de cada Sistema contra Incendios.

Fuente: Municipio de Quito, PAM

Elaborado por: Autora.

Procedimiento para la obtención Permiso de Bomberos

Tabla 70. Proceso de obtención LUAE

Nro.	PROCEDIMIENTO
1	El solicitante completa la información del trámite en el link https://portalat.bomberosquito.gob.ec:8181/DeclarativoAreaTecnica/declarativo/PrincipalVista.jsf >Sistema Declarativo
2	Firmar electrónicamente con Firma EC la solicitud de inspección generada en el paso 1 (Propietario del Proyecto)
3	Grabar y enviar declaración en el sistema del Cuerpo de Bomberos.
4	El solicitante recibirá una llamada telefónica del Técnico asignado por el Área Técnica de la Dirección de Prevención, para concretar la fecha de inspección de la edificación.
5	El usuario recibe la visita en la fecha programada por parte del Técnico, el cual inspecciona la instalación y emite el informe respectivo sea este favorable o no, con las observaciones respectivas para su revisión y gestión correspondiente en el caso de incumplimiento de los requisitos y la normativa vigente.
6	El usuario recibe de parte del Coordinador de Área Técnica el "Permiso de Ocupación para edificaciones" si la inspección fue favorable, en el caso contrario se asigna una nueva fecha para una re inspección.

Fuente: Municipio de Quito, PAM

Elaborado por: Autora

CAPÍTULO V.

Evaluación Financiera

5.1 Objetivos del Capítulo

Cuantificar a través de este plan de negocios el resultado macro de la comercialización de insumos médicos biodegradables bajo los indicadores financieros de rentabilidad y factibilidad.

5.2 Plan de inversión

Las inversiones son un compromiso a largo plazo de recursos financieros en forma de activos tangibles e intangibles. Las inversiones afectan no solo a los activos fijos de la empresa, sino también indirectamente a los activos circulantes. La planificación de inversiones es una parte integral de la planificación estratégica de la empresa. Todo plan de negocios debe tener en cuenta estas inversiones como parte de la planificación financiera. La siguiente tabla muestra las inversiones requeridas para el proyecto.

La inversión inicial está compuesta por los activos fijos el capital de trabajo y los gastos de constitución:

Tabla 71. Plan de inversiones.

Tipo de Cuenta	Cantidad	Precio Unitario	Costo total
Inversión en activos fijos			\$65.342,50
Edificio			
Adecuaciones	1		\$2.000,00
Muebles y enseres			\$642,00
Escritorio	2	\$175,00	\$350,00
Silla gerencia	2	\$80,00	\$160,00
Sillas plásticas	2	\$6,00	\$12,00
Sillas de espera	1	\$40,00	\$40,00
Archivadores	1	\$80,00	\$80,00
Equipos de computación			\$1.050,00
Computadoras	3	\$160,00	\$480,00
Impresoras multifuncional	2	\$285,00	\$570,00

Vehículos			\$17.000,00
Camioneta van	1	\$17.000,00	
Equipos de oficina			\$1.185,00
Mesa ejecutiva	1	\$230,00	\$230,00
Aire acondicionado	2	\$370,00	\$740,00
Telefax	1	\$145,00	\$145,00
Teléfonos	2	\$35,00	\$70,00
Inventario inicial			\$43.465,5
Inventario		\$43.465,5	
Gastos de constitución			\$804
Costo constitución de la compañía	1	\$600,00	\$600,00
Permisos Bomberos	1	\$50,00	\$50,00
Ruc	1	\$10,00	\$10,00
Permiso de funcionamiento	1	\$144,00	\$144,00
Capital de trabajo			\$14.505,00
Total del plan de inversiones			
Activo Fijo		\$65.342,50	\$65.342,50
Gastos de constitución		\$804,00	\$804,00
Capital de Trabajo		\$14.505,00	\$14.505,00
Total			\$80.651,50

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Autora

De esta forma, el total de inversión de inversión inicial es de \$ 80.651,50.

Capital de trabajo.

Tabla 72. Capital de trabajo.

Descripción	Egreso mensual	Total	Egreso por 3 meses
Costo de comercialización		\$ 2.420,00	\$ 7.260,00
Materiales directos	\$ 75,00		
Materiales indirectos	\$ 210,00		
Arriendo	\$ 600,00		
Mantenimiento	\$ 25,00		
Mano de obra directa	\$ 1.450,00		
Servicios básicos	\$ 60		
Gastos de administración		\$ 1.015,00	\$ 3.045,00
Gastos administrativos	910		
Suministro de oficina	\$ 20,00		
Servicios básicos	\$ 600,00		
Mantenimiento	\$ 25,00		
Gastos de venta		\$ 1.400,00	\$ 4.200,00

Marketing	\$	600,00		
Costo de transporte y movilizaciones	\$	50,00		
Letrero	\$	150,00		
Hoja volante	\$	100,00		
Asistente de marketing		\$ 450,00		
Vendedor		\$ 500,00		
Total	\$	4.835,00	\$	\$ 14.505,00

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Autora

5.3 CÁLCULO DE COSTOS Y GASTOS

Mano de Obra

En el cómputo de la mano de obra que labora en la empresa MIMA MED se tiene en cuenta: 1 Gerente General, 1 Vendedor, 1 Asistente de Marketing, 1 Bodeguero y 1 Chofer.

A continuación es posible observar la nómina de los empleados de cada puesto de pago y los valores de los beneficios que les otorga la ley.

Tabla 73. Sueldos.

Nómina	Sueldo mensual	Cantidad	13er Sueldo	14to Sueldo	Aporte Patronal 12,15%	Fondos de Reserva	Vacaciones	Total por empleado	Total del personal
Gerente	\$900,00	1	\$75,00	\$32,83	\$94,05	\$74,97	\$37,50	\$1.214,35	\$1.214,35
Bodeguero	\$450,00	2	\$37,50	\$32,83	\$47,03	\$37,49	\$18,75	\$623,59	\$1.247,19
Vendedor	\$500,00	1	\$41,67	\$32,83	\$52,25	\$41,65	\$20,83	\$689,23	\$689,23
Asistente de Marketing	\$450,00	1	\$37,50	\$0,00	\$47,03	\$37,49	\$18,75	\$590,76	\$590,76
Chofer	\$600,00	1	\$50,00	\$0,00	\$62,70	\$49,98	\$25,00	\$787,68	\$787,68
Total Personal Administrativo		6,00	\$241,67	\$98,50	\$303,05	\$241,57	\$120,83	\$3.905,62	\$4.529,21

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Autora

Tabla 74. Proyección Sueldos Anual.

AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
\$54.350,56	\$56.100,65	\$57.895,87	\$59.731,17	\$61.653,32

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Autora

Depreciación.

La depreciación es una disminución en el valor de un activo fijo debido al paso del tiempo, desgaste, obsolescencia, deficiencia técnica, obsolescencia u otros factores funcionales, tecnológicos, fiscales, etc. Considerando que los activos incluidos en nuestro plan de inversiones están sujetos a tributación. Para este fenómeno, debemos hacer un cálculo que determine el monto de la depreciación que se debe incluir de acuerdo a nuestra información de costos. Use la tabla a continuación para hacer este cálculo. Se recomienda utilizar el método lineal.

Tabla 75. Depreciación.

ACTIVO FIJO	COSTO	AÑOS DEPRECIACION	TOTAL ANUAL
Muebles y enseres	\$642,00	10	\$64,20
Equipos de computación	\$1.050,00	3	\$350,00
Vehículos	\$17.000,00	5	\$3.400,00
Equipos de oficina	\$1.185,00	10	\$118,50
TOTAL	\$ 19.877,00		\$3.932,70

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Autora

Proyección de la Depreciación

Para el cálculo de la depreciación de los activos fijos de la empresa se utiliza el método lineal donde se tomarán los porcentajes y tiempo de depreciación de cada bien hasta su depreciación total en un tiempo de 5 años.

Tabla 76. Proyección de la Depreciación.

Activo Fijo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Muebles y enseres	\$64,20	\$64,20	\$64,20	\$64,20	\$64,20
Equipos de computación	\$350,00	\$350,00	\$350,00	-	-
Vehículos	\$1.700,00	\$1.700,00	\$1.700,00	\$1.700,00	\$1.700,00
Equipos de oficina	\$118,50	\$118,50	\$118,50	\$118,50	\$118,50
Total	\$3932,7	\$3932,7	\$3932,7	\$3582,7	\$3582,7

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Autora

Detalle de Costos

El costo se refiere a todas las inversiones financieras realizadas para producir bienes o servicios.

La siguiente tabla muestra todos los valores a desembolsar para iniciar las operaciones de MIMAMED, así como la descripción y los valores de cada componente.

Tabla 77. Costos Operativos.

DESCRIPCION	Unidades	Costo unitario	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Batas descartables	10000	\$0,90	\$9.000,00	\$108.000,00
hisopos	20000	\$0,59	\$11.800,00	\$141.600,00
depresores de lengua	20000	\$0,10	\$2.000,00	\$24.000,00
fundas esterilizadoras	20000	\$0,12	\$2.400,00	\$28.800,00
Caja de embalaje	300	\$1,30	\$390,00	\$4.680,00
Etiquetas	18000	\$0,10	\$1.800,00	\$21.600,00
COSTO TOTAL			\$27.390,00	\$328.680,00

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Autora

A partir del año 1 se comienza a calcular una proyección para los años siguientes con base a un aumento del 2 % de la capacidad

Proyección de Gastos

Tabla 78. Proyección de costos operativos.

DESCRIPCION	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos Operativos	\$328.680,00	\$394.416,00	\$473.299,20	\$567.959,04	\$681.550,85
TOTAL	\$328.680,00	\$394.416,00	\$473.299,20	\$567.959,04	\$681.550,85

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Autora

Detalle de Gastos

La información de gastos se utiliza para calcular todos los gastos correspondientes a gastos administrativos, gastos de ventas necesarios que son necesarios para las operaciones de la MIMAMED.

Tabla 79. Gastos de ventas.

GASTOS DE VENTAS		
Detalle	Total Mensual	Total Anual
Gastos de marketing	\$150,00	\$1.800,00
Asistente de marketing	\$450,00	\$5.400,00
Suministros de oficina	\$20,00	\$240,00
Vendedor	\$500,00	\$6.000,00
Bodeguero	\$900,00	\$10.800,00
Luz	\$40,00	\$480,00
Agua	\$20,00	\$240,00
TOTAL	\$2.080,00	\$24.960,00

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Autora

Tabla 80. Gastos administrativos.

GASTOS ADMINISTRATIVOS		
Detalle	Total Mensual	Total Anual
Luz	\$40,00	\$480,00
Agua	\$20,00	\$240,00
Teléfono	\$50,00	\$600,00
Internet	\$60,00	\$720,00

Arriendo	\$600,00	\$7.200,00
Contador	\$200,00	\$2.400,00
Gerente	\$900,00	\$10.800,00
Chofer	\$600,00	\$7.200,00
TOTAL	\$2.470,00	\$29.640,00

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Autora

Proyección de Gastos

Tabla 81. Gastos de ventas proyectados.

GASTOS DE VENTAS PROYECTADOS					
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos de marketing	\$1.800,00	\$1.857,96	\$1.917,41	\$1.978,20	\$2.041,86
Asistente de marketing	\$5.400,00	\$5.572,80	\$5.749,46	\$5.934,48	\$6.123,88
Bodeguero	\$10.800,00	\$11.145,60	\$11.498,92	\$11.868,95	\$12.247,76
Suministros de oficina	\$240,00	\$247,61	\$255,58	\$263,73	\$272,17
Vendedor	\$6.000,00	\$6.193,08	\$6.390,74	\$6.595,24	\$6.806,01
Luz	\$480,00	\$495,46	\$511,31	\$527,65	\$544,51
Agua	\$240,00	\$247,73	\$255,66	\$263,76	\$272,25
TOTAL	\$24.960,00	\$25.760,23	\$26.579,07	\$27.432,00	\$28.308,44

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Autora

Tabla 82. Gastos administrativos proyectados.

