



# **ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**

**FACULTAD DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS  
ESCUELA DE FINANZAS Y COMERCIO EXTERIOR  
CARRERA: INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR**

## **TRABAJO DE TITULACIÓN**

**TIPO: PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

Previo a la obtención del título de:

**INGENIERA EN COMERCIO EXTERIOR**

### **TEMA:**

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPORTACIÓN Y  
COMERCIALIZACIÓN DE EQUIPOS E INSUMOS MÉDICOS PARA LA  
EMPRESA LOOR MOLINA DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, PERIODO 2018.

### **AUTORA:**

LEONOR DEL CONSUELO MALDONADO PINZÓN

**RIOBAMBA – ECUADOR**

**2019**

## **CERTIFICACIÓN DE TRIBUNAL**

Certificamos que el presente trabajo de titulación, ha sido desarrollado por la señorita Leonor Maldonado, quien ha cumplido con las normas de investigación científica y una vez analizado su contenido, se autoriza la presentación.

---

Ing. Juan Carlos Alarcón Gavilanes

**DIRECTOR**

---

Ing. María Elena Espín Oleas

**MIEMBRO**

## **DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD**

Yo, Leonor Maldonado declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y que los resultados del mismo son auténticos y originales. Los textos constantes en el documento que proviene de otra fuente están debidamente citados y referenciados.

Como autora asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos del trabajo de titulación.

Riobamba, 16 Enero de 2019

---

Leonor del Consuelo Maldonado Pinzón

CC. 1104468531

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a los docentes de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, de la Facultad de Administración de Empresas y especialmente de la carrera de Ingeniería en Comercio Exterior, por haber compartido sus conocimientos y experiencias, que al día de hoy, me han servido para la realización de mi trabajo de titulación y a mis compañeras: Elizabeth Guerra por su apoyo en este deseo compartido de inicio a fin así también a Jimena Tonato por ser quien encaminó este sueño ya que con su ayuda pude llegar a feliz término, mi gratitud eterna a todos .

Leonor del Consuelo Maldonado Pinzón

## **DEDICATORIA**

A María Emilia, el compendio de mi vida.

Leonor del Consuelo Maldonado Pinzón

## ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	i
CERTIFICACIÓN DE TRIBUNAL .....	ii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD .....	iii
AGRADECIMIENTO .....	iv
DEDICATORIA .....	v
ÍNDICE GENERAL .....	vi
ÍNDICE DE TABLAS .....	xi
ÍNDICE DE FIGURAS .....	xiii
ÍNDICE DE ANEXOS .....	xiv
RESUMEN .....	xv
ABSTRACT.....	xvi
INTRODUCCIÓN.....	xvii
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA.....	1
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	1
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	2
1.3. DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA.....	2
1.4. JUSTIFICACIÓN .....	3
1.5. OBJETIVOS .....	4
1.5.1. Objetivo general .....	4
1.5.2. Objetivos específicos .....	4
CAPÍTULO II: FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	5
2. MARCO TEÓRICO .....	5
2.1. Antecedentes investigativos.....	5
2.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA .....	6
2.2.1. El comercio internacional .....	6
2.2.1.1. Importancia del comercio internacional .....	7

2.2.1.2.	Exportación.....	7
2.2.1.2.1.	Ventajas de las exportaciones .....	8
2.2.1.2.2.	Enfoques de las exportaciones .....	9
2.2.1.3.	Importación.....	10
2.2.1.3.1.	Ventajas de las importaciones.....	11
2.2.1.3.2.	Régimen de importación .....	11
2.2.1.3.3.	Registro de importador .....	12
2.2.1.3.4.	Tributos que afectan a un producto importado .....	13
2.2.2.	Comercialización.....	14
2.2.2.1.	Canales de comercialización .....	15
2.2.3.	Productos e insumos médicos .....	15
2.2.3.1.	Productos médicos.....	16
2.2.3.2.	Insumos médicos .....	16
2.2.4.	Proyecto de factibilidad.....	17
2.2.4.1.	Estudio de mercado .....	17
2.2.4.2.	Estudio técnico .....	18
2.2.4.2.1.	Tamaño .....	18
2.2.4.2.2.	Localización.....	19
2.2.4.3.	Estudio administrativo - legal.....	19
2.2.4.3.1.	Misión .....	20
2.2.4.3.2.	Visión.....	20
2.2.4.3.3.	Estructura orgánica .....	20
2.2.4.4.	Estudio financiero.....	21
2.2.4.5.	Evaluación financiera .....	21
2.2.4.6.	Importancia de un proyecto de factibilidad para la importación y comercialización .....	22
2.3.	IDEA A DEFENDER .....	22

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO.....	23
3.1. MODALIDAD.....	23
3.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	23
3.3. MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS.....	23
3.3.1. Métodos.....	23
3.3.2. Técnicas e instrumentos de investigación.....	23
3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA.....	24
3.4.1. Población.....	24
3.5. Muestra.....	24
3.6. Resultado de las encuestas.....	24
3.7. Resultado de las fichas de observación.....	36
3.8. Verificación de la idea a defender.....	37
CAPÍTULO IV: MARCO PROPOSITIVO.....	38
PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE EQUIPOS E INSUMOS MÉDICOS PARA LA EMPRESA LOOR MOLINA DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, PERIODO 2018.	38
4.1. ANÁLISIS DEL ENTORNO.....	38
4.1.1. Análisis externo.....	38
4.1.1.1. Factores económicos.....	38
4.1.1.1.1. Producto interno bruto.....	39
4.1.1.1.2. Inflación.....	39
4.1.1.1.3. Impuestos.....	40
4.1.1.1.4. Tasas de interés.....	41
4.1.1.2. Factores sociales.....	41
4.1.1.2.1. Densidad poblacional de Guayaquil.....	41
4.1.1.2.2. Desempleo.....	43
4.1.1.3. Factores tecnológicos.....	43
4.1.1.3.1. Acceso a la telefonía.....	44

4.1.1.3.2.	Acceso a internet.....	44
4.1.1.4.	Factores ambientales .....	44
4.1.1.4.1.	Alcantarillado.....	44
4.1.1.4.2.	Manejo de residuos solidos.....	45
4.1.2.	Análisis interno .....	45
4.1.3.	FODA.....	47
4.2.	ESTUDIO DE MERCADO .....	48
4.2.1.	Productos a importar .....	48
4.2.1.1.	Descripción de los productos a importar .....	49
4.2.1.1.1.	Jeringuillas .....	49
4.2.1.1.2.	Mascarillas .....	49
4.2.1.1.3.	Guantes quirúrgicos .....	50
4.2.1.1.4.	Equipo de venoclisis .....	51
4.2.2.	Proveedores .....	52
4.2.3.	Comercialización.....	58
4.3.	ESTUDIO TÉCNICO .....	59
4.3.1.	Localización .....	59
4.3.2.	Tamaño.....	60
4.3.3.	Proceso de importación .....	61
4.3.4.	Requisitos y documentos para importar.....	61
4.3.4.1.	Registro único de contribuyente.....	61
4.3.4.2.	Certificado digital para firma electrónica.....	61
4.3.4.2.1.	Pasos para obtener el certificado digital para firma electrónica: BCE .....	62
4.3.4.2.2.	Pasos para obtener el certificado digital para firma electrónica: Security Data .....	64
4.3.4.3.	Registro en el ECUAPASS .....	66
4.3.4.4.	Aranceles a pagar .....	66

4.3.4.5.	Declaración aduanera de importación .....	67
4.4.	ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL.....	69
4.4.1.	Diseño de la misión.....	70
4.4.2.	Diseño de la visión.....	70
4.4.3.	Estructura orgánica.....	71
4.5.	ESTUDIO FINANCIERO .....	71
4.5.1.	Costo de los productos importados en términos FOB y CIF .....	71
4.5.2.	Impacto de los aranceles en el costo final .....	73
4.5.3.	Cálculo del beneficio de la importación.....	74
4.5.4.	Impacto de la importación y comercialización .....	76
4.5.5.	Análisis de rentabilidad.....	79
	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	81
	CONCLUSIONES .....	81
	RECOMENDACIONES.....	82
	Bibliografía .....	83
	Anexos .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Tipos de exportadores.....	8
Tabla 2: Enfoques de las exportaciones.....	9
Tabla 3: Tipos de importadores .....	10
Tabla 4: Regímenes de importación .....	12
Tabla 5: Tributos de importación.....	14
Tabla 6: Tipos de canales de distribución.....	15
Tabla 7: Conocimiento de la empresa.....	24
Tabla 8: Adquisición de productos de la empresa .....	25
Tabla 9: Insumos médicos más requeridos .....	26
Tabla 10: Frecuencia insumos médicos más requeridos.....	27
Tabla 11: Equipo médico más requerido .....	28
Tabla 12: Frecuencia del equipo médico más requerido .....	29
Tabla 13: Medio de adquisición de productos o insumos médicos .....	30
Tabla 14: Conocimiento de país de origen .....	31
Tabla 15: País de origen.....	32
Tabla 16: Factores de compra equipos médicos .....	33
Tabla 17: Factores de compra insumos médicos .....	34
Tabla 18: Servicio postventa.....	35
Tabla 19: Resultado de las fichas de observación .....	36
Tabla 20: Tasas activas referenciales.....	41
Tabla 21: Densidad poblacional de los Cantones de la Provincia de Guayas .....	42
Tabla 22: Alcantarillado en Guayaquil comparativo con otras parroquias .....	45
Tabla 23: Análisis internos de la empresa Loor Molina.....	46
Tabla 24: FODA .....	47
Tabla 25: Insumos y equipos médicos a importar .....	48
Tabla 26: Tributos jeringuillas.....	49
Tabla 27: Tributos mascarillas.....	50
Tabla 28: Tributos guantes quirúrgicos .....	50
Tabla 29: Equipo de venoclisis .....	51
Tabla 30: Proveedores .....	52
Tabla 31: Proveedores elegidos .....	56
Tabla 32: Ventas .....	60

Tabla 33: Tarifas .....	64
Tabla 34: Tarifas: Security Data .....	65
Tabla 35: Tipos de aforo .....	69
Tabla 36: Costo FOB y CIF .....	72
Tabla 37: Impacto de los aranceles en el costo final .....	73
Tabla 38: Cálculo del beneficio de la importación .....	74
Tabla 39: Proyección de beneficios – proveedor actual .....	77
Tabla 40: Proyección de beneficios – Productos importados .....	78

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Pasos para obtener el registro de importador .....	13
Figura 2: Fines de los productos o dispositivos médicos.....	16
Figura 3: Conocimiento de la empresa .....	25
Figura 4: Adquisición de productos de la empresa.....	26
Figura 5: Insumos médicos más requeridos.....	27
Figura 6: Frecuencia insumos médicos más requeridos .....	28
Figura 7: Equipo médico más requerido.....	29
Figura 8: Frecuencia del equipo médico más requerido .....	30
Figura 9: Medio de adquisición de productos o insumos médicos .....	31
Figura 10: Conocimiento de país de origen .....	32
Figura 11: País de origen .....	33
Figura 12: Factores de compra equipos médicos.....	34
Figura 13: Factores de compra insumos médicos .....	35
Figura 14: Servicio postventa .....	36
Figura 15: Variación del PIB .....	39
Figura 16: Inflación .....	40
Figura 17: Desempleo.....	43
Figura 18: Canal de distribución.....	58
Figura 19: Macrolocalización .....	59
Figura 20: Microlocalización.....	59
Figura 21: Procesos de importación.....	68
Figura 22: Organigrama.....	71
Figura 23: Beneficio por producto.....	75
Figura 24: Variación entre las utilidades .....	79

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Nomenclatura arancelaria común de la comunidad andina (NANDINA) .....	¡Error! Marcador no definido.
Anexo 2 Términos de comercio internacionales INCOTERMS;¡Error! Marcador no definido.	
Anexo 3 Formato de encuesta.....	¡Error! Marcador no definido.
Anexo 4 Formato ficha de observación .....	¡Error! Marcador no definido.
Anexo 5 Ficha de observación 1 .....	¡Error! Marcador no definido.
Anexo 6 Ficha de observación 2 .....	¡Error! Marcador no definido.
Anexo 7 Ficha de observación 3 .....	¡Error! Marcador no definido.
Anexo 8 Ficha de observación 4 .....	¡Error! Marcador no definido.
Anexo 9 Productos y servicios: BCE.....	¡Error! Marcador no definido.
Anexo 10 Solicitud de certificado .....	¡Error! Marcador no definido.
Anexo 11 Ingreso a formulario de solicitud .....	¡Error! Marcador no definido.
Anexo 12 Formulario .....	¡Error! Marcador no definido.
Anexo 13 Formulario Security Data .....	¡Error! Marcador no definido.
Anexo 14 Portal de Ecuapass.....	¡Error! Marcador no definido.
Anexo 15 Contrato de prestación de servicios entre la entidad de certificación de información y el suscriptor del certificado digital de firma electrónica de persona jurídica .....	¡Error! Marcador no definido.
Anexo 16 Agentes afianzados de aduana en el Ecuador	¡Error! Marcador no definido.

## RESUMEN

El presente trabajo de titulación es un “Proyecto de factibilidad para la importación y comercialización de equipos e insumos médicos para la Empresa Loor Molina de la ciudad de Guayaquil, periodo 2018”, su objetivo es determinar la viabilidad de importación de equipos e insumos médicos, considerando que actualmente la empresa adquiere productos de distribuidoras e importadoras, las cuales aumentan el precio de los productos. El diseño de la investigación es mixto, cualitativo al analizar preferencias del mercado en relación tanto a gustos como preferencias y cuantitativa al considerar financieramente como las importaciones de insumos médicos afectaran a los estados financieros de la empresa es sus utilidades y flujo de efectivo, se realizaron encuestas identificando que existen 4 productos específicos requeridos por las clínicas y hospitales de la ciudad de Guayaquil y son las jeringuillas, mascarillas, algodón y guantes quirúrgicos, y en cuanto a equipos médicos son tensiómetros, termómetros y equipo de venoclisis. Se realizó un estudio de mercado identificando los proveedores de los productos, un estudio técnico que mostró la factibilidad de importación, un estudio administrativo en el cual se diseñaron la misión, visión y estructura orgánica y por último un estudio financiero en cual se determina que las importaciones beneficiaran con \$ 41.444,44 trimestrales. Ambos indicadores de rentabilidad consideran solo las ventas y la utilidad, dejando aparte los costos de operación con el fin de tener una idea clara del aporte de los productos, como se observa la utilidad después de importar es de 97,97%, frente a 94,45% sin tomar en cuenta la actividad importadora, es así que la rentabilidad de la empresa aumenta 3,73% trimestralmente. Por lo que se puede concluir que el proyecto es viable y se recomienda su aplicación.