GASTOS ADMINISTRATIVOS					
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Luz	\$480,00	\$495,46	\$511,31	\$527,52	\$544,49
Agua	\$240,00	\$247,73	\$247,73	\$255,58	\$263,81
Teléfono	\$600,00	\$619,32	\$639,14	\$659,40	\$680,62
Internet	\$720,00	\$743,18	\$766,97	\$791,28	\$816,74
Arriendo	\$7.200,00	\$7.431,84	\$7.669,66	\$7.912,79	\$8.167,42
Contador	\$2.400,00	\$2.477,28	\$2.556,55	\$2.637,60	\$2.722,47
Gerente	\$10.800,00	\$11.147,76	\$11.504,49	\$11.869,18	\$12.251,13
Chofer	\$7.200,00	\$7.431,84	\$7.669,66	\$7.912,79	\$8.167,42
TOTAL	\$29.640,00	\$30.594,41	\$31.565,50	\$32.566,13	\$33.614,11
GASTOS TOTALES	\$54.600,00	\$56.354,64	\$58.144,57	\$59.998,13	\$61.922,55

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Autora

5.4 Financiamiento.

El objetivo principal del plan financiero es cuantificar el monto necesario para poner en marcha el negocio y, a su vez, especificar las estrategias, a partir de las cuales se espera dicho monto ya sea de los recursos personales de los socios o de los préstamos financieros.

Forma de financiamiento

La estructura patrimonial se divide en dos partes, la primera de las cuales se compone de fondos propios y la segunda se financia con préstamos bancarios. De la inversión total requerida (\$79.151,50), el 50,54% se financia con capital propio, \$40.000 y el 49,46% restante (\$39.151,50) proviene de un préstamo CFN al 15% a 5 años según la tabla a continuación:

Tabla 83. Plan de financiamiento.

Inversión Inicial	\$80.651,50	100%
(-) Capital Propio	\$40.000,00	49,60%
Valor a Financiar	\$40.651,50	50,40%
Tasa	15%	
Tiempo	60,00	MESES
Pago	\$967,10	MENSUAL

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Autora

Tabla 84. Desglose del pago del préstamo.

PERIODO	PAGO	INTERES	CAPITAL	SALDO
0				\$40.651,50
1	\$967,10	\$508,14	\$458,95	\$40.192,55
2	\$967,10	\$502,41	\$464,69	\$39.727,86
3	\$967,10	\$496,60	\$470,50	\$39.257,36
4	\$967,10	\$490,72	\$476,38	\$38.780,98
5	\$967,10	\$484,76	\$482,33	\$38.298,65
6	\$967,10	\$478,73	\$488,36	\$37.810,28
7	\$967,10	\$472,63	\$494,47	\$37.315,82
8	\$967,10	\$466,45	\$500,65	\$36.815,17
9	\$967,10	\$460,19	\$506,91	\$36.308,26

10	\$967,10	\$453,85	\$513,24	\$35.795,02
11	\$967,10	\$447,44	\$519,66	\$35.275,36
12	\$967,10	\$440,94	\$526,15	\$34.749,20
13	\$967,10	\$434,37	\$532,73	\$34.216,47
14	\$967,10	\$427,71	\$539,39	\$33.677,08
15	\$967,10	\$420,96	\$546,13	\$33.130,95
16	\$967,10	\$414,14	\$552,96	\$32.577,99
17	\$967,10	\$407,22	\$559,87	\$32.018,12
18	\$967,10	\$400,23	\$566,87	\$31.451,25
19	\$967,10	\$393,14	\$573,96	\$30.877,29
20	\$967,10	\$385,97	\$581,13	\$30.296,16
21	\$967,10	\$378,70	\$588,39	\$29.707,77
22	\$967,10	\$371,35	\$595,75	\$29.112,02
23	\$967,10	\$363,90	\$603,20	\$28.508,82
24	\$967,10	\$356,36	\$610,74	\$27.898,09
25	\$967,10	\$348,73	\$618,37	\$27.279,72
26	\$967,10	\$341,00	\$626,10	\$26.653,62
27	\$967,10	\$333,17	\$633,93	\$26.019,69
28	\$967,10	\$325,25	\$641,85	\$25.377,84
29	\$967,10	\$317,22	\$649,87	\$24.727,97
30	\$967,10	\$309,10	\$658,00	\$24.069,97
31	\$967,10	\$300,87	\$666,22	\$23.403,75
32	\$967,10	\$292,55	\$674,55	\$22.729,20
33	\$967,10	\$284,11	\$682,98	\$22.046,22
34	\$967,10	\$275,58	\$691,52	\$21.354,70
35	\$967,10	\$266,93	\$700,16	\$20.654,54
36	\$967,10	\$258,18	\$708,91	\$19.945,62
37	\$967,10	\$249,32	\$717,78	\$19.227,85
38	\$967,10	\$240,35	\$726,75	\$18.501,10
39	\$967,10	\$231,26	\$735,83	\$17.765,26
40	\$967,10	\$222,07	\$745,03	\$17.020,23
41	\$967,10	\$212,75	\$754,34	\$16.265,89
42	\$967,10	\$203,32	\$763,77	\$15.502,12
43	\$967,10	\$193,78	\$773,32	\$14.728,80
44	\$967,10	\$184,11	\$782,99	\$13.945,81
45	\$967,10	\$174,32	\$792,77	\$13.153,04
46	\$967,10	\$164,41	\$802,68	\$12.350,35
47	\$967,10	\$154,38	\$812,72	\$11.537,64
48	\$967,10	\$144,22	\$822,88	\$10.714,76
49	\$967,10	\$133,93	\$833,16	\$9.881,60
50	\$967,10	\$123,52	\$843,58	\$9.038,02
51	\$967,10	\$112,98	\$854,12	\$8.183,90
52	\$967,10	\$102,30	\$864,80	\$7.319,11
53	\$967,10	\$91,49	\$875,61	\$6.443,50

54	\$967,10	\$80,54	\$886,55	\$5.556,95
55	\$967,10	\$69,46	\$897,63	\$4.659,31
56	\$967,10	\$58,24	\$908,85	\$3.750,46
57	\$967,10	\$46,88	\$920,22	\$2.830,24
58	\$967,10	\$35,38	\$931,72	\$1.898,52
59	\$967,10	\$23,73	\$943,36	\$955,16
60	\$967,10	\$11,94	\$955,16	\$0,00

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Autora.

Tabla 85. Intereses pagados por año.

AÑO	\$ MONTO
1	\$ 5.702,86
2	\$ 4.754,04
3	\$ 3.652,69
4	\$ 2.374,30
5	\$ 890,39
TOTAL	\$ 17.374,28

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Autora.

Tabla 86. Pago capital préstamo.

AÑO	\$ MONTO
1	\$ 5.902,30
2	\$ 6.851,12
3	\$ 7.952,47
4	\$ 9.230,86
5	\$ 10.714,76
TOTAL	\$ 40.651,50

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Autora.

5.5 Ingresos

Como ya se ha expuesto en el capítulo 1, en el proyecto a desarrollar se plantea a cubrir un 13% de la demanda insatisfecha que es \$ 3'477.234, lo que da un resultado de \$21.585,00 para el primer año. Asimismo, se va aumentando la capacidad de satisfacer

la demanda en un 2% para el año anterior, es decir, partiendo desde el año 1 donde el valor es de \$521.585,00 y así ir aumentando, los resultados quedan como sigue:

Tabla 87. Ingresos proyectados.

	Ventas				
	Año 1	Año 2 (2%)	Año 3 (2%)	Año 4 (2%)	Año 5 (2%)
Monto	\$452.040,00	\$542.448,00	\$650.937,60	\$781.125,12	\$937.350,14

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Autora

5.6 Punto de equilibrio

Es el cálculo y verificación del margen de seguridad de la empresa en base a los ingresos recibidos y los gastos relacionados. En pocas palabras, el análisis desglosa la cantidad de productos que deben venderse para cubrir el costo de hacer negocios. Mediante el análisis de diferentes niveles de precios basados en diferentes niveles de demanda, el análisis de punto de equilibrio determina la cantidad de ingresos necesaria para cubrir los costos fijos totales de la empresa. Para calcularlos se utiliza la siguiente fórmula.

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\text{Costos fijos}}{\text{Precio de venta} - \text{Costo Unitario}}$$

Para aplicar la fórmula es necesario utilizar los datos obtenidos en los apartados anteriores, resumidos en la siguiente tabla:

Tabla 88. Datos para el cálculo del punto de equilibrio

Detalle	Cantidad
CVU	\$0,42
Precio de venta	\$0,72
<u>Costos fijos</u>	<u>\$328.680,00</u>

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Autora

Reemplazando valores se obtiene lo siguiente

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\$328.680}{\$0,72 - \$0,42}$$

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\$328.680}{\$0,3}$$

$$\text{Punto de equilibrio} = 1.095.600$$

Para que la empresa no mantenga pérdidas ni ganancias, debe vender un total de 1.095.600 dispositivos médicos por año.

5.7 Estado de resultado integral.

En el estado integral se muestra el resumen de operaciones comerciales y compara los ingresos con los gastos para determinar períodos comunes y cómo las actividades y/u operaciones de la empresa pueden considerarse rentables

Tabla 89. Estado de resultado integral.

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS					
VENTAS NETAS	\$ 452.040,00	\$ 542.448,00	\$ 650.937,60	\$ 781.125,12	\$ 937.350,14
Costos de Prestación de Servicio	\$ 328.680,00	\$ 394.416,00	\$ 473.299,20	\$ 567.959,04	\$ 681.550,85
UTILIDAD BRUTA	\$ 123.360,00	\$ 148.032,00	\$ 177.638,40	\$ 213.166,08	\$ 255.799,30
GASTOS OPERACIONALES					
Sueldos y salarios	\$ 54.350,56	\$ 56.100,65	\$ 57.895,87	\$ 59.731,17	\$ 61.653,32
Nomina	\$ 54.350,56	\$ 56.100,65	\$ 57.895,87	\$ 59.731,17	\$ 61.653,32
<u>Gastos Administrativos</u>	\$ 15.6572,70	\$ 15.947,51	\$ 16.324,05	\$ 16.184,16	\$ 16.595,55
Luz	\$ 480,00	\$ 495,46	\$ 511,31	\$ 527,52	\$ 544,49
Agua	\$ 240,00	\$ 247,73	\$ 247,73	\$ 255,58	\$ 263,81
Teléfono	\$ 600,00	\$ 619,32	\$ 639,14	\$ 659,40	\$ 680,62
Internet	\$ 720,00	\$ 743,18	\$ 766,97	\$ 791,28	\$ 816,74
Arriendo	\$ 7.200,00	\$ 7.431,84	\$ 7.669,66	\$ 7.912,79	\$ 8.167,42
Contador	\$ 2.400,00	\$ 2.477,28	\$ 2.556,55	\$ 2.637,60	\$ 2.722,47
Depreciación	\$ 3.932,70	\$ 3.932,70	\$ 3.932,70	\$ 3.400,00	\$ 3.400,00
<u>Gastos De Ventas</u>	\$ 19.560,00	\$ 20.187,43	\$ 20.829,61	\$ 21.497,53	\$ 22.184,56
Gastos de marketing	\$ 1.800,00	\$ 1.857,96	\$ 1.917,41	\$ 1.978,20	\$ 2.041,86
Bodeguero	\$ 10.800,00	\$ 11.145,60	\$ 11.498,92	\$ 11.868,95	\$ 12.247,76
Suministros de oficina	\$ 240,00	\$ 247,61	\$ 255,58	\$ 263,73	\$ 272,17
Vendedor	\$ 6.000,00	\$ 6.193,08	\$ 6.390,74	\$ 6.595,24	\$ 6.806,01
Luz	\$ 480,00	\$ 495,46	\$ 511,31	\$ 527,65	\$ 544,51