**Palabras Claves:** <CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS>  
<PROYECTO DE FACTIBILIDAD> <EQUIPOS MÉDICOS> <INSUMOS MÉDICOS> <IMPORTACIÓN> <LOGÍSTICA> <INCOTERMS>

---

Ing. Juan Carlos Alarcón Gavilanes  
**DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

## **ABSTRACT**

The present degree work is a "feasibility project for the import and commercialization of equipment and medical supplies for the Loor Molina Company of the city of Guayaquil, 2018", its objective is to determine the viability of importing medical equipment and supplies, considering that currently the company purchases products from distributors and importers, which increase the price of the products. The research design is mixed, qualitative when analyzing market preferences in relation to tastes as well as preferences and quantitative when considering financially how imports of medical supplies will affect the company's financial statements is its profits and cash flow, were made Surveys identifying that there are 4 specific products required by the clinics and hospitals in the city of Guayaquil and are syringes, masks, cotton and surgical gloves, and in terms of medical equipment are tensiometers, thermometers and venoclysis equipment, a study of market identified the suppliers of the products, a technical study that showed the feasibility of importation, an administrative study in which the mission, vision and organizational structure were designed and finally a financial study in which is determined to them tions will benefit with quarterly \$ 41,444.44. Both profitability indicators consider only sales and profits, leaving aside the operating costs in order to have a clear idea of the contribution of the products, as the utility after importing is 97.97%, compared to 94 , 45% without taking into account the imported activity, so that the company's profitability increases 3.73% quarterly. So it can be concluded that the project is viable and its application is recommended.

Keywords: <ECONOMIC AND ADMINISTRATIVE SCIENCES> <FEASIBILITY PROJECT> <MEDICAL EQUIPMENT> <MEDICAL SUPPLIES> <IMPORTATION> <LOGISTICS> <INCOTERMS>

## INTRODUCCIÓN

En el mercado global existen varias empresas que se dedican a la producción de equipos e insumos médicos, los cuales son importados por países como el Ecuador, donde no existe la producción de los mismos, La empresa Loor Molina al momento tiene la dificultad de no poder adquirir nuevos productos a precios más convenientes pues desconoce los trámites y costos de importación.

El trabajo de titulación está conformado por cuatro capítulos, el primero inicia por el problema investigativo, en el cual se plantea, justifica y diseñan los objetivos del trabajo.

El segundo capítulo es el marco teórico en el cual se analizan investigaciones similares que permitan tener una idea clara del tema y se analiza el comercio internacional, su importancia y composición tanto de exportaciones, como importaciones, en cuanto a los productos e insumos médicos se los describe y diferencia y por último se teoriza al proyecto de factibilidad y los estudios que lo componen, como el de mercado, técnico, administrativo y financiero.

El tercer capítulo muestra la metodología utilizada que es de tipo bibliográfico – documental, al analizar planificaciones, reglamentos, leyes y procedimientos de importación y de campo al analizar la demanda de los productos, en la investigación se aplican los métodos deductivo dado que mediante al realizar los varios estudios se realizaran conclusiones generales e inductivo, al examinar variables externas a la empresa e identificar su impacto específico en la misma.

El cuarto capítulo es el marco propositivo, el cual inicia por un análisis del entorno, en el cual se determinan las oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades, seguido el estudio de mercado en el cual se identifica el país desde donde importar son sus respectivos proveedores, en el estudio técnico, además de la localización y tamaño de la empresa se muestran los procesos de importación, en el estudio administrativo se diseñan la misión, visión y estructura orgánica y por último un estudio financiero donde se determina los beneficios de las importaciones y su impacto en las utilidades de la empresa.

## **CAPÍTULO I: EL PROBLEMA**

### **1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

En el mercado global existen varias empresas que se dedican a la producción de equipos e insumos médicos, los cuales son importados por países como el Ecuador, donde no existe la producción de los mismos, además de que su demanda es elevada, y aunque actualmente ya existen empresas que producen algunos productos, la alta gama de necesidades obliga a importar muchos insumos y equipos principalmente.

Según el Banco Central del Ecuador (2018) “Ecuador importó en el año 2015, \$320,2 millones de dólares en la categoría Insumos y Equipos Médicos. Esta cifra fue superior en 2,3% en relación al período 2014 donde las importaciones totalizaron \$313 millones de dólares” y la tendencia es positiva para los siguientes años, dado que una de las mayores necesidades en el área de la salud, es que existan insumos médicos y equipos para satisfacer la demanda.

De igual manera se debe considerar que el principal abastecedor del sector de insumos y equipos médicos es Estados Unidos, que a pesar de haber reducido sus envíos en el año 2015 en un 12% con relación al año 2014, se sigue manteniendo en el liderato de las exportaciones, Banco Central del Ecuador (2018). Por lo que es necesario realizar una investigación de mercado dentro del proyecto de factibilidad para determinar el mejor proveedor.

La empresa Loor Molina se dedica a la venta de equipos, insumos médicos y material quirúrgico farmacéutico, se ubica en la ciudad de Guayaquil y adquiere mucho de su inventario de productos descartables para apoyo a los diferentes procedimientos médicos, de laboratorio, vestimenta medica estéril, kits de análisis de muestras, jeringuillas, mascarillas laríngeas, algodón hidrófilo, guantes quirúrgicos y de exploración, equipos médicos, tensiómetros, termómetros, equipo de venoclisis, por nombrar a los más principales de las empresas importadoras y distribuidoras, las cuales ya encarecen el producto al venderlo ya con un margen de ganancia, además de que la empresa tiene amplia demanda de equipos que no puede satisfacer, dado la especificidad de los mismos, por lo que a través de la importación se podrá resolver este problema.

La situación actual de la empresa al momento es estable, pero por la dificultad de adquirir nuevos productos o a precios más convenientes no existen miran a un crecimiento sostenible tanto comercial como económico, de igual manera existe desconocimiento de los tramites y costos de importación, por lo que se le dificulta el acceso a una gran cantidad de productos que se ofertan en los mercados internacionales.

Entre los principales productos que la empresa requiere importar dado su demanda o porque existen costos más accesibles que los proporcionados por los importadores esta: tensiómetros, termómetros digitales, estetoscopios y principalmente kits de análisis de muestras.

En cuanto al financiamiento para el proyecto la empresa ha dispuesto un rubro tanto para la realización del estudio, como para la adquisición de nuevos productos, a través de reducir la compra a las importadoras y realizar la importación la empresa mismo.

## **1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿Cómo incide un proyecto de factibilidad en la importación y comercialización de insumos y productos médicos en la empresa Loor Molina de la ciudad de Guayaquil, periodo 2018?

## **1.3. DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA**

Delimitación espacial: Provincia del Guayas - Guayaquil - Guasmo Central Coop.  
“Los Últimos seremos los Primeros” Mz. E \*Solar 43\*.

Empresa Loor Molina

Delimitación temporal: Período 2018

#### **1.4. JUSTIFICACIÓN**

Un proyecto de factibilidad para la importación es importante para la empresa pues permitirá conocer todos los procesos que se deben cumplir además de la documentación que se requiere para poder realizar la importación de los insumos y equipos médicos.

La investigación es relevante pues mediante la realización y aplicación de la misma, se reducirán los costos de varios productos e insumos, lo que favorecerá tanto a la empresa, al permitirle obtener mayores márgenes de ganancia, como a sus clientes al reducir los precios de varios productos, y al ser su principal acreedor y mercado objetivo el Ministerio de Salud Pública a nivel nacional se facilitarán los procesos que se llevan con el SERCOP mediante Subasta Inversa Electrónica o procesos de Menor Cuantía dinamizando este procedimiento para el posicionamiento de los productos, distribución y adquisición en el mercado potencial a la empresa privada de prestación de servicios de salud y manejo de dichos insumos y equipos con ínfimas cuantías ,ya que los importadores poseen márgenes de ganancia de entre el 8% y 21%, considerando que los equipos médicos tienen costos altos y que generalmente son productos específicos, además de la existencia de una oferta que es limitada.

El proyecto de factibilidad para la importación es necesario, considerando que es una herramienta de gestión que permite analizar si los costos de documentación y transporte en relación a la cantidad de insumos y equipos que se van a importar, traen beneficios para la empresa o por otro lado la cantidad importada no es suficiente para que exista un beneficio adecuado.

La investigación es factible dado que la empresa facilitara la información tanto interna como de los proveedores, con lo que se facilitarán los análisis sobre los países desde los cuales se podrá importar.

## **1.5. OBJETIVOS**

### **1.5.1. Objetivo general**

Elaborar un proyecto de factibilidad para la importación y comercialización de equipos e insumos médicos para la Empresa Loor Molina de la Ciudad de Guayaquil, periodo 2018

### **1.5.2. Objetivos específicos**

- Realizar un análisis interno y externo de la empresa Loor Molina.
- Analizar el mercado internacional para conocer desde que países se puede importar los insumos y equipos médicos.
- Diseñar un proyecto de factibilidad para la importación, comercialización, procesos y documentos de acompañamiento de insumos y equipos médicos.

## **CAPÍTULO II: FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

### **2. MARCO TEÓRICO**

#### **2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS**

Se han buscado investigaciones similares, que permitan observar sus resultados y hallazgos, mismos que serían de base para la realización de los estudios del proyecto de factibilidad.

Según (Almeida & Paredes, 2013) en su tesis “Proyecto de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la importación y comercialización de insumos médicos como llave de 3 vías, jeringuillas y espátulas para farmacias y laboratorios en el distrito metropolitano de Quito provincia de Pichincha” indican que su idea viene justificada por las escasas empresas que fabriquen insumos médicos en el país, entre los resultados obtenidos a través de encuestas, han identificado que los productos de origen chino tienen un alto grado de aceptación y en los demás estudios del proyecto han determinado su factibilidad, principalmente en los indicadores de rentabilidad, tasa de retorno y valor actual neto. Una de las oportunidades acotadas por los autores es que los productos a importar no poseen restricciones, no son perecibles y tienen alta rotación.

Uno de los hallazgos de la investigación anterior es que escasamente existen empresas que produzcan insumos y equipos médicos, por lo que las importaciones son necesarias para este mercado específico, es importante además determinar dentro del área de Guayaquil, la preferencia en cuanto a los proveedores, dado que en el cantón Quito se determinó a China como el proveedor con mayor aceptación.

En la investigación de (Morales & Páliz, 2011) titulada “Diseño de un modelo de negocio para la importación y comercialización de insumos médicos y alimentos especiales para personas con diabetes” se hace hincapié de cubrir el segmento de mercado de las personas que sufren de diabetes, mismo que tiene una tendencia creciente, en su investigación se analiza aspectos teóricos y estadísticos acerca del mercado potencial en cuanto a la oferta y demanda, se identifican además los requisitos legales y de importación, por último se determinó una tasa interna de retorno del 61.63% y un VAN de \$ 68.539,16, ambos indicadores muestran factibilidad para el nuevo modelo de negocios a emprender.

El modelo de negocio expuesto por los autores está dirigido para un segmento específico, para el cual la empresa “Loor Molina” también oferta productos, aspecto que se considerará en el estudio de mercado y como una de las amenazas que podrían impactar en el desarrollo del tema.

En la tesis de (Ortíz, 2006) “La gestión contable y tributaria de las importaciones de equipos e insumos médicos: Empresa Loupit S.A.” se examinan y trazan estrategias de orden contable y tributario dentro del sector importador, cuyo fin es establecer las causas que tienen repercusiones negativas en la rentabilidad de las empresas, en el caso de estudio se identificó la necesidad de reformar los procedimientos administrativos, específicamente en lo que se refiere a la desaduanización, pues en este aspecto donde existe incumplimiento, lo que genera retrasos que desembocan en costos por almacenamiento, con relación directa en las utilidades y rentabilidad.

Como se muestra el principal hallazgo de la tesis, es una mala gestión dentro del área de importación, es así que dentro de la actual investigación se pondrá énfasis en el correcto desarrollo de los procesos de importación.

## **2.2.FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

### **2.2.1. El comercio internacional**

El comercio internacional hace referencia a todas las “transacciones comerciales, incluyendo ventas, inversiones y transporte que tiene lugar entre dos o más países” (Daniels, Radebaugh, & Sullivan, 2013, pág. 51), según la teoría neoclásica, el mismo se explica mediante la ventaja comparativa, por lo tanto cada país produce productos que posean dicha ventaja, al tiempo que serán intercambiados por otros, obteniendo beneficios de sus diferencias (Steinberg, 2004)

El comercio internacional es uno de los efectos de la globalización, fenómeno mundial que ha permitido que muchas fronteras se habrán y beneficien a los consumidores de varios países a través de obtener una mayor variedad, mejor calidad y diferenciación de precios.

### **2.2.1.1. Importancia del comercio internacional**

Para (Carbaugh, 2014) el comercio internacional es relevante pues el mismo da la pauta para que las naciones se puedan especializar en aquello que hacen bien, con lo cual obtendrán un mayor grado competitivo, lo que resultará en mayores ventas y utilidades.

El comercio internacional considerado como las importaciones y exportaciones, posee una gran importancia para la economía de un país, desde el aspecto monetario hasta el aumento de la productividad inducido por el mismo, es así que es necesario que el comercio internacional entre países sea promovido por prácticas orientadas a obtener ventajas recíprocas a través de tratados beneficiosos para las economías negociantes. (Eun & Resnick, 2017)

Se debe considerar de igual manera la solución multinacional de problemas, la misma que se refiere a la coordinación de actividades con un fin de común en cuanto a electricidad, transporte y demás aspectos de interés para las partes interesadas, poniendo énfasis en problemas ambientales. (Steinberg, 2004)

El comercio internacional es importante pues al aprovecharlo se puede aumentar las ventas, principalmente al “reducir la dependencia del mercado interno y estabilizar las fluctuaciones estacionales.” (Daniels, Radebaugh, & Sullivan, 2013, pág. 483)

El comercio internacional es importante, pues proporciona a los mercados locales productos, evitando la escasez, de igual manera permite a los países aprovechar sus ventajas en cuanto a posición geográfica, tecnología y otros recursos, disminuyendo sus costos y promoviendo la competitividad, otra de las más importantes ventajas, es que produce la especialización en productos determinados, con lo cual reducen sus costos y aumenta la calidad de los mismos.

### **2.2.1.2. Exportación**

“La exportación es el acto jurídico mediante el cual mercancías nacionales o nacionalizadas abandonan el territorio aduanero con destino a otro territorio aduanero, a título definitivo” (Asuaje, 2012, pág. 27), según Daniels, Radebaugh, & Sullivan (2013)

“Las exportaciones son la venta de bienes o servicios producidos por una empresa con

sede en un país a clientes que residen en otro.” (pág. 484). Las exportaciones la realizan los exportadores y en la práctica existen 3 tipos:

**Tabla 1: Tipos de exportadores**

Exportadores ocasionales	Este tipo de empresa ha surtido pedidos no solicitados a compradores extranjeros, pero investiga pasivamente, si acaso lo hace, las opciones de comercio internacional
Exportadores regulares	Este tipo de empresa persigue agresivamente las ventas de exportación y tiene una amplia experiencia con sus aspectos prácticos, complejidades y tecnicismos. Ve la exportación como una actividad productiva, rentable y estratégica
No Exportadores	Este tipo de empresa tiene poco o ningún conocimiento acerca de la exportación. A menudo no profesa ninguna intención, presente ni a futuro, de participar en el comercio internacional.

Fuente: (Daniels, Radebaugh, & Sullivan, 2013)

En la práctica los exportadores son ocasionales o regulares, los primeros lo hacen eventualmente cuando detectan una oportunidad de negocio y los segundos son los que ven a la exportación como una actividad formal en la cual desarrollarse

#### **2.2.1.2.1. Ventajas de las exportaciones**

Las exportaciones poseen algunas ventajas, entre las más notables están el hecho de aumentar la rentabilidad, pues una gran cantidad de productos poseen un precio mayor en países extranjeros que en el mercado local, de igual manera existen mercados mucho más amplios que el de origen, otras gran ventaja es la competitividad, pues aumenta la misma en las empresas que se deciden a exportar, considerando la necesidad de ajustarse a estándares y economías de escala, las mismas que permiten reducir costos, por ultimo otra acción que favorece a los exportadores es la diversificación, pues se les vuelve una necesidad al poseer mercados más amplios, además de reducir riesgos. (Daniels, Radebaugh, & Sullivan, 2013)

Las exportaciones son beneficiosas para las empresas que están preparadas para competir en mercados internacionales, pues tiene una cartera de clientes amplia y al producir mayores cantidad de producto, las cuales generalmente son requeridas, se inician procesos de escala, que permiten reducir los costos de fabricación.

### 2.2.1.2.2. Enfoques de las exportaciones

Existen algunos enfoques para la realización de exportaciones, considerando las necesidades y capacidades de los clientes.

**Tabla 2: Enfoques de las exportaciones**

<b>Exportación directa</b>	En este escenario, la empresa vende directamente sus productos a un intermediario independiente, como un agente, distribuidor o minorista ubicado fuera del país de origen del producto, quien luego vende el producto al consumidor final
<b>Exportación indirecta</b>	En este escenario, la compañía vende sus productos a un intermediario independiente ubicado en el mercado doméstico. El intermediario exporta el producto a sus agentes extranjeros que luego lo venden al consumidor final
<b>Surtir pedidos a través de compradores domésticos que luego exportan</b>	Esencialmente, un comprador entra en contacto con la compañía, envía un pedido, recibe la entrega y exporta el producto.
<b>Compradores nacionales que representan usuarios del exterior</b>	Compradores necesitan o ven la necesidad de un bien en los mercados extranjeros. Por lo tanto , lo compran en un lado y lo envían a otro.

Fuente: (Daniels, Radebaugh, & Sullivan, 2013)

La exportación directa es la que presenta una mayor dificultad en relación a los otros enfoques, pues se necesita que la empresa gestione el proceso de exportación, considerando varios criterios del producto en cuanto a requerimientos de producto, en relación a la exportación indirecta en cambio depende un intermediario y los 2 últimos enfoques son casi indistinguibles de una venta nacional.

### 2.2.1.3. Importación

Para el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (2018) importar es “la acción de ingresar mercancías extranjeras al país cumpliendo con las formalidades y obligaciones aduaneras, dependiendo del régimen de importación al que se haya sido declarado.” Y según Daniels, Radebaugh, & Sullivan, 2013, “es la compra de un bien o servicio realizada por un comprador ubicado en un país a un vendedor ubicado en otro país.”(pág. 492).

Según (Asuaje, 2012) “La importación es el acto jurídico mediante el cual mercancías extranjeras adquieren la nacionalidad del país a las cuales van destinadas con carácter definitivo” Los importadores se los puede clasificar de la siguiente manera:

**Tabla 3: Tipos de importadores**

<b>Optimizadores de insumos</b>	Este tipo de importador utiliza aprovisionamiento extranjero para optimizar, en términos de precio o calidad, los insumos que alimentan una cadena de suministro
<b>Oportunista</b>	Este tipo de importador busca alrededor del mundo productos que puede importar y vender rentablemente a ciudadanos locales
<b>Arbitrajistas</b>	Este tipo de importador observa el aprovisionamiento extranjero para obtener el producto de la más alta calidad al menor precio posible

Fuente: (Daniels, Radebaugh, & Sullivan, 2013)

Según el autor, existen estos 3 tipos de importadores, los cuales por sus características abarcarían a todos, se puede observar en todos los casos, que es necesario conocer el mercado al cual se va a abastecer y con el fin de mantenerse en el mismo, ofrecer productos de calidad a un precio adecuado.

#### **2.2.1.3.1. Ventajas de las importaciones**

Entre las múltiples ventajas de la importación se puede mencionar la economía de ubicación, la cual significa que en muchas localizaciones alrededor del mundo sea por sus condiciones geográficas, políticas o monetarias, el costo de los productos y servicios es menor, por lo que las importaciones permiten aprovechar esta oportunidad. (Eun & Resnick, 2017)

Se debe considerar que la rivalidad a nivel global de muchas empresas, principalmente de telecomunicaciones y automotores, hacen que traten de abaratar costos y es ahí cuando poseen diferentes proveedores de varios países, para poder ser competitivos a una escala global.

Otra de las ventajas según Daniels, Radebaugh, & Sullivan (2013) es que proveen al mercado local ante la falta de disponibilidad, en este aspecto se ven representadas las importaciones de productos alimenticios de temporada principalmente.

Una de las ventajas más importantes de las importaciones, es que permite la diversificación de proveedores, pues en la actualidad muchos países cambian de regímenes, políticas, o adaptan medidas de salvaguardas, que dificultan las importaciones de los mismos, por lo que al existir el producto en otras localizaciones, permite no desabastecer el mercado. (Daniels, Radebaugh, & Sullivan, 2013)

#### **2.2.1.3.2. Régimen de importación**

Existen varios regímenes de importación los cuales están codificados en el Código orgánico de la producción, comercio e inversiones, a continuación expone cada uno de ellos.

**Tabla 4: Regímenes de importación**

<b>Régimen de importación</b>	<b>Fuente en el COPCI</b>
Importación para el Consumo	Art. 147
Admisión Temporal para Reexportación en el mismo estado	Art. 148
Admisión Temporal para Perfeccionamiento Activo	Art. 149
Reposición de Mercancías con Franquicia Arancelaria	Art. 150
Transformación bajo control Aduanero	Art. 151
Depósito Aduanero	Art. 152
Reimportación en el mismo estado	Art. 153

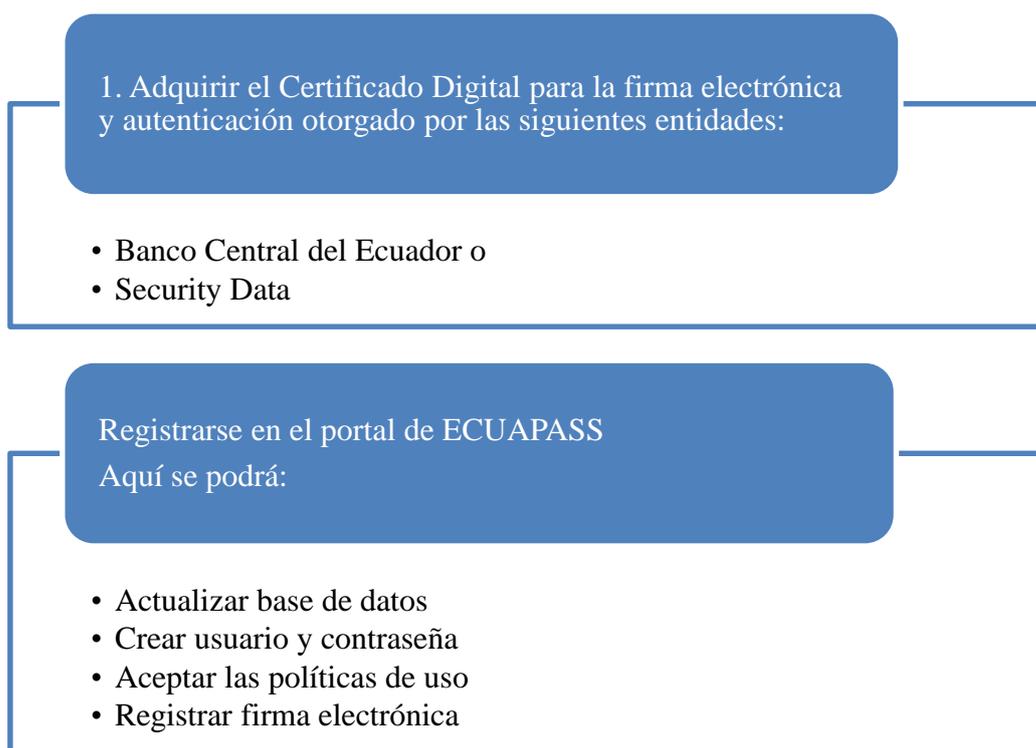
Fuente: (Codigo Orgánico de la Produccion, Comercio e Inversiones, 2010)

Todos los regímenes anteriores son a los que se pueden las personas naturales o jurídicas para importar sean estas naciones o extranjeras, siempre que se encuentren radicadas en el Ecuador.

#### **2.2.1.3.3. Registro de importador**

Para poder importar en el Ecuador se requiere el registro de importador en el sistema ECUAPASS, mismo que debe ser aprobado por la SENA E y para esto, previamente gestionado el registro único de contribuyentes, se seguirán los siguientes pasos:

**Figura 1: Pasos para obtener el registro de importador**



Fuente: (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2018)

Para poder importar es necesario poseer acceder al portal de Ecuapass como usuario, por lo tanto obtener el certificado digital en las instituciones autorizadas es la única manera de poder importar a través de las aduanas del Ecuador.

#### **2.2.1.3.4. Tributos que afectan a un producto importado**

Los tributos son dictados en las diversas leyes del Ecuador, específicamente pueden afectar a un producto 4 tipos de aranceles que son:

**Tabla 5: Tributos de importación**

AD-VALOREM (Arancel Cobrado a las Mercancías)	Establecidos por la autoridad competente, consistentes en porcentajes según el tipo de mercancía y se aplica sobre la suma del Costo, Seguro y Flete (base imponible de la importación).
FODINFA (Fondo de Desarrollo para la Infancia)	Se aplica el 0.5% sobre la base imponible de la importación.
ICE (Impuesto a los Consumos Especiales)	Porcentaje variable según los bienes y servicios que se importen.
IVA (Impuesto al Valor Agregado)	Corresponde al 12% sobre: Base imponible + ADVALOREM + FODINFA + ICE.

Fuente: (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2018)

Los tributos existentes afectan directamente al valor de los productos importados, el arancel cobrado a las mercaderías depende del tipo de producto, el fondo de desarrollo para la infancia es del 0,5% a todos los productos, tanto el ICE como el IVA los cobra la administración tributaria, el primero grabado a los consumos especiales y el segundo al valor agregado. Ver anexo No 1,2 (Nomenclatura arancelaria, Términos de comercio internacional INCOTERMS)

### **2.2.2. Comercialización**

La comercialización es el proceso en el cual la empresa vende una cantidad de productos considerando condiciones determinadas como el precio, garantía, calidad y especificaciones propias. Para un correcto desarrollo de la misma se deben analizar los canales de distribución más adecuados, pues los mismos “colocan el producto correcto, en el lugar adecuado, en el momento preciso para satisfacción del cliente al que va dirigido”. (Mullins, Walker, Boyd, & Larreche, 2005, pág. 295)

Para (Lamb, Hair, & McDaniel, 2011, pág. 48) “Las estrategias de plaza, o distribución, se ocupan de colocar los productos a la disposición del cliente en el momento y el lugar donde los quiere.”, para (Muñiz, 2018) “Los canales de distribución definen y marcan las diferentes etapas que la propiedad de un producto atraviesa desde el fabricante al consumidor final.”

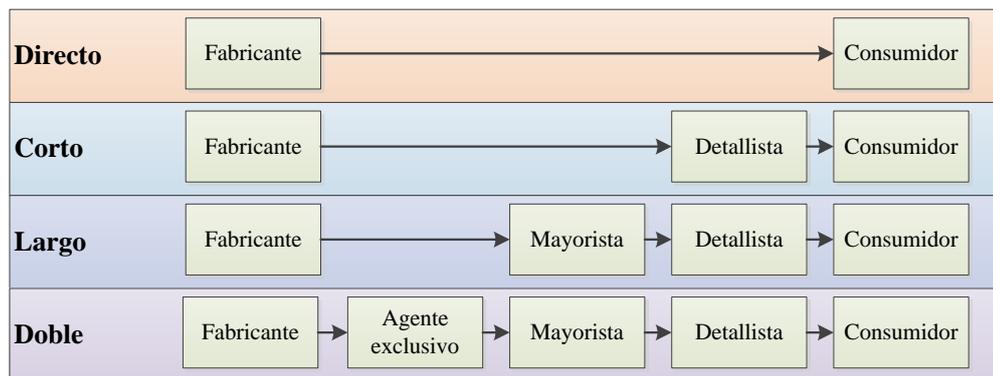
Como se observa los autores muestran que la plaza o llamados canales de distribución es la estrategia que posee la empresa para ofrecer sus productos, en el caso de la empresa los equipos e insumos médicos.

### 2.2.2.1. Canales de comercialización

Dentro de la comercialización existen varias alternativas para los canales de distribución, los cuales dependen del tamaño, medios de transporte utilizables y localización de la empresa,

Por ello los cambios que se están produciendo en el sector indican la evolución que está experimentando el marketing, ya que junto a la logística serán los que marquen el éxito de toda empresa. Muñiz (2018) indica los siguientes:

**Tabla 6: Tipos de canales de distribución**



Fuente: (Muñiz, 2018)

Se debe considerar que los canales de distribución pueden ser mixtos, y pueden partir desde el fabricante como el detallista.