Agua	\$ 240,00	\$ 247,73	\$ 255,66	\$ 263,76	\$ 272,25
Gastos Financieros	\$ 5.702,86	\$ 4.754,04	\$ 3.652,69	\$ 2.374,30	\$ 890,39
Interés del préstamo	\$ 5.702,86	\$ 4.754,04	\$ 3.652,69	\$ 2.374,30	\$ 890,39
Total Gastos	\$ 95.186,12	\$ 96.989,63	\$ 98.702,22	\$ 99.787,15	\$ 101.323,83
UTILIDAD OPERATIVA	\$ 28.173,88	\$ 51.042,37	\$ 78.936,18	\$ 113.378,93	\$ 154.475,47
Participación de trabajadores (15%)	\$ 4.226,08	\$ 7.656,36	\$ 11.840,43	\$ 17.006,84	\$ 23.171,32
Impuesto a la Renta (22%)	\$ 5.268,52	\$ 9.544,92	\$ 14.761,06	\$ 21.201,86	\$ 28.886,91
UTILIDAD NETA	\$ 18.679,28	\$ 33.841,09	\$ 52.334,68	\$ 75.170,23	\$ 102.417,24
UTILIDAD NETA ACUMULADA	\$ 18.679,28	\$ 52.520,38	\$ 104.855,06	\$ 180.025,29	\$ 282.442,53

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Autora.

5.8 Estado de flujo de efectivo.

Aquí se muestra información sobre los cambios y fluctuaciones en el efectivo y equivalentes de efectivo durante el período sobre el que se informa. Se detalla el efectivo recibido y utilizado para las operaciones, inversiones y actividades financieras de la empresa.

Tabla 90. Estado de flujo de efectivo.

PERIODOS	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	\$0,00	\$452.040,0	\$542.448,0	\$650.937,6	\$781.125,1	\$937.350,1
Costo de producción	\$0,00	0	0	0	2	4
Sueldos y salarios		\$328.680,0	\$394.416,0	\$473.299,2	\$567.959,0	\$681.550,8
Nomina		0	0	0	4	5
Gastos Administrativos		\$54.350,56	\$56.100,65	\$57.895,87	\$59.731,17	\$61.653,32
Luz		\$				
Agua		15.6572,70	\$ 15.947,51	\$ 16.324,05	\$ 16.184,16	\$ 16.595,55
Teléfono		\$480,00	\$495,46	\$511,31	\$527,52	\$544,49
Internet		\$240,00	\$247,73	\$247,73	\$255,58	\$263,81
Arriendo		\$600,00	\$619,32	\$639,14	\$659,40	\$680,62
Contador		\$720,00	\$743,18	\$766,97	\$791,28	\$816,74
Depreciación		\$7.200,00	\$7.431,84	\$7.669,66	\$7.912,79	\$8.167,42
Gastos de Ventas		\$2.400,00	\$2.477,28	\$2.556,55	\$2.637,60	\$2.722,47
Gastos de marketing		\$3.932,70	\$3.932,70	\$3.932,70	\$3.400,00	\$3.400,00
		\$19.560,00	\$20.187,43	\$20.829,61	\$21.497,53	\$22.184,56
		\$1.800,00	\$1.857,96	\$1.917,41	\$1.978,20	\$2.041,86

Bodeguero		\$10.800,00	\$11.145,60	\$11.498,92	\$11.868,95	\$12.247,76
Suministros de oficina		\$240,00	\$247,61	\$255,58	\$263,73	\$272,17
Vendedor		\$6.000,00	\$6.193,08	\$6.390,74	\$6.595,24	\$6.806,01
Luz		\$480,00	\$495,46	\$511,31	\$527,65	\$544,51
Agua		\$240,00	\$247,73	\$255,66	\$263,76	\$272,25
Gastos Financieros						
Interés del préstamo	\$0,00	\$5.702,86	\$4.754,04	\$3.652,69	\$2.374,30	\$890,39
						\$101.323,83
Total gastos		\$95.186,12	\$96.989,63	\$98.702,22	\$99.787,15	3
Flujo antes de participación	\$0,00	\$28.173,88	\$51.042,37	\$78.936,18	\$113.378,93	\$154.475,47
Participación de trabajadores		\$4.226,08	\$7.656,36	\$11.840,43	\$17.006,84	\$23.171,32
Flujo antes de impuesto		\$23.947,80	\$43.386,02	\$67.095,75	\$96.372,09	\$131.304,15
Impuesto a la renta		\$5.268,52	\$9.544,92	\$14.761,06	\$21.201,86	\$28.886,91
Flujo después de impuesto		\$18.679,28	\$33.841,09	\$52.334,68	\$75.170,23	\$102.417,24
(+) Depreciaciones		\$3.932,70	\$3.932,70	\$3.932,70	\$3.400,00	\$3.400,00
(-) Pago de Capital Préstamo		-\$5.902,30	-\$6.851,12	-\$7.952,47	-\$9.230,86	-\$10.714,76
		-				
Capital de trabajo	\$14.505,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	
Activos Fijos en inversión	\$65.342,50	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Flujo de Efectivo Neto	\$79.847,50	\$16.709,69	\$30.922,68	\$48.314,92	\$69.339,37	\$95.102,48

DEPRE. ACUMULADA	\$ -	\$ 3.932,70	\$ 7.865,40	\$ 11.798,10	\$ 15.198,10	\$ 18.598,10
-------------------------	-------------	--------------------	--------------------	---------------------	---------------------	---------------------

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Autora.

5.9 Evaluación Financiera.

Una evaluación financiera proporciona información financiera después de un estudio analítico del entorno social, económico y financiero para determinar si un proyecto puede implementarse en términos de sostenibilidad social y económica. De ahí la tasa de descuento, VAN y TIR; y el tiempo de amortización, puede establecer la sensibilidad y comprobar el presupuesto del proyecto.