### 2.2.3. Productos e insumos médicos

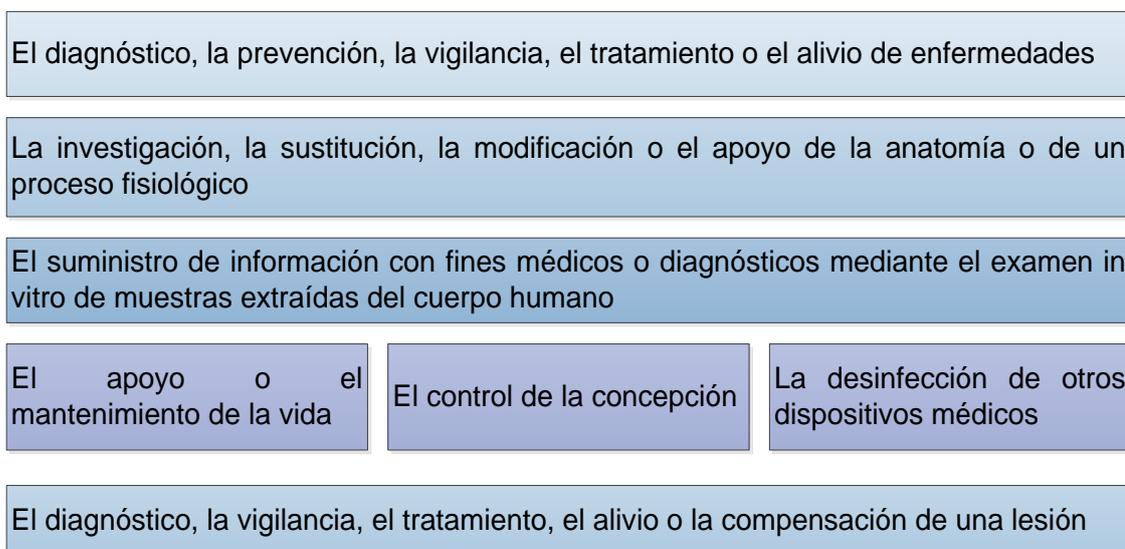
Considerando el tema de investigación es necesario conocer que son los productos e insumos médicos y cuál es su alcance, de igual manera es relevante conocer su

importancia pues según la Organización Mundial de la Salud (OMS) estos dispositivos son trascendentales, es así que es uno de sus objetivos estratégicos, el “asegurar la mejora del acceso, la calidad y el uso de productos médicos y tecnologías sanitarias” (Organización Mundial de la Salud, 2012)

### 2.2.3.1. Productos médicos

Según la (Global Harmonization Task Force, 2006) un dispositivo medico es “todo instrumento, aparato, utensilio, máquina, implante, reactivo in vitro o calibrador, software, material o producto similar o relacionado que no logra el efecto principal perseguido en o sobre el organismo humano por medios farmacológicos, inmunológicos o metabólicos y está concebido para ser empleado en seres humanos con alguno(s) de los siguientes fines:”

**Figura 2: Fines de los productos o dispositivos médicos**



Fuente: (Global Harmonization Task Force, 2006)

### 2.2.3.2. Insumos médicos

Los insumos médicos son “Sustancia, artículo o material empleado para el diagnóstico, tratamiento o prevención de enfermedades que para su uso no requieren de fuentes de energía.” (Dirección General de Medicamentos, Insumos y Drogas, 2018)

Los insumos médicos según la Global Harmonization Task Force, 2006 esta considerado como un dispositivo o equipo médico.

#### **2.2.4. Proyecto de factibilidad**

Para la Corporación Financiera Nacional (2016) un proyecto “es aquel documento que esquematiza de manera clara la información necesaria para conocer si el nuevo negocio o la ampliación de la actividad productiva va ser exitosa y rentable.” (pag.1). y según Villarán (2009) “es un documento, escrito de manera clara, precisa y sencilla, que es el resultado de un proceso de planeación.”(pag.35) y para (Chain, 2015) es un documento en el cual se recolecta y analiza información, utilizada para la toma de decisiones, en relación al mercado, aspectos operativos, administrativos y financieros.

Según los conceptos citados, un proyecto de factibilidad es un documento claro y sencillo que muestra la información y datos, tanto para el desarrollo de un nuevo emprendimiento de ser el caso como para la ampliación de actividades, procesos o líneas de producto, en el caso de la presente investigación se lo enfocará en mejorar la gestión comercial de la empresa con el fin de importar directamente los productos.

El proyecto de factibilidad según Chain (2014) se compone de los siguientes estudios

- Estudio de mercado
- Estudio técnico
- Estudio administrativo - legal
- Estudio financiero
- Evaluación financiera

##### **2.2.4.1. Estudio de mercado**

El estudio de mercado es el análisis donde se determina la demanda, considerada como el número de entes que adquirieran los productos, la oferta que indica la cantidad de producto ofertado por la competencia, sea específico o sustituto y la diferencia de estos, conocida como demanda insatisfecha, la cual indicará la factibilidad de mercado. (Kotler, 2014)

Para (Chain, 2015) un estudio de mercado es una fuente principal de información, mediante la cual se estima la demanda, servirá de base para la proyección de costos y permitirá la definición de precios de los productos o servicios ofrecidos por una organización.

Según los autores el estudio de mercado identifica la oferta y demanda, aspectos básicos para la relación de los demás estudios del proyecto, de igual manera permite conocer el precio de los productos de la competencia y poder analizar según los costos y valor añadido el precio al que se puede vender un producto.

#### **2.2.4.2. Estudio técnico**

“El estudio técnico define la factibilidad técnica de varias opciones tecnológicas pueden existir para el proyecto pero, además, determina lo que será la inversión, los costos, los ingresos, los egresos que sustentan la rentabilidad.” (Vivallo, 2017, pág. 85)

El estudio técnico detalla la ubicación, tamaño del proyecto, procesos, y procedimientos para la realización o comercialización del producto o servicio. (Coss, 2017), según Gray & Larson (2009), este estudio trata de establecer la factibilidad física, en cuanto a capacidad técnica y cantidad de personal requerido para una capacidad de producción estimada en el estudio de mercado.

Considerando que la empresa está en funcionamiento y el proyecto enfocado a la importación de equipos e insumos médicos, en este estudio se determinarían los requisitos y se detallarían los procedimientos de importación.

##### **2.2.4.2.1. Tamaño**

Para Chain (2015) “El tamaño de un proyecto muestra su relación con el número de unidades a producir, su estudio es fundamental para determinar el monto de las inversiones y el nivel de operación que, a su vez, permitirá cuantificar los costos de funcionamiento y los ingresos proyectados” (pág. 134).

El tamaño de un proyecto está en función de “la capacidad de producción de un proyecto en unidades o en valor de bienes y servicios producidos en unidades de tiempo es lo que se considera tamaño del proyecto.” (Vivallo, 2017, pág. 85)

El tamaño del proyecto para la importación y comercialización se lo considera, dependiendo la cantidad de productos que la empresa pueda importar y según la demanda obtenida en el estudio de mercado.

#### **2.2.4.2.2. Localización**

La localización de las instalaciones según (Ballou, 2014) es un “problema de decisiones que da forma, estructura y configuración al sistema completo de cadena de suministro.”(pag. 55), para (Chain, 2015), a la localización de un proyecto, se la estudia tanto desde el ámbito macro, como micro, la macrolocalización identificará donde esta o estará situada la empresa debido a factores tanto ambientales como logísticos y en cuanto a la microlocalización detallará específicamente la localización, detallando desde la ciudad hasta las calles, basada en varios factores que serán priorizados en una matriz ponderada.

#### **2.2.4.3. Estudio administrativo - legal**

En el estudio administrativo se identifican los aspectos de orden administrativo y dirección estratégica, analizando la misión, visión, estructura orgánica y funciones del personal, de igual manera se consideran los aspectos legales para que la empresa debe cumplir. (Pinson, 2015)

La viabilidad legal “se refiere a la necesidad de determinar tanto la inexistencia de trabas legales para la instalación y la operación normal del proyecto como la falta de normas internas de la empresa que pudieran contraponerse a alguno de los aspectos de la puesta en marcha o posterior operación del proyecto” (Chain, 2015, pág. 26). Para Gray & Larson (2009) el estudio administrativo – legal, de la misma manera que los aspectos técnicos poseen relación directa con los costos del proyecto, las variables de gestión también tienen un impacto, muchas de las veces significativo, mismo que debe ser analizado, identificando claramente su efecto en los egresos de la organización,

Considerando que dentro de un análisis preliminar, la empresa no posee lineamientos estratégicos como misión, visión, estructura orgánica, en este estudio se los diseñará, acoplando las nuevas actividades de importación.

#### **2.2.4.3.1. Misión**

“La misión describe el propósito de la empresa, esto es, su razón de ser” (García, 2016), su formulación debe indicar de manera clara y concisa cual es el negocio de la organización y su propósito, además de cómo lograrla.

Para la formulación de la misma, propone la respuesta a las siguientes preguntas:

- ¿Qué se quiere lograr?
- ¿Para qué?
- ¿Cómo?
- ¿Con qué?
- ¿Con que criterios?

#### **2.2.4.3.2. Visión**

"La visión es el resultado de nuestros sueños en acción: nos dice a dónde queremos llegar". (García, 2016),

La visión indica en deseo o expectativa y declaración de cómo la empresa será en el futuro, lo que permitirá direccionar los objetivos conjuntamente con la misión.

#### **2.2.4.3.3. Estructura orgánica**

Los administradores de las empresas, en consecuencia a los objetivos de la organización, están en la obligación de diseñar una estructura orgánica, en la cual se diferencien, los departamentos y por lo tanto las diferentes actividades que se realizan dentro de las mismos. (Moyano, Bruque, Maqueira, Fidalgo, & Martínez, 2011)

Para Vivallo (2017) el diseño organizacional más que estar enfocado a la empresa en relación a sus operaciones, debe estar enfocado a proporcionar calidad en sus productos o servicios.

La estructura orgánica de una organización muestra de manera simple, como está constituida y organizada la empresa en relación a los departamentos que posee, la misma debe estar enfocada a brindar calidad a los clientes, por lo que es de mucha importancia conocer el mercado que se va a atender.

#### **2.2.4.4. Estudio financiero**

Un estudio financiero identifica los resultados de las inversiones proyectadas, cuantificando los recursos requeridos para la puesta en marcha del proyecto, costos de producción, inversiones fijas, diferidas, capital de trabajo, de igual manera determina el flujo de caja con el cual se puede analizar si los rendimientos son los esperados por los accionistas. (Villarán, 2009)

Para (Chain, 2015), el objetivo de un estudio financiero radica en la aplicación de metodologías y diversos procedimientos de cálculo de los costos e inversiones necesarios para poner en marcha el proyecto, los cuales además permitan componer los flujos de caja que a su vez permitan evaluar el proyecto.

Dentro del diseño del proyecto se realizará el plan financiero, direccionándolo a establecer el impacto de las importaciones en los estados financieros, tanto en el balance general como estados de resultados.

#### **2.2.4.5. Evaluación financiera**

Para Chain (2015) la evaluación financiera busca medir la viabilidad económica “mediante la comparación de los beneficios y costos estimados de un proyecto, si es rentable la inversión que demanda su implementación” (pag. 26). Es decir que se analizan los resultados obtenidos en el estudio financiero y los analiza mediante indicadores financieros y económicos, con el fin de establecer si estos cumplen con las expectativas de los inversionistas.

La evaluación al ser la fase donde se aplican indicadores y fórmulas específicas para determinar si el proyecto es viable, es la etapa más sencilla, pero es necesario conocer la manera adecuada de interpretar los resultados, y buscar identificar el escenario que más beneficios traiga a la futura actividad, sin dejar de lado las posibles amenazas. (Martínez & Chávez, 2010)

A través de la evaluación financiera se identificará como las importaciones afectan a las utilidades de la empresa y al balance general, determinando las cantidades mínimas requeridas para que el proyecto obtenga los resultados esperados y se cumplan con los parámetros requeridos.

#### **2.2.4.6. Importancia de un proyecto de factibilidad para la importación y comercialización**

Para Gray & Larson (2009) la importancia de un proyecto indiferentemente de la actividad a la cual se vaya a dedicar, es que permite configurar de manera óptima los estudios y termine determinando y cuantificando tanto los costos como los beneficios esperados.

Un proyecto de factibilidad para la importación y comercialización es importante, pues muestra cómo realizar de manera secuencial y ordenada las diferentes actividades y procesos en cada etapa, además de estar preparados para las posibles eventualidades que se puedan producir en la puesta en marcha.

Para Chain (2015) de igual manera un proyecto presenta importancia, pues en su formulación es donde se pueden cometer una gran cantidad de errores, lo que no permitirá ejecutar el proyecto de una manera efectiva, creando nuevos costos, mismos que afectaran a la rentabilidad.

### **2.3.IDEA A DEFENDER**

El proyecto de factibilidad para la importación y comercialización de equipos e insumos médicos muestra como mejorará la rentabilidad de la Empresa Loor Molina.

## **CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO**

### **3.1. MODALIDAD**

La modalidad es mixta (cualitativa y cuantitativa). Cualitativa al analizar preferencias del mercado en relación tanto a gustos como preferencias y cuantitativa al considerar financieramente como las importaciones de insumos médicos afectaran a los estados financieros de la empresa es sus utilidades y flujo de efectivo. (Sampieri & Baptista, 2010)

### **3.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN**

La investigación será de tipo bibliográfico – documental, al analizar planificaciones, reglamentos, leyes y procedimientos de importación y de campo al analizar la demanda de los insumos y equipos médicos. (Sampieri & Baptista, 2010)

### **3.3. MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS**

#### **3.3.1. Métodos**

En la investigación se aplicarán los métodos inductivo y deductivo. Deductivo, dado que mediante varios estudios se realizaran conclusiones generales, también se aplicaran el método inductivo, al examinar variables externas a la empresa e identificar su impacto específico en la misma. (Sampieri & Baptista, 2010)

#### **3.3.2. Técnicas e instrumentos de investigación**

Las técnicas e instrumentos a aplicar en la investigación son

Técnica: Encuestas – Instrumento: Cuestionario de encuesta (Anexo 3)

Técnica: Observación - Instrumento: Ficha de observación (Anexo 4)

### 3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA

#### 3.4.1. Población

La población para la presente investigación son los principales clientes de la empresa que son las clínicas y hospitales de la ciudad de Guayaquil, que según el Directorio Médico Guayaquil (2018) son 38.

#### 3.5. Muestra

Considerando que la población es pequeña, no se aplicará ninguna fórmula para determinar la muestra, si no se aplicaran las encuestas a toda la población.

#### 3.6. Resultado de las encuestas

1. ¿Conoce usted la empresa Loor Molina?

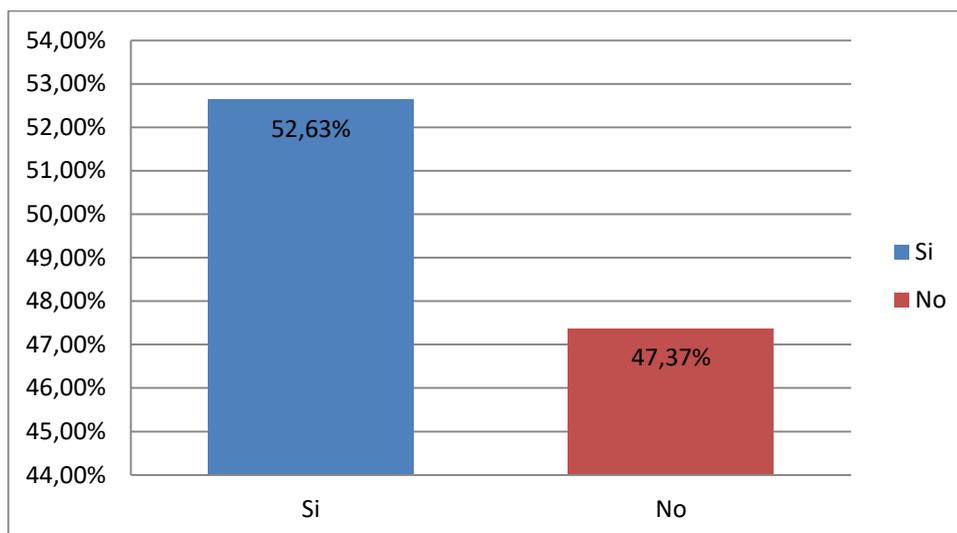
**Tabla 7: Conocimiento de la empresa**

<b>Respuesta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	20	52,63%
No	18	47,37%
<b>Total</b>	<b>38</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuesta realizada 2018

Elaborado por: Leonor del Consuelo Maldonado Pinzón

**Figura 3: Conocimiento de la empresa**



Fuente: Encuesta realizada 2018

Elaborado por: Leonor del Consuelo Maldonado Pinzón

**Análisis e interpretación:** El 52,63% de las clínicas y hospitales de la ciudad de Guayaquil conocen a la empresa Loor Molina, frente a un 47,37% que no lo hace, por lo que es necesario realizar publicidad y ofrecer los productos a todas las clínicas y hospitales de la ciudad.

2. ¿Ha adquirido algún producto, a la empresa Loor Molina?

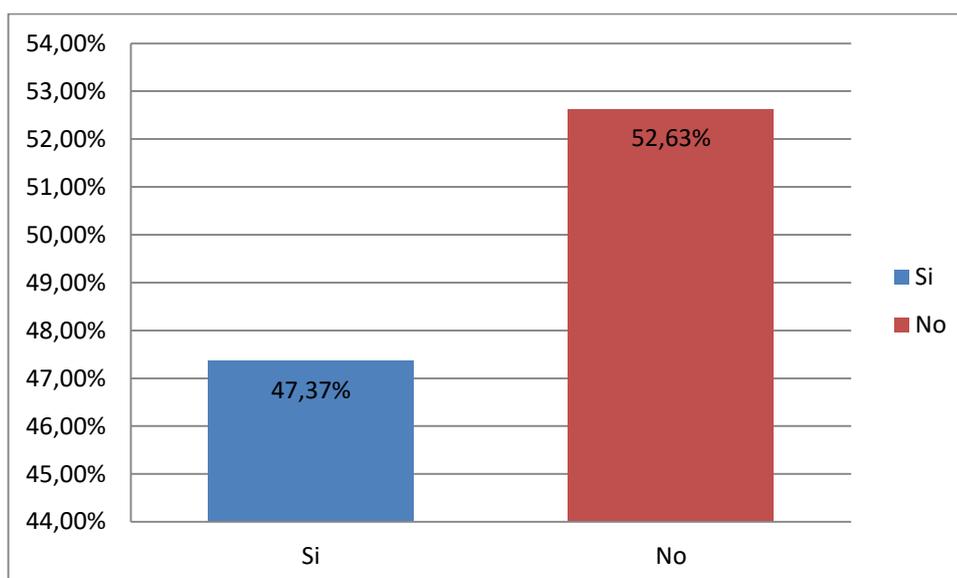
**Tabla 8: Adquisición de productos de la empresa**

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	18	47,37%
No	20	52,63%
<b>Total</b>	<b>38</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuesta realizada 2018

Elaborado por: Leonor del Consuelo Maldonado Pinzón

**Figura 4: Adquisición de productos de la empresa**



Fuente: Encuesta realizada 2018

Elaborado por: Leonor del Consuelo Maldonado Pinzón

**Análisis e interpretación:** El 47,37% de las clínicas y hospitales de la ciudad de Guayaquil si han adquirido productos en la empresa, frente a un 52,63% que no lo ha hecho, lo que justifica la necesidad de ofrecer más variedad de productos y a precios más competitivos.

3. ¿Cuál es el insumo médico que más requiere dentro de su Hospital o Clínica?

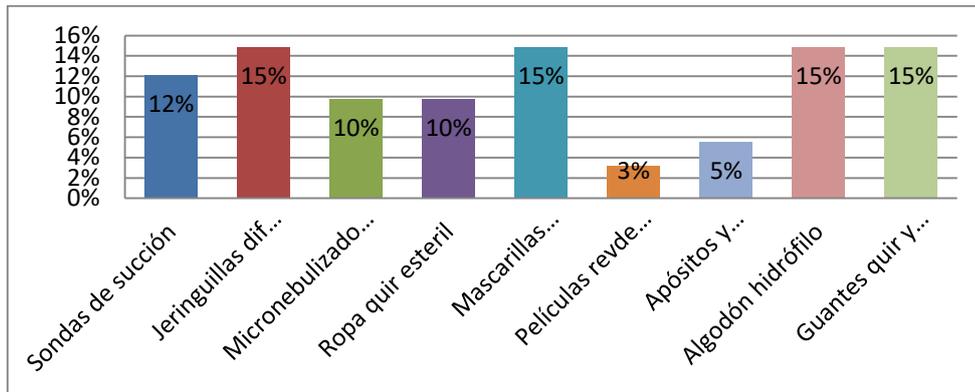
**Tabla 9: Insumos médicos más requeridos**

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Sondas de succión diferentes Fr	31	12%
Jeringuillas diferentes medidas	38	15%
Micronebulizadores	25	10%
Ropa quirúrgica esterilizada	25	10%
Mascarillas laríngeas	38	15%
Películas reveladoras de rayo X	8	3%
Apósitos y demás artículos, con una capa adhesiva	14	5%
Algodón hidrófilo	38	15%
Guantes quirúrgicos y de exploración	38	15%
<b>Total</b>	<b>255</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta realizada 2018

Elaborado por: Leonor del Consuelo Maldonado Pinzón

**Figura 5: Insumos médicos más requeridos**



Fuente: Encuesta realizada 2018

Elaborado por: Leonor del Consuelo Maldonado Pinzón

**Análisis e interpretación:** Existen 4 productos específicos que más requieren las clínicas y hospitales de la ciudad de Guayaquil y son las jeringuillas diferentes medidas, mascarillas laríngeas, algodón hidrófilo y guantes quirúrgicos y de exploración, es así que se deberán considerar a los mismos para la importación.

4. ¿Con que frecuencia adquiere el insumo medico elegido en la pregunta anterior?

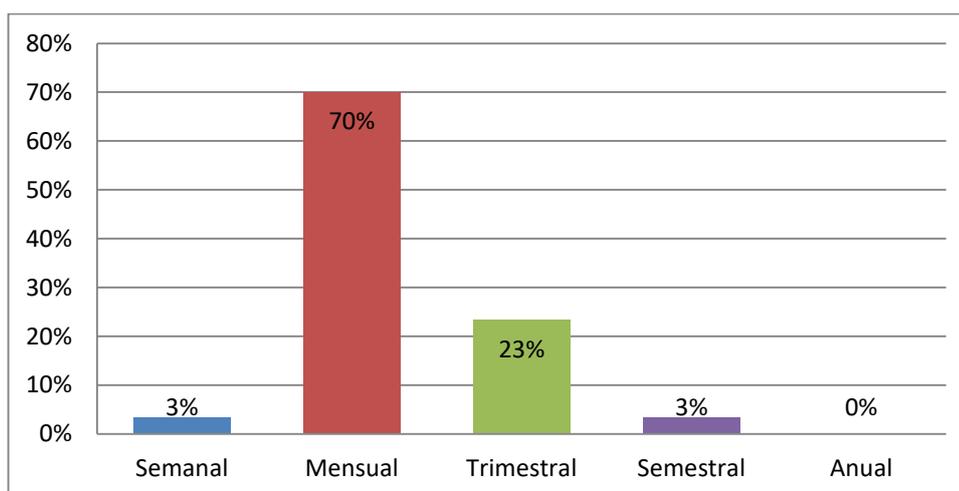
**Tabla 10: Frecuencia insumos médicos más requeridos**

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Semanal	1	3%
Mensual	21	70%
Trimestral	7	23%
Semestral	1	3%
Anual	0	0%
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuesta realizada 2018

Elaborado por: Leonor del Consuelo Maldonado Pinzón

**Figura 6: Frecuencia insumos médicos más requeridos**



Fuente: Encuesta realizada 2018

Elaborado por: Leonor del Consuelo Maldonado Pinzón

**Análisis e interpretación:** De los 4 productos específicos elegidos en la pregunta anterior, su frecuencia de consumo es principalmente mensual, y en menor medida trimestral, es así que se deberá tratar de ofrecer mensualmente los productos elegidos.

5. ¿Cuál es el equipo médico que más requiere dentro de su Hospital o Clínica?

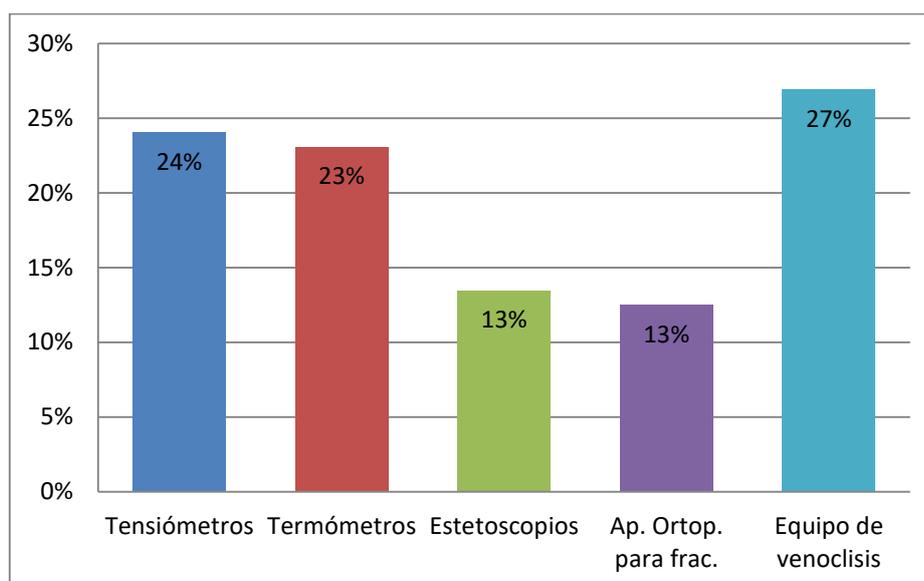
**Tabla 11: Equipo médico más requerido**

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Tensiómetros	25	24%
Termómetros	24	23%
Estetoscopios	14	13%
Ap. Ortop. para frac.	13	13%
Equipo de venoclisis	28	27%
<b>Total</b>	<b>104</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuesta realizada 2018

Elaborado por: Leonor del Consuelo Maldonado Pinzón

**Figura 7: Equipo médico más requerido**



Fuente: Encuesta realizada 2018

Elaborado por: Leonor del Consuelo Maldonado Pinzón

**Análisis e interpretación:** Existen 3 equipos médicos específicos que más requieren las clínicas y hospitales de la ciudad de Guayaquil y son Equipo de venoclisis (27%), Tensiómetros (24%), Termómetros (23%), es así que se deberán considerar a los mismos para la importación.

6. ¿Con que frecuencia adquiere el equipo médico elegido en la pregunta anterior?

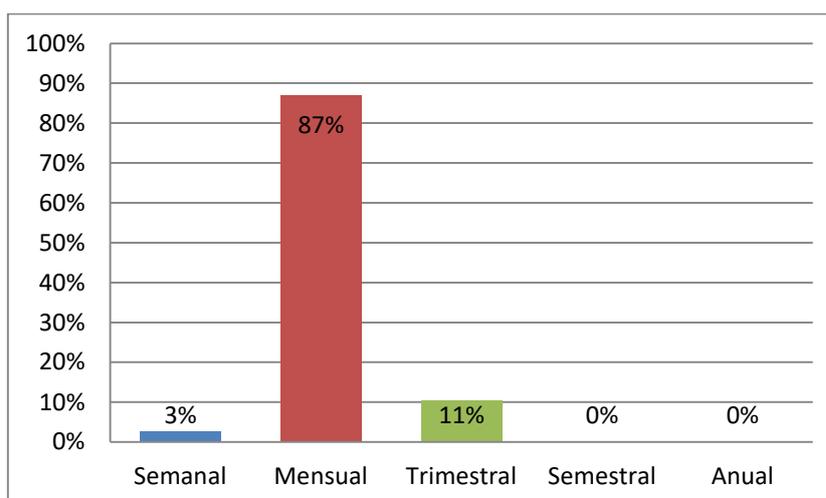
**Tabla 12: Frecuencia del equipo médico más requerido**

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Semanal	1	3%
Mensual	33	87%
Trimestral	4	11%
Semestral	0	0%
Anual	0	0%
<b>Total</b>	<b>38</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuesta realizada 2018

Elaborado por: Leonor del Consuelo Maldonado Pinzón

**Figura 8: Frecuencia del equipo médico más requerido**



Fuente: Encuesta realizada 2018

Elaborado por: Leonor del Consuelo Maldonado Pinzón

**Análisis e interpretación:** De los 3 productos principales elegidos en la pregunta anterior, su frecuencia de consumo es principalmente mensual, y en menor medida trimestral, es así que se deberá tratar de ofrecer mensualmente los productos elegidos, específicamente equipo de venoclisis que por ser producto descartable tiene una mayor rotación.

7. ¿A través de que medio usted adquiere productos o insumos médicos?

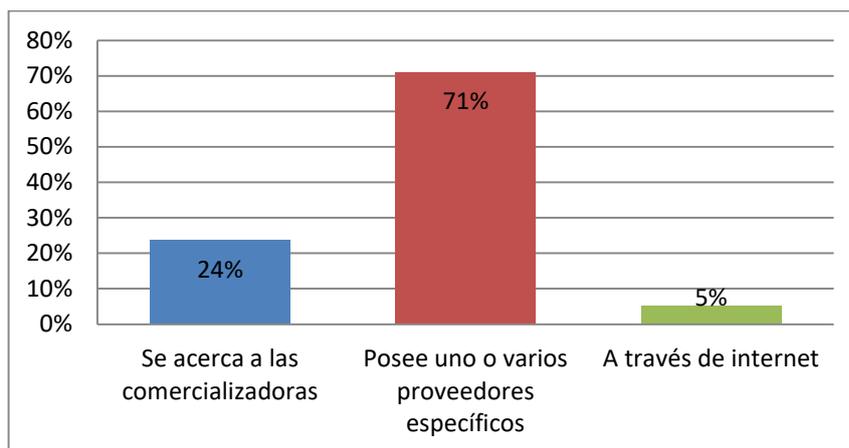
**Tabla 13: Medio de adquisición de productos o insumos médicos**

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Se acerca a las comercializadoras	9	24%
Posee uno o varios proveedores específicos	27	71%
A través de internet	2	5%
<b>Total</b>	<b>38</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuesta realizada 2018

Elaborado por: Leonor del Consuelo Maldonado Pinzón

**Figura 9: Medio de adquisición de productos o insumos médicos**



Fuente: Encuesta realizada 2018

Elaborado por: Leonor del Consuelo Maldonado Pinzón

**Análisis e interpretación:** La mayoría de hospitales y clínicas encuestados poseen uno o varios proveedores, los cuales les abastecen de los equipos e insumos médicos, seguidos por los que se acercan a las comercializadoras y en menor grado los que lo hacen a través de internet.