Indicadores

TIR y VAN.

$$VAN = -A + \frac{F1}{(1+i)^1} + \frac{F2}{(1+i)^2} + \frac{F3}{(1+i)^3} + \frac{F4}{(1+i)^4} + \frac{F5}{(1+i)^5}$$

Donde

A= Desembolso inicial

F= Flujo de caja anual

i = tasa de descuento o coste de oportunidad. (La tasa de descuento le resta valor al dinero futuro, ya que a la hora de realizar cálculos de dinero que no se ha percibido debe considerarse depreciaciones y otros factores como la inflación)

$$VAN = -A + \frac{F1}{(1+i)^1} + \frac{F2}{(1+i)^2} + \frac{F3}{(1+i)^3} + \frac{F4}{(1+i)^4} + \frac{F5}{(1+i)^5}$$

$$Tir = + \frac{(Venta - Costo)}{venta} * 100\%$$

Las siglas VAN corresponden al Valor Actual Neto, mientras que el TIR es la Tasa Interna de Retorno. Ambas fórmulas se relacionan de forma directa con el flujo de caja de los negocios y buscan hacer más preciso el cálculo del tiempo que un negocio tardará en recuperar su inversión inicial

Tabla 91. Cálculo de TIR Y VAN

TIR Y VAN	
i	15,00%
TIR	40,66%
VAN	\$86.430.24

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Ángela Pamela Cevallos Tacuri.

Cada inversión implica una entrada y salida de fondos. Se necesita dinero para la inversión y la rentabilidad. Para probar si el flujo de efectivo es menor que el flujo de efectivo (es decir, si la inversión tiene un rendimiento positivo), el inversor suma los flujos de efectivo. En este sentido, se utiliza el valor actual neto (VAN), que es la suma del valor actual (PV) y todas las entradas y salidas. Los resultados muestran que el VAN es de \$86.430,24, lo que significa que el proyecto es rentable si el VAN es mayor que cero (tabla).

Por otro lado, La tasa interna de retorno (TIR) es un método de flujo de efectivo descontado que muestra la rentabilidad de un proyecto. La tasa interna de rendimiento es la tasa de descuento a la que la suma de las salidas iniciales y los flujos de efectivo descontados es igual a cero. En otras palabras, es la tasa de descuento a la que el valor presente neto (VAN) es cero. Los resultados muestran que la TIR es de 40,66 % y el proyecto es rentable de acuerdo con la siguiente tabla.

Tabla 92. Payback.

DESCRIPCION	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Flujo de Caja Neto		\$16.709,69	\$30.922,68	\$48.314,92	\$69.339,37	\$95.102,48
Inversión Fija	-\$65.342,50					
Inversión Corriente	-\$4.835,00					
Resultado	-\$70.177,50	\$16.709,69	\$30.922,68	\$48.314,92	\$69.339,37	\$95.102,48
PAYBACK	-70.177,50	-53.467,81	-22.545,14	25.769,78	95.109,15	190.211,63

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Ángela Pamela Cevallos Tacuri.

Como podemos ver en la tabla anterior la inversión es recuperada en el segundo año de gestión, ahora bien, para determinar con mayor exactitud el tiempo que tomara recuperar la inversión aplicamos la siguiente formula:

$$Payback = a + \frac{io - b}{Ft}$$

Dónde:

a es el número del periodo inmediatamente anterior hasta recuperar el desembolso

inicial =1 año

Io es la inversión inicial del proyecto = 70.177,50

b es la suma de los flujos hasta el final del periodo «a» =16.709,69

Ft es el valor del flujo de caja del año en que se recupera la inversión = 30.922,68

$$\textit{Payback} = 1 + \frac{70.177,50 - 16.709,69}{30.922,68}$$

$$\textit{Payback} = 2,72$$

Este resultado nos indica que en 1,09 años se recuperara la inversión, para saber esa cantidad de tiempo en meses y días se multiplica este resultado por 12.

$$\textit{Payback} = 2,72 * 12$$

Payback = 32.64 meses o 2 años, y 8 meses

Tabla 93. Costo de capital Ponderado.

FUENTE	INVERSION	PESO	TASA	PONDERACION
CAPITAL PROPIO	\$40.000,00	49,60%		7,44%
PRESTAMO	\$40.651,00	50,40%	15,00%	7,56%
	TMAR			15,00%

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Autora

La tasa de retorno más baja que un inversionista puede esperar de una empresa que vende insumos médicos con materiales reciclados para el uso de desinfectantes y productos de limpieza es la tasa de descuento (i). Con base en esto, la siguiente tabla muestra el cálculo de TMA, donde el peso total de la inversión propia es del 49,60 % de los activos netos de \$40.000, con un rendimiento esperado mínimo del 15 %. Por el contrario, un préstamo del 50,40% de \$40.651 también tiene un rendimiento mínimo del 15% sobre esa cantidad; Al multiplicar estos dos rendimientos por su peso, se obtiene un rendimiento del 7.44 % para las acciones y del 7,56 % para el crédito, y al sumar estos porcentajes, se obtiene una tasa de descuento del 15 %

Tabla 94. Relación costo beneficio.

RELACIÓN COSTO BENEFICIO				
Nro.	INVERSION	INGRESOS	COSTOS	FNE
0	- 80.651,50	-	-	- 80.651,50
1		452.040,00	423.866,12	28.173,88
2		542.448,00	491.405,63	51.042,37
3		650.937,60	572.001,42	78.936,18
4		781.125,12	667.746,19	113.378,93
5		937.350,14	782.874,67	154.475,47
		INGRESOS	\$3.363.900,86	
		COSTOS	\$2.937.894,04	
		COSTOS+INV	\$2.857.242,54	
		RBC	1,18	

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Autora

Desde el punto de vista económico, la distribución costo-beneficio demuestra la corrección del proyecto, ya que la fórmula muestra que, por cada gasto incurrido, existe una utilidad marginal de 1,18 veces la utilidad marginal, como se puede observar en la tabla.

CONCLUSIONES

En el análisis del presente estudio del plan de negocios, los resultados obtenidos donde se empleó la herramienta de la encuesta aplicada a 82 clínicas y hospitales de Quito que utilizan insumos médicos, se clarifica la necesidad institucional de proveerse de este tipo de productos, debido al gran aporte ecológico que brindan estos en el área de la salud del sector público y privado. Se ha evidenciado una demanda potencial de \$3'477.234,00 en el norte de la ciudad que se podrá cumplir con la demanda por parte de la empresa MIMAMED, por su lado la demanda insatisfecha con la que podrá empezar la empresa será de \$452.040,00, esto desarrollándose imperantemente en el giro exclusivo del negocio de la empresa.