8. ¿Conoce usted de que país provienen los principales productos e insumos médicos que usted adquiere?

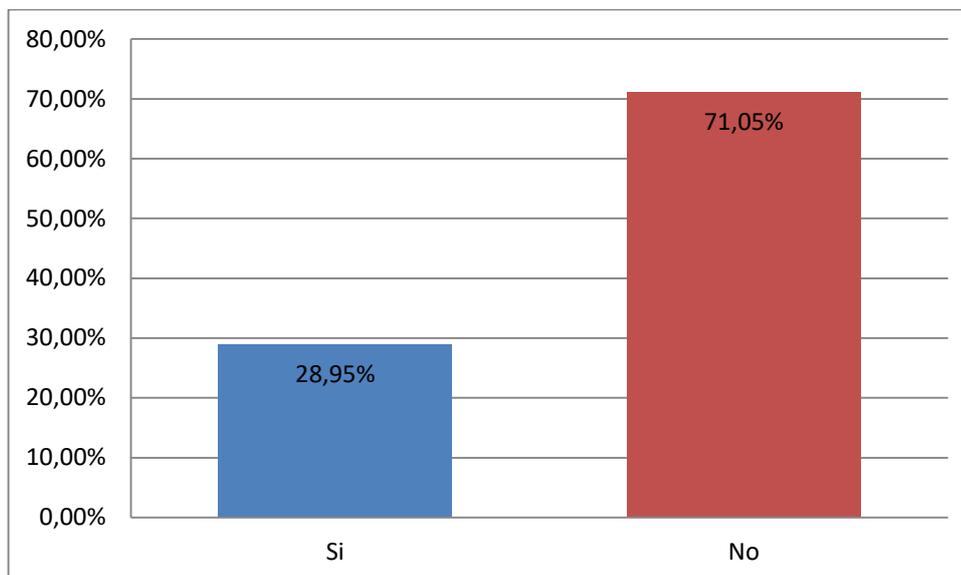
**Tabla 14: Conocimiento de país de origen**

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	11	28,95%
No	27	71,05%
<b>Total</b>	<b>38</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuesta realizada 2018

Elaborado por: Leonor del Consuelo Maldonado Pinzón

**Figura 10: Conocimiento de país de origen**



Fuente: Encuesta realizada 2018

Elaborado por: Leonor del Consuelo Maldonado Pinzón

**Análisis e interpretación:** La mayoría de hospitales y clínicas encuestados (71,05%) desconocen el lugar de origen de los principales productos e insumos médicos que adquieren.

9. ¿De qué país provienen los principales productos e insumos médicos que usted adquiere?

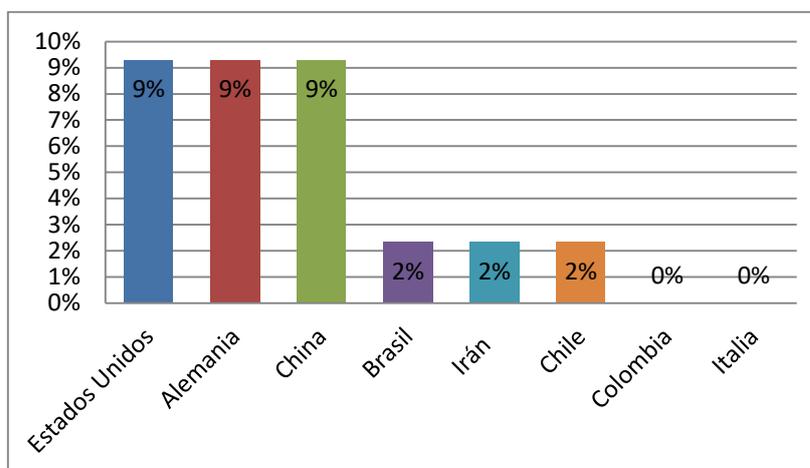
**Tabla 15: País de origen**

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Estados Unidos	4	9%
Alemania	4	9%
China	4	9%
Brasil	1	2%
Irán	1	2%
Chile	1	2%
Canadá	1	2%
Desconoce	27	63%
<b>Total</b>	<b>43</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuesta realizada 2018

Elaborado por: Leonor del Consuelo Maldonado Pinzón

**Figura 11: País de origen**



Fuente: Encuesta realizada 2018

Elaborado por: Leonor del Consuelo Maldonado Pinzón

**Análisis e interpretación:** Los hospitales y clínicas que si conocen la procedencia principal de los productos, menciona que son principalmente de Estados Unidos, Alemania y China.

10. ¿Qué factores influyen en su compra de equipos médicos?

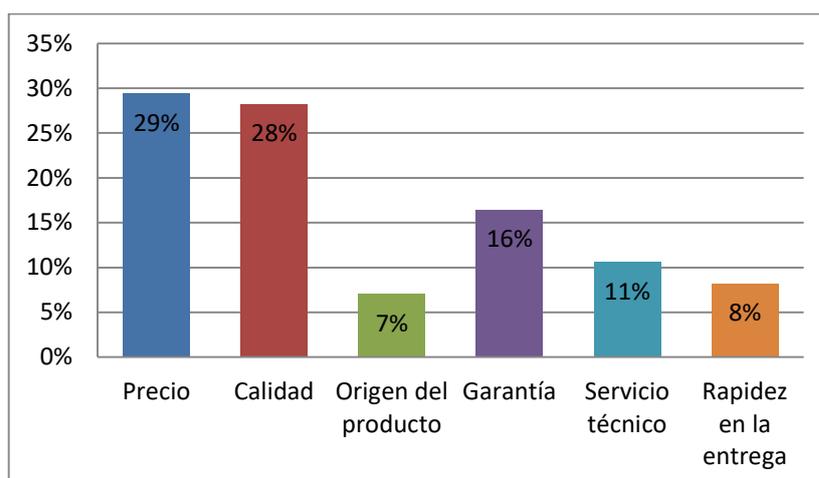
**Tabla 16: Factores de compra equipos médicos**

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Precio	25	29%
Calidad	24	28%
Origen del producto	6	7%
Garantía	14	16%
Servicio técnico	9	11%
Rapidez en la entrega	7	8%
<b>Total</b>	<b>85</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuesta realizada 2018

Elaborado por: Leonor del Consuelo Maldonado Pinzón

**Figura 12: Factores de compra equipos médicos**



Fuente: Encuesta realizada 2018

Elaborado por: Leonor del Consuelo Maldonado Pinzón

**Análisis e interpretación:** En relación a los factores que influyen en la compra de equipos médicos, el principal es el precio con el 29%, seguido por la calidad con el 28% y en menor medida la garantía, servicio técnico, rapidez en la entrega y origen del producto, por lo que para la importación es necesario determinar proveedores con precios competitivos.

11. ¿Qué factores influyen en su compra de insumos médicos?

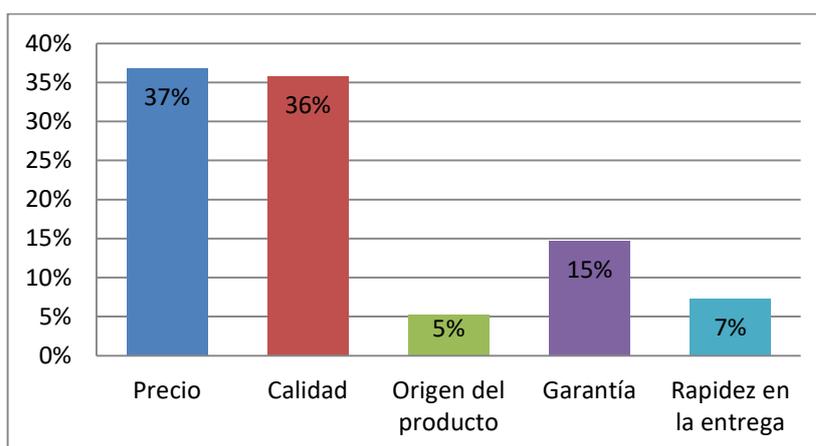
**Tabla 17: Factores de compra insumos médicos**

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Precio	35	37%
Calidad	34	36%
Origen del producto	5	5%
Garantía	14	15%
Rapidez en la entrega	7	7%
<b>Total</b>	<b>95</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuesta realizada 2018

Elaborado por: Leonor del Consuelo Maldonado Pinzón

**Figura 13: Factores de compra insumos médicos**



Fuente: Encuesta realizada 2018

Elaborado por: Leonor del Consuelo Maldonado Pinzón

**Análisis e interpretación:** En cuanto a los factores que influyen en la compra de insumos médicos, el principal es el precio con el 37%, seguido por la calidad con el 36% y en menor medida la garantía, servicio técnico, rapidez en la entrega y origen del producto, por lo que para la importación es necesario determinar proveedores con precios competitivos.

12. ¿Le brinda su actual proveedor un servicio postventa?

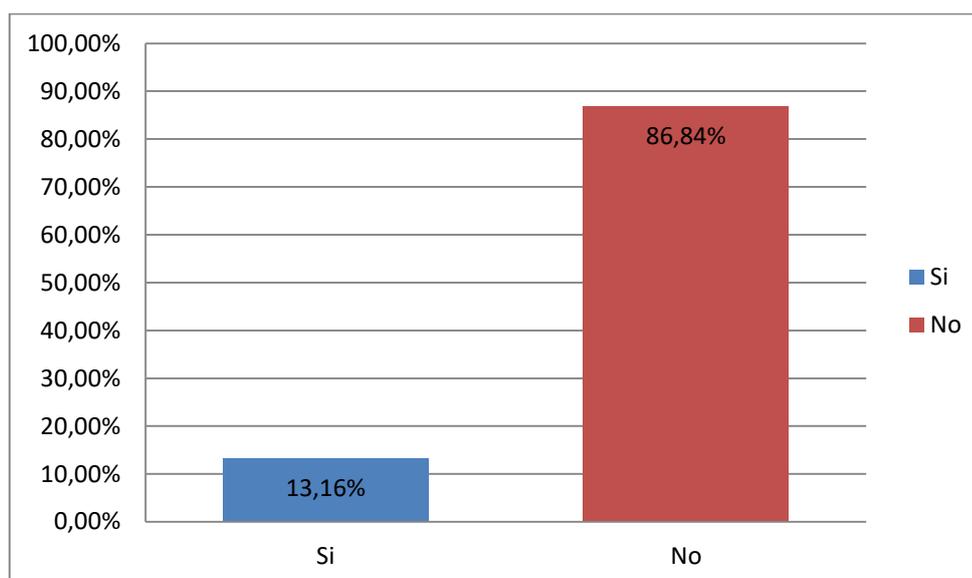
**Tabla 18: Servicio postventa**

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	5	13,16%
No	33	86,84%
<b>Total</b>	<b>38</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuesta realizada 2018

Elaborado por: Leonor del Consuelo Maldonado Pinzón

**Figura 14: Servicio postventa**



Fuente: Encuesta realizada 2018

Elaborado por: Leonor del Consuelo Maldonado Pinzón

**Análisis e interpretación:** En cuanto a si el proveedor le brinda un servicio postventa, al 86,84% no lo hace, frente a un 13,16% que si, por lo que como parte de los servicios de la empresa se deberá tratar de ofrecer los mismos, con el fin de tener una relación más cercana con las empresa y que permitan procesos de retroalimentación.

### 3.7. Resultado de las fichas de observación

**Tabla 19: Resultado de las fichas de observación**

No.	Fecha	Criterio
1	9 de Julio del 2018	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No posee misión</li> <li>• No posee visión</li> <li>• No posee estructura orgánica</li> <li>• La empresa no cuenta con una planificación estratégica</li> <li>• Poseen un manual de funciones</li> <li>• Se realizan procesos de inducción al personal</li> <li>• Los directivos se capacitan constantemente</li> </ul>
2	10 de Julio del 2018	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Llevan un registro contable</li> <li>• Elaboran estados financieros trimestralmente</li> <li>• La empresa maneja y analiza los costos de los productos</li> <li>• La empresa adquiere producto a importadoras, situación que encarece el producto para los clientes finales</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desconocimiento de tramites de importación, encarecen los costos de producto</li> </ul>
3	11 de Julio del 2018	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La empresa asigna presupuesto para marketing</li> <li>• Realizan marketing directo</li> <li>• Realizan ventas a las principales clínicas y hospitales de Guayaquil</li> <li>• Realiza ventas tanto al sector privado como al público a través de la plataforma de compras públicas</li> <li>• Gran variedad de productos</li> </ul>
4	13 de Julio del 2018	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La empresa posee un contador es externo, de todas maneras el área contable en relación a los balances la lleva también el gerente general</li> <li>• El personal está capacitado para las tareas a desarrollar</li> <li>• El personal tiene experiencia en su área</li> <li>• La empresa cumple y está al día con el IESS</li> </ul>

Fuente: Fichas de observación (Anexos)

### 3.8. Verificación de la idea a defender

Tomando en cuenta que existe una frecuencia mensual del 70% en relación a la adquisición de los insumos médicos más requeridos, un 87% de la frecuencia mensual de adquisición de equipos médicos y que el principal medio de adquisición para las empresas dentro del mercado elegido es el poseer uno o varios proveedores específicos (71%) se puede deducir el proyecto de factibilidad para la importación y comercialización de equipos e insumos médicos es importante pues mejorará la rentabilidad de la Empresa Loor Molina.

## **CAPÍTULO IV: MARCO PROPOSITIVO**

### **PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE EQUIPOS E INSUMOS MÉDICOS PARA LA EMPRESA LOOR MOLINA DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, PERIODO 2018.**

El proyecto de factibilidad está compuesto de varios estudios secuenciales, que van determinando su factibilidad:

- Análisis del entorno.
- Estudio de mercado.
- Estudio legal – administrativo.
- Estudio técnico
- Estudio financiero.
- Evaluación financiera.

#### **4.1. ANÁLISIS DEL ENTORNO**

Se realiza un análisis del entorno de la empresa, para poder determinar cómo las diferentes variables tanto externas como internas afectan a la organización definiéndolas como oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades.

##### **4.1.1. Análisis externo**

En el análisis externo se analizan las variables económicas, sociales, tecnológicas y ambientales y como estas afectan a la empresa y a la nueva actividad de importación de equipos e insumos médicos.

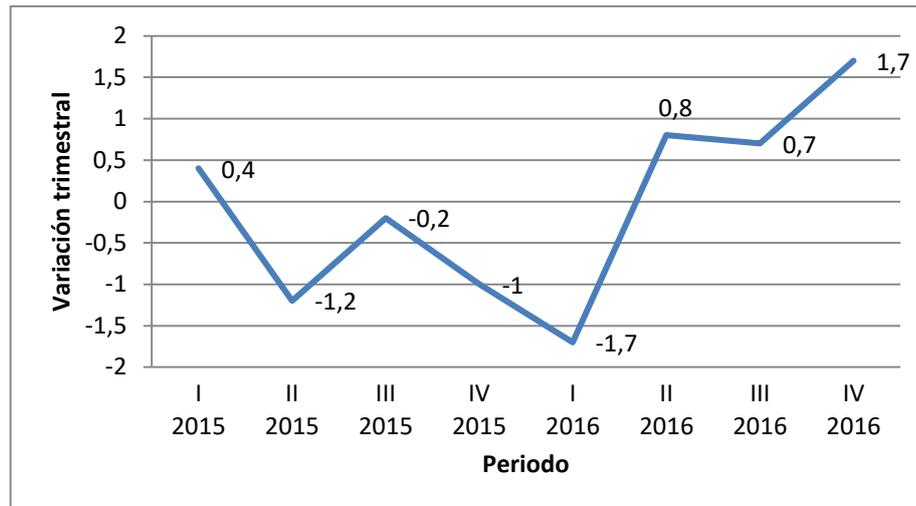
##### **4.1.1.1. Factores económicos**

Dentro de los factores económicos se analizan las principales variables de este tipo, y su comportamiento.

#### 4.1.1.1.1. Producto interno bruto

El PIB “Mide la riqueza creada en un periodo; y su tasa de variación es considerada como el principal indicador de la evolución de la economía de un país” (Banco Central del Ecuador, 2018)

Figura 15: Variación del PIB



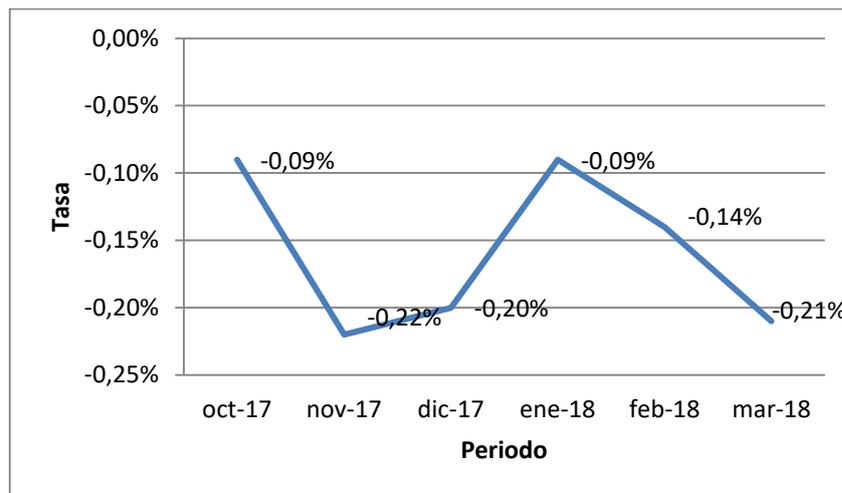
Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2018)

El Producto Interno Bruto del Ecuador ha tenido tasas de variación positivas en el último trimestre del 2016, que son los últimos datos que posee el Banco Central del Ecuador, lo que es beneficioso para la economía en general, pues indica una mayor producción de productos y servicios dentro de la economía. En relación a la empresa, la beneficia pues existe una mayor cantidad de operaciones y movimiento de dinero promoviendo las ventas.

#### 4.1.1.1.2. Inflación

“El fenómeno de la inflación se define como un aumento persistente y sostenido del nivel general de precios a través del tiempo.” (Banco Central del Ecuador, 2018)

**Figura 16: Inflación**



Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2018)

La inflación como se observa en el último semestre tiene variaciones pero todas son negativas, lo que indica que el Ecuador pasa por un reajuste de precios y una menor demanda de productos, misma que también afecta a los precios. En relación a la empresa y al proceso de importación, contrarios a lo que se cree una inflación negativa o deflación indica que no existe una demanda consistente, por lo que afecta a la empresa y a las demás del sector al tener que realizar tanto promociones como reducción de precios para poder vender productos.

#### **4.1.1.1.3. Impuestos**

Los impuestos son contribuciones que las personas tanto naturales como jurídicas aportan al estado, en relación a los productos a importar, pagan el 12% de impuesto al valor agregado y en relación a la empresa la misma al estar constituida como sociedad, paga el 22% de impuesto a la renta. Ambos impuestos se han mantenido estables y existe una baja probabilidad de que los mismos varíen.

#### 4.1.1.1.4. Tasas de interés

Las tasas de interés pueden ser activas o pasivas, las activas son el costo que las instituciones financieras cobran por la utilización del dinero y las tasas pasivas las que pagan a sus clientes. (Banco Central del Ecuador, 2018)

**Tabla 20: Tasas activas referenciales**

<b>Segmento</b>	<b>Tasa referencial</b>
Productivo Corporativo	8,03%
Productivo Empresarial	8,91%
Productivo PYMES	10,79%
Comercial Ordinario	7,86%
Comercial Prioritario Corporativo	6,67%
Comercial Prioritario Empresarial	9,59%
Comercial Prioritario PYMES	11,02%
Consumo Ordinario	16,67%

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2018)

Para el análisis no se consideran las tasas pasivas, pues no tiene mayor inherencia en la empresa, pero si las tasas activas, las cuales se han mantenido estables, por lo que facilitaría el realizar proyectos de expansión si es necesario recursos externos.

#### 4.1.1.2. Factores sociales

A continuación se muestra las principales tendencias de los variables sociales y su impacto en la empresa y el proceso de importación de ser el caso.

##### 4.1.1.2.1. Densidad poblacional de Guayaquil

Considerado que la empresa se encuentra situada en la ciudad de Guayaquil, se analiza la densidad poblacional del cantón Guayaquil, en relación a los demás cantones de la provincia, la densidad poblacional es “el número de habitantes por kilómetro cuadrado” (Plan de ordenamiento territorial de la Provincia del Guayas 2012 - 2021, 2012)

**Tabla 21: Densidad poblacional de los Cantones de la Provincia de Guayas**

<b>CANTÓN</b>	<b>POBLACIÓN 2010</b>	<b>Extensión Km2</b>	<b>Densidad Hab/Km2</b>
Alfredo Baquerizo Moreno (Jujan)	25.179	216,27	116,43
Balao	20.523	508,86	40,33
Balzar	53.937	1.207,01	44,69
Colimes	23.423	745,88	31,40
Coronel Marcelino Maridueña	12.033	264,74	45,45
Daule	120.326	473,89	253,91
Salitre	57.402	394,68	145,44
El triunfo	44.778	560,97	79,82
Duran	235.769	331,22	711,81
General Antonio Elizalde	10.642	287,57	37,01
Playas	41.935	274,81	152,59
Guayaquil	2.350.915	6.027,05	390,06
Isidro ayora	10.870	503,15	21,60
Lomas de Sargentillo	18.413	61,58	298,99
Milagro	166.634	406,31	410,11
Naranjal	69.012	2.132,61	32,36
Naranjito	37.186	272,07	136,68
Nobol	19.600	138,27	141,75
Palestina	16.065	185,48	86,61
Pedro Carbo	43.436	952,16	45,62
Samborondon	67.590	338,5	199,67
Yaguachi	60.958	519,63	117,31
Santa Lucía	38.923	359,37	108,31
Simón Bolívar	25.483	291,47	87,43
El empalme	74.451	1.139,22	65,35
<b>TOTAL GUAYAS</b>	<b>3.645.483</b>	<b>18.592,79</b>	<b>196,07</b>

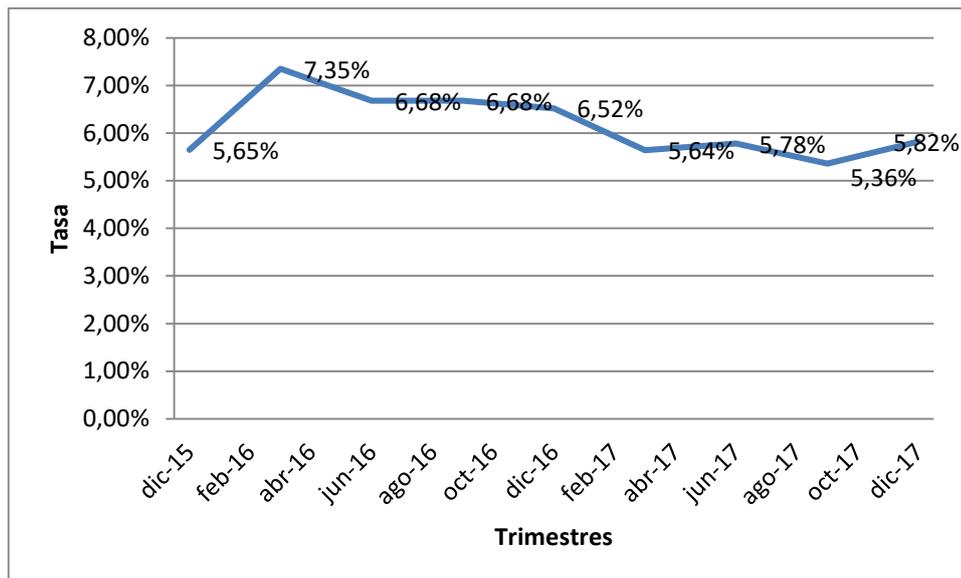
Fuente: (Plan de ordenamiento territorial de la Provincia del Guayas 2012 - 2021, 2012)

Como se puede aplicar los cantones con mayor densidad poblacional son: Milagro, Guayaquil, Lomas de Sargentillo y Daule principalmente, por lo que se debe considerar estos cantones para la distribución de productos, iniciando por la ciudad de Guayaquil que si bien está por debajo del cantón Milagro, tiene una mayor actividad económica.

#### 4.1.1.2.2. Desempleo

El desempleo es una de las variables más significantes en relación a los factores sociales, pues repercute en otras como la pobreza y seguridad. A continuación se muestra la tendencia según el Banco Central del Ecuador

Figura 17: Desempleo



Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2018)

Como se aprecia, el desempleo en términos generales tiene una tendencia estable, pero definida como una gran amenaza, pues se puede deducir que no hay disminución significativa, afectando a toda la población del Ecuador, hecho que repercute de igual manera en las ventas de la empresa.

#### 4.1.1.3. Factores tecnológicos

Los factores tecnológicos a analizar son el acceso a telefonía tanto fija como móvil y el acceso a internet.

#### **4.1.1.3.1. Acceso a la telefonía**

Según el (Plan de ordenamiento territorial de la Provincia del Guayas 2012 - 2021, 2012, pág. 103) “Del total de la población de la provincia, únicamente el 31,56% cuenta con el servicio de telefonía fija en sus domicilios y en lo que respecta al acceso de telefonía móvil, el 79,42% de la población total del Guayas cuenta con este servicio.”

El acceso a telefonía es una variable que afecta a muchos negocios, en relación a la comunicación entre proveedores y clientes, pero considerado que los clientes de la empresa son los Hospitales y Clínicas de la ciudad de Guayaquil, todos tiene acceso tanto a telefonía fija, como móvil, por lo tanto esta no es una amenaza que tenga un impacto significativo.

#### **4.1.1.3.2. Acceso a internet**

Según el (Plan de ordenamiento territorial de la Provincia del Guayas 2012 - 2021, 2012, pág. 212) “Los cantones de la Provincia del Guayas con mayor cobertura de internet a las viviendas beneficiando a la población o familias son los cantones: Guayaquil con 105.123 (0.17%); Samborondon 6.248(0.35%), Daule 4.089(0.13%) y Duran 7.889(0.12%)”

Como se aprecia el cantón con mayor cobertura de internet es Guayaquil, aun así es un porcentaje bajo, llegando apenas al 0,17% de la población, por otro lado en cuanto a los clientes de la empresa, todos poseen internet lo que facilitará la comunicación y el envío de proformas tanto de los insumos médicos como de los dispositivos, de igual manera es una oportunidad que permite las negociaciones con los proveedores fuera del Ecuador.

#### **4.1.1.4. Factores ambientales**

##### **4.1.1.4.1. Alcantarillado**

El alcantarillado se refiere a la correcta eliminación de las aguas residuales a través de un sistema adecuado, según el (Plan de ordenamiento territorial de la Provincia del Guayas 2012 - 2021, 2012) en la provincia no existe un tratamiento adecuado para las aguas servidas.

**Tabla 22: Alcantarillado en Guayaquil comparativo con otras parroquias**

<b>Nombre de la Parroquia</b>	<b>%</b>
Daule	29,28%
Naranjito	32,99%
Posorja	38,91%
General Antonio Elizalde	41,81%
Duran	42,59%
Naranjal	43,82%
Coronel Marcelino Maridueña	55,25%
Guayaquil	61,67%
Samborondon	63,72%

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2018)

Como se aprecia el 61,67% de habitantes si cuenta con alcantarillado, en su parte urbana, de todas maneras que la provincia no cuente con un tratamiento de aguas residuales, produce contaminación tanto del suelo como del agua, lo que trae consecuencias a sus habitantes. En términos específicos esta amenaza no afecta a la empresa, pero si al cantón.

#### **4.1.1.4.2. Manejo de residuos solidos**

Según el (Plan de ordenamiento territorial de la Provincia del Guayas 2012 - 2021, 2012, pág. 104) “en la provincia el 82,47% de la basura se recoge por carro recolector” y específicamente en la ciudad de Guayaquil desde 1994 posee un relleno sanitario, el cual está ubicado en el sector de las Iguanas.

Este factor es una gran amenaza para la provincia en general, dado que en la mayoría de los cantones, no existen procesos de reciclaje, ni eliminación adecuada de recursos, en cuanto a la empresa y el proceso de importación no tiene una repercusión directa.

#### **4.1.2. Análisis interno**

Dentro del análisis interno se analiza las áreas funcionales de la empresa como son administración, marketing, finanzas, talento humano y ventas.