El volumen de producción se determinó al escoger los 4 principales insumos que se utilizan en las clínicas y hospitales, los cuales son: batas descartables, depresoras de lenguas, hisopos, fundas esterilizadoras, al sumar todas las unidades de estos cuatro insumos se tuvo un volumen de producción mensual de \$45.000,00. Este índice de volumen de adquisición está ligado preferente al inventario de la empresa a lo largo de las actividades institucionales.

Para la búsqueda de un eficiente giro del negocio se realizó el plano de gestión procesal orgánica de la empresa para que cada uno de sus departamentos o áreas funcionen a su máxima capacidad para lo cual se buscó para el proyecto locales que estén cerca de los hospitales principales del norte de la ciudad de Quito para una mejor afluencia y accesibilidad de los clientes. Las áreas que necesitará la empresa son: gerencia, bodega, atención al cliente, etc.

En el espectro del ordenamiento legal entre los sujetos procesales del sector público y privado se cumplió con los diferentes permisos y procesos administrativos necesarios para el acto constitutivo de la empresa, así como se observó las diferentes normativas

entre las principales tributarias, laborales, ambientales con el propósito de que las actividades del negocio no se encuentren al margen de la ley y así evitar problemas con las autoridades correspondientes.

En la secuencia del plan de negocios como punto cumbre de la comercialización se halla el capítulo financiero donde se detalló los diferentes estados financieros con la finalidad de demostrar su rendimiento y viabilidad para que éstos presupuestos sirvan de confianza de diferentes inversores sean públicos o privados, en el caso concreto de este plan cumplió las expectativas superando los indicadores financieros que sirven como punto de partida de la factibilidad del proyecto demostrando la rentabilidad del mismo.

RECOMENDACIONES

De toda la información y documentación recabada se recomienda la profunda y dinámica investigación del mercado que permitan el desarrollo de nuevos hitos de un crecimiento sustentable de la empresa, como otro punto de recomendación sería desarrollar alertas de preferencias del consumidor de manera fluida ya que esto nos permitiría conocer nuevos competidores en el mercado que puedan ser visualizados como amenazas directas.

Otro punto de recomendación y de vital importancia es conocer y discernir la información proporcionada por los proveedores ya que este flujo procesal dentro de la empresa permitirá la mejor optimización de recursos técnicos para que de mejor rentabilidad a los ingresos de la empresa, así como el precio unitario de los productos comercializados.

En el proceso de la comercialización de productos es el más importante de la relación contractual, se tiene la obligación de capacitar al personal para que ocupen dichos cargos con eficiencia y optimización de resultados y así poder palpar un real incremento en ventas e ingresos de la empresa, de igual manera los asesores comerciales juegan un papel fundamental ya que de su interacción se ofrecerá un mejor servicio, siendo capaces de resolver vicisitudes con los clientes en el instante de realizar la compra.

Como recomendación de mi autoría tengo a bien en manifestar que para mayor comercialización y un abusivo incremento en el mercado se requiere la cooperación económica en primera instancia de los socios de ser el caso, en segundo lugar, la cooperación de terceras personas con capacidad financiera para así incrementar productos en nuestros catálogos poder ofertar y así poder aumentar la cantidad de trabajadores para que realicen las actividades dentro de la empresa y que exista mayor utilidad.

Por último, se recomienda la elaboración de los planes de contingencia de la empresa debido a los últimos acontecimientos que se han suscitado en el mercado a nivel nacional y mundial se ha demostrado que las empresas que cuentan con los planes de contingencia y su correcta implementación no han sufrido consecuencias irreversibles como despidos masivos de trabajadores y posible cierre de estas.

BIBLIOGRAFIA

- BANCO CENTRAL DEL ECUADOR. (2021). *Sector Salud Ecuador y Covid - 19*. Quito.
- DIRECTORIO MÉDICO DE QUITO. (17 de noviembre de 2021). *CLÍNICAS Y HOSPITALES EN QUITO*. Obtenido de <http://www.directoriomedicoquito.com/clinicas-quito.htm>
- GESTIÓN DIGITAL. (2021). Tendencias ecológicas. *GESTIÓN*, 14-18.
- Hernández, A., & Hernández, J. (2019). *Metología de la Investigación*. Buenos Aires: ARIEL EDITORES.
- Malhotra, N. (2018). *Investigación de Mercados*. Pearson Educación.
- Porter, M. (1979). *5 Fuerzas de Porter*. Boston: Escuela de Negocios Harvard.
- Ramírez, R. &. (2018). *Organización de Empresas*. Madrid: PC WORD.
- Revista Primicias. (2022). Situación Económica y Política del Ecuador. *Primicias*, 10 - 15.
- Municipio de Quito. (2022). *PAM.QUITO*. Recuperado el 12 de junio de 2022, de Portal de Servicios Municipales: <https://pam.quito.gob.ec/PAM/Inicio.aspx>
- Portal Único de Tramites Ciudadanos. (2021). *Portal Único de Tramites Ciudadanos*. Recuperado el 10 de junio de 2022, de Inscripción en el Registro de Actividades Económicas Tributarias (RAET) en el Distrito Metropolitano de Quito: <https://www.gob.ec/gaddmq/tramites/inscripcion-registro-actividades-economicas-tributarias-raet-distrito-metropolitano-quito>
- Portal Único de Tramites ciudadanos. (enero de 2022). *Portal Único de Tramites ciudadanos*. Recuperado el 04 de Junio de 2022, de [gob.ec: https://www.gob.ec/scvs/tramites/constitucion-sociedades-acciones-simplificadas](https://www.gob.ec/scvs/tramites/constitucion-sociedades-acciones-simplificadas)
- Porter, M. (2016). *Las cinco fuerzas de Porter: Cómo distanciarse de la competencia con éxito*. 50minutos.Es.
- Ministerio del trabajo. (2020). *Ministerio del trabajo*. Recuperado el junio de 09 de 2022, de Seguridad y salud en el trabajo: <https://www.trabajo.gob.ec/seguridad-y-salud-en-el-trabajo/>
- Municipio de Quito. (2022). *PAM.QUITO*. Recuperado el 12 de junio de 2022, de Portal de Servicios Municipales: <https://pam.quito.gob.ec/PAM/Inicio.aspx>
- Portal Único de Tramites Ciudadanos. (2021). *Portal Único de Tramites Ciudadanos*. Recuperado el 10 de junio de 2022, de Inscripción en el Registro de Actividades Económicas Tributarias (RAET) en el Distrito Metropolitano de Quito:

<https://www.gob.ec/gaddmq/tramites/inscripcion-registro-actividades-economicas-tributarias-raet-distrito-metropolitano-quito>

Portal Unico de Tramites ciudadanos. (enero de 2022). Portal Unico de Tramites ciudadanos. Recuperado el 04 de junio de 2022, de gob.ec:

<https://www.gob.ec/scvs/tramites/constitucion-sociedades-acciones-simplificadas>

Porter, M. (2016). Las cinco fuerzas de Porter: Cómo distanciarse de la competencia con éxito. 50minutos.Es.

Servicio de Rentas Internas. (2022). Servicio de Rentas Internas. Recuperado el 08 de junio de 2022, de SRI en línea.: <https://srienlinea.sri.gob.ec/sri-en-linea/inicio/NAT>

Superintendencias de compañías, valores y seguros. (18 de agosto de 2021).

Superintendencias de compañías, valores y seguros. Recuperado el 04 de junio de 2022, de Constitución electrónica SAS:

https://appscvsmovil.supercias.gob.ec/guiasUsuarios/images/guias/societario/cons_ces/sas/CONSTITUCION_ELECTRONICA_SAS.pdf

Palacio-Fierro A, Mantilla-Garcés D, P Arévalo-Chávez, Grado de utilización de los elementos integrantes de la planeación estratégica en las PYMES de Quito: *CienciAmérica* 6 (2), 17-24

ANEXOS

FORMATO DE ENCUESTA.

ENCUESTA PARA PLAN DE NEGOCIOS PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE INSUMOS MÉDICOS EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO

La presente encuesta tiene como finalidad busca recolectar información sobre las preferencias de los consumidores a la hora de adquirir insumos médicos en concreto sobre batas descartables, depresores de lengua, hisopos y fundas esterilizadoras.

Se solicita que responda cada pregunta de acuerdo con el contexto que le rodea.

1. Especificar el lugar en el que labora:

- a. Hospital
- b. Clínica
- c. Consultorio
- d. Otro, especifique

2. ¿Usted cuenta con un proveedor permanente de insumos médicos?

- Si
- No

3. Si su respuesta es si, ¿le interesaría tener otro proveedor de insumos médicos?

- Si
- No
- Tal vez

Nota: si su respuesta es no, termine la encuesta

4. ¿Qué aspecto principal debería tener un proveedor de insumos médicos para su negocio?

Entrega a tiempo Promociones Precios flexibles

Crédito Disponibilidad de stock

Otros (especifique) _____

5. ¿Usted adquiere alguno de estos insumos: batas descartables, depresor de lenguas, hisopos, fundas descartables?

Si

No

Nota: si es no, termine la encuesta

6. ¿Con qué frecuencia adquiere los siguientes insumos médicos?

Batas descartables

Semanal Mensual Bimensual

Trimestral Semestral Anual

Depresor de lenguas

Semanal Mensual Bimensual

Trimestral Semestral Anual

Hisopos

Semanal Mensual Bimensual

Trimestral Semestral Anual

Fundas esterilizadoras

Semanal Mensual Bimensual

Trimestral

Semestral

Anual

7. ¿Qué valor aproximado invierte cada mes en la compra del conjunto de insumos batas descartables, depresor de lenguas, hisopos, fundas esterilizadoras?

Batas descartables

Menos de 100 USD

Entre 101 a 500 USD

Entre 501 a 1000 USD

Entre 1001 a 1500 USD

Más de 1501 USD

Depresor de lenguas

Menos de 100 USD

Entre 101 a 500 USD

Entre 501 a 1000 USD

Entre 1001 a 1500 USD

Más de 1501 USD

Hisopos

Menos de 100 USD

Entre 101 a 500 USD

Entre 501 a 1000 USD

Entre 1001 a 1500 USD

Más de 1501 USD

Fundas esterilizadoras

Menos de 100 USD

Entre 101 a 500 USD

Entre 501 a 1000 USD

Entre 1001 a 1500 USD

Más de 1501 USD

8. ¿Conoce los beneficios del material biodegradable?

Si

No

9. ¿Estaría dispuesto a adquirir insumos médicos elaborados con material biodegradable?

Si

No

Tal vez

10. ¿Cuál de los siguientes aspectos cree usted que influye a mayor medida al momento de adquirir insumos médicos biodegradables? Señale dos aspectos más relevantes:

Calidad

Proximidad

Precio

Marcas del producto

Variedad de productos

11. ¿Cuál de los siguientes precios estaría dispuesto a pagar por la unidad de bata descartable?
- a. 1.50
 - b. 1.25
 - c. 1.75
12. ¿Cuál de los siguientes precios estaría dispuesto a pagar por el paquete de 500 unidades de depresor de lenguas?
- a. 1.00
 - b. 0.59
 - c. 0.75
13. ¿Cuál de los siguientes precios estaría dispuesto a pagar por la unidad de fundas esterilizadoras?
- a. 1.00
 - b. 0.59
 - c. 0.75
14. ¿Cuál de los siguientes precios estaría dispuesto a pagar por la unidad de hisopos?
- a. 1.00
 - b. 0.59
 - c. 0.75
15. Al momento de realizar la compra de estos productos usted prefiere:

Locales fijos.

Tiendas virtuales

Proveedor que entrega en su lugar de trabajo