**Tabla 23: Análisis internos de la empresa Loor Molina**

Área	Criterio
Administrativa	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No posee misión</li> <li>• No posee visión</li> <li>• No posee estructura orgánica</li> <li>• La empresa no cuenta con una planificación estratégica</li> <li>• Poseen un manual de funciones</li> <li>• Se realizan procesos de inducción al personal</li> <li>• Los directivos se capacitan constantemente</li> </ul>
Finanzas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Llevan un registro contable</li> <li>• Elaboran estados financieros trimestralmente</li> <li>• La empresa maneja y analiza los costos de los productos</li> <li>• La empresa adquiere producto a importadoras, situación que encarece el producto para los clientes finales</li> <li>• Desconocimiento de tramites de importación, encarecen los costos de producto</li> </ul>
Marketing	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La empresa asigna presupuesto para marketing</li> <li>• Realizan marketing directo</li> </ul>
Ventas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizan ventas a las principales clínicas y hospitales de Guayaquil</li> <li>• Realiza ventas tanto al sector privado como al público a través de la plataforma de compras públicas</li> <li>• Gran variedad de productos</li> </ul>
Talento Humano	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El personal está capacitado para las tareas a desarrollar</li> <li>• El personal tiene experiencia en su área</li> <li>• El contador es externo.</li> <li>• La empresa cumple y está al día con el IESS</li> </ul>

Fuente: Fichas de observación (Anexos)

### 4.1.3. FODA

Tabla 24: FODA

<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
Leve tendencia positiva en el PIB	Deflación: Escasa demanda
Impuestos constantes	Desempleo: Menos recursos
Tasas de interés constantes	Escaso acceso a telefonía fija
Alta densidad poblacional de Guayaquil	Escaso acceso a internet por parte de la población del cantón
<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
Poseen un manual de funciones	No posee misión
Se realizan procesos de inducción al personal	No posee visión
Los directivos se capacitan constantemente	No posee estructura orgánica
Llevan un registro contable	El contador es externo.
Realiza ventas tanto al sector privado como al público a través de la plataforma de compras públicas.	La empresa adquiere producto a importadoras y distribuidores, situación que encarece el producto
La empresa maneja y analiza los costos de los productos.	Desconocimiento de tramites de importación, encarecen los costos de producto
Realizan marketing directo	
La empresa asigna presupuesto para marketing	
Realizan ventas a las principales clínicas y hospitales de Guayaquil	
Elaboran estados financieros trimestralmente	
La empresa cumple y está al día con el IESS	
El personal está capacitado para las tareas a desarrollar	
El personal tiene experiencia en su área	
Gran variedad de productos	

Fuente: Análisis situacional

Como se aprecia la empresa posee muchas más fortalezas que debilidades, se debe considerar que varias debilidades serán mitigadas en el estudio administrativo del proyecto, mediante el desarrollo y diseño de la misión, visión y estructura orgánica, que son parte de la realización del estudio, de igual manera se eliminará la debilidad referente a costos de productos altos por comprar a distribuidores, mediante es desarrollo de los tramites de importación.

## 4.2. ESTUDIO DE MERCADO

Dentro del estudio de mercado se analizan principalmente que productos se pueden importar, su partida arancelaria y se determinaran los países y empresas que pueden proveer los mismos, considerando la calidad y el precio.

### 4.2.1. Productos a importar

En el estudio de mercado se analizan los productos a importar, seleccionado los que prestan más facilidades y proveen de mayores beneficios a la empresa, considerando previamente los más requeridos dentro del resultado de las encuestas:

**Tabla 25: Insumos y equipos médicos a importar**

<b>Insumos</b>	<b>Frecuencia</b>
Jeringuillas diferentes medidas	Muy Alta
Mascarillas laríngeas	Muy Alta
Algodón hidrófilo	Alta
Guantes quirúrgicos y de exploración	Muy Alta
<b>Equipos médicos</b>	
Tensiómetros	Baja
Termómetros	Baja
Equipo de venoclisis	Muy Alta

Fuente: Encuesta realizada 2018

Elaborado por: Leonor del Consuelo Maldonado Pinzón

Se eligen solo los productos que poseen frecuencia de consumo muy alta, dado que los tensiómetros y termómetros poseen una larga duración, a diferencia de los demás productos que generalmente solo se las pueden utilizar una vez.

#### 4.2.1.1.Descripción de los productos a importar

Los productos elegidos por su alta frecuencia de consumo son jeringuillas, mascarillas laríngeas, guantes quirúrgicos y equipo de venoclisis, considerando que el Ecuador produce algodón no se lo considera.

##### 4.2.1.1.1. Jeringuillas

Las jeringuillas desechables acompañadas de su aguja se encuentran en la partida arancelaria 90.18 correspondiente a “Instrumentos y aparatos de medicina, cirugía, odontología o veterinaria, incluidos los de centellografía y demás aparatos electromédicos, así como los aparatos para pruebas visuales.” Específicamente en la 90.18.32. Según él (Ministerio de Comercio Exterior, 2018) se presentan los tributos aduaneros:

**Tabla 26: Tributos jeringuillas**

<b>Tributo</b>	<b>Valor</b>
Advalorem	0
Arancel específico	0
Fondo INNFA	0.5%
ICE ad valorem	0
ICE específico	0
IVA	12%
Salvaguardia	0
Salvaguardia específica	0
Tasa de control	0

Fuente: (Ministerio de Comercio Exterior, 2018)

Elaborado por: Leonor del Consuelo Maldonado Pinzón

##### 4.2.1.1.2. Mascarillas

Las mascarillas pertenecen a la partida arancelaria 6307.90.30.00 específicamente, Según él (Ministerio de Comercio Exterior, 2018) se presentan los tributos aduaneros:

**Tabla 27: Tributos mascarillas**

<b>Tributo</b>	<b>Valor</b>
Advalorem	0
Arancel específico	0
Fondo INNFA	0.5%
ICE ad valorem	0
ICE específico	0
IVA	12%
Salvaguardia	0
Salvaguardia específica	0
Tasa de control	0

Fuente: (Ministerio de Comercio Exterior, 2018)

Elaborado por: Leonor del Consuelo Maldonado Pinzón

#### **4.2.1.1.3. Guantes quirúrgicos**

Los Guantes quirúrgicos pertenecen a la partida arancelaria 4015.11.00.00 específicamente, Según él (Ministerio de Comercio Exterior, 2018) se presentan los tributos aduaneros:

**Tabla 28: Tributos guantes quirúrgicos**

<b>Tributo</b>	<b>Valor</b>
Advalorem	15%
Arancel específico	0
Fondo INNFA	0.5%
ICE ad valorem	0
ICE específico	0
IVA	12%
Salvaguardia	0
Salvaguardia específica	0
Tasa de control	0

Fuente: (Ministerio de Comercio Exterior, 2018)

Elaborado por: Leonor del Consuelo Maldonado Pinzón

#### 4.2.1.1.4. Equipo de venoclisis

La venoclisis es un procedimiento mediante el cual se obtiene una vía venosa, por lo que cateteriza una vena, la partida arancelaria para el equipo de venoclisis es la 9018.90.90.00, según él (Ministerio de Comercio Exterior, 2018) se presentan los tributos aduaneros:

**Tabla 29: Equipo de venoclisis**

<b>Tributo</b>	<b>Valor</b>
Advalorem	0%
Arancel específico	0
Fondo INNFA	0.5%
IVA	12%
Salvaguardia	0
Salvaguardia específica	0
Tasa de control	0

Fuente: (Ministerio de Comercio Exterior, 2018)

Elaborado por: Leonor del Consuelo Maldonado Pinzón

#### **4.2.2. Proveedores**

A continuación se muestran los diferentes proveedores con su país de origen, la cantidad mínima, el precio, y se han elegido las que cuenta con las normas de calidad ISO 13485: 2007 referentes a sistema de gestión de calidad aplicable a dispositivos médicos y además los que cumplen con la norma INEN de calidad.

**Tabla 30: Proveedores**

Producto	Empresa	País de origen	Cantidad mínima	Especificación	Precio Unitario FOB	Precio CIF (contenedor compartido)
Jeringuilla	Shanghai Intrag Medical Techs Co., Ltd.	Shanghai, China	500.000	1ml	\$ 0,039	\$ 0,042
				0.5ml	\$ 0,034	\$ 0,037
				3ml	\$ 0,014	\$ 0,017
	Jiangsu Jichun Medical Devices Co., Ltd.	Shanghai, China	100.000	1mL	\$ 0,034	\$ 0,037
				2mL	\$ 0,019	\$ 0,022
				3mL	\$ 0,017	\$ 0,020
				5mL	\$ 0,032	\$ 0,035
				20mL	\$ 0,036	\$ 0,039
				50mL,	\$ 0,038	\$ 0,041
	Nantong TrusCare Medical Group Co., Ltd.	Shanghai, China	100.000	1mL	\$ 0,035	\$ 0,038
				3mL	\$ 0,018	\$ 0,021
				5mL	\$ 0,0325	\$ 0,035
				20mL	\$ 0,0355	\$ 0,0355
				50mL,	\$ 0,0365	\$ 0,039
	Bayer Medical Care Inc	United States	100.000	1mL	\$ 0,039	\$ 0,042
				2mL	\$ 0,023	\$ 0,026
				3mL	\$ 0,021	\$ 0,024

				5mL	\$ 0,035	\$ 0,038
				20mL	\$ 0,039	\$ 0,042
				50mL,	\$ 0,042	\$ 0,045
Mascarillas	Hubei Fullcare Protective Products Co., Ltd.	Wuhan, China	5.000	Estándar	\$ 0,015	\$ 0,018
	Promed (Wuhan) Protective Product Co., Ltd.	Wuhan, China	100.000	Estándar	\$ 0,0255	\$ 0,0258
	Wuhan Woohoo Co., Ltd.	Shanghai, China	1.000	Estándar	\$ 0,02	\$ 0,023
	Thai Hospital Product co. ltda	Tailandia	50.000	Estándar	\$ 0,031	\$ 0,034
Guantes quirúrgicos	Qingdao Xiyue International Trading Co., Ltd.	Qingdao, China	100.000	Estándar : Multitallas	\$ 0,05	\$ 0,053
	Pidegree Enterprise Limited	Malaysia	10.000	Estándar : Multitallas	\$ 0,06	\$ 0,063
	Advance International corp.	Shanghai, China	10.000	Estándar : Multitallas	\$ 0,04	\$ 0,043
	P.T. Wrp Buana Multicorpora	Indonesia	15.000	Estándar : Multitallas	\$ 0,06	\$ 0,063
Equipo de venoclisis	Shanghai Medical Instruments Impt. & Expt. Co., Ltd.	Shanghai, China	20.000	Ventila spike, Cámara de goteo, el líquido del filtro, regulador de flujo,	\$ 0,09	\$ 0,11

				tubo de látex, conector Luer Lock.		
	Caesarea Medical Electronics Ltd.	Israel	25.000	Ventila spike, Cámara de goteo, el líquido del filtro, regulador de flujo, tubo de látex, conector Luer Lock.	\$ 0,19	\$ 0,21
	Anhui Kangda Medical Products co. Ltd.	Shanghai, China	25.000	Ventila spike, Cámara de goteo, el líquido del filtro, regulador de flujo, tubo de látex, conector Luer Lock.	\$ 0,15	\$ 0,17

Fuente: (Icontainers, 2018), (Alibaba, 2018), (Banco Mundial, 2018), (Quiminet, 2018)

Elaborado por: Leonor del Consuelo Maldonado Pinzón

De los proveedores señalados se consideran los que poseen el menor precio considerando que todos poseen y cumplen con las normas de calidad tanto ISO como INEN, es así que en la siguiente tabla se identifican los proveedores elegidos y el monto total CIF.

**Tabla 31: Proveedores elegidos**

<b>Producto</b>	<b>Empresa</b>	<b>Cantidad mínima</b>	<b>Cantidad requerida (trimestral)</b>	<b>Especificación</b>	<b>Precio CIF (contenedor compartido)</b>	<b>Precio final total</b>
Jeringuilla	Jiangsu Jichun Medical Devices Co., Ltd.	100.000	4000	1mL	\$ 0,037	\$ 2.508,00
			4000	2mL	\$ 0,022	
			20000	3mL	\$ 0,020	
			40000	5mL	\$ 0,035	
			10000	20mL	\$ 0,039	
			2000	50mL,	\$ 0,041	
Mascarillas	Hubei Fullcare Protective Products Co., Ltd.	5.000	80000	Estándar	\$ 0,018	\$ 90
Guantes quirúrgicos	Advance International corp.	10.000	100.000	Estándar Multitallas	\$ 0,043	\$ 430
Equipo de	Shanghai Medical	20.000	100.000		\$ 0,11	\$ 2200

venocli s	Instrument s Impt. & Expt. Co., Ltd.					
--------------	---	--	--	--	--	--

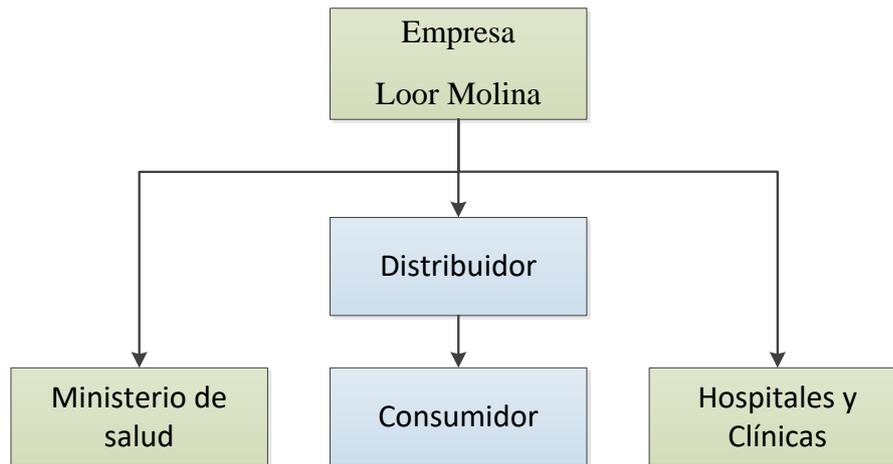
Fuente: (Icontainers, 2018), (Alibaba, 2018), (Banco Mundial, 2018), (Quiminet, 2018)  
Elaborado por: Leonor del Consuelo Maldonado Pinzón

De los proveedores elegidos tres se encuentran en Shanghai y uno en Wuhan, todos en China y el presupuesto necesario es trimestralmente de \$ 5.228,00 dólares ya en términos CIF.

### 4.2.3. Comercialización

La comercialización de la empresa, considerando el aumento de la actividad importadora, deberá considerar el aumento de un canal de distribución corto, pues tienen la posibilidad de ampliar su mercado a distribuidores, ofreciéndoles precios competitivos.

Figura 18: Canal de distribución



Elaborado por: Leonor del Consuelo Maldonado Pinzón

En la figura se muestra en color celeste el canal corto que aumenta, añadiéndole a los canales directos base establecidos, a los cuales se enfocaba con las ventas a través del portal de compras públicas para el ministerio de salud y la venta a empresas privadas como hospitales y clínicas, formando en conjunto un canal de distribución mixto.

Entre los principales clientes de la empresa está el Ministerio de Salud Pública a nivel nacional, IESS, Fundación benéfica y solidaria, Mediestec S. A., Maternidad municipal Lomas de Sargentillo, Pedro Pablo Quimis, Comercial Aysén y Medibrale S.A.

De igual manera tomando en cuenta la pregunta 12 de la encuesta, se recomienda que se provea un servicio postventa, pues apenas un 13,16% de empresas en el mismo mercado lo ofrecen, lo que lo convierte en un valor agregado.

### 4.3. ESTUDIO TÉCNICO

En el estudio técnico se identificarán la localización, tamaño, y se describirán los diferentes procesos que se realizan para la comercialización de productos, de igual manera se agrega el apartado correspondiente para el desarrollo de la importación de los productos e insumos elegidos.

#### 4.3.1. Localización

A continuación se describe la localización de la empresa tanto a nivel macro como micro.

En relación a la macrolocalización, la empresa está ubicada en el País: Ecuador, Provincia: Guayas, Cantón: Guayaquil.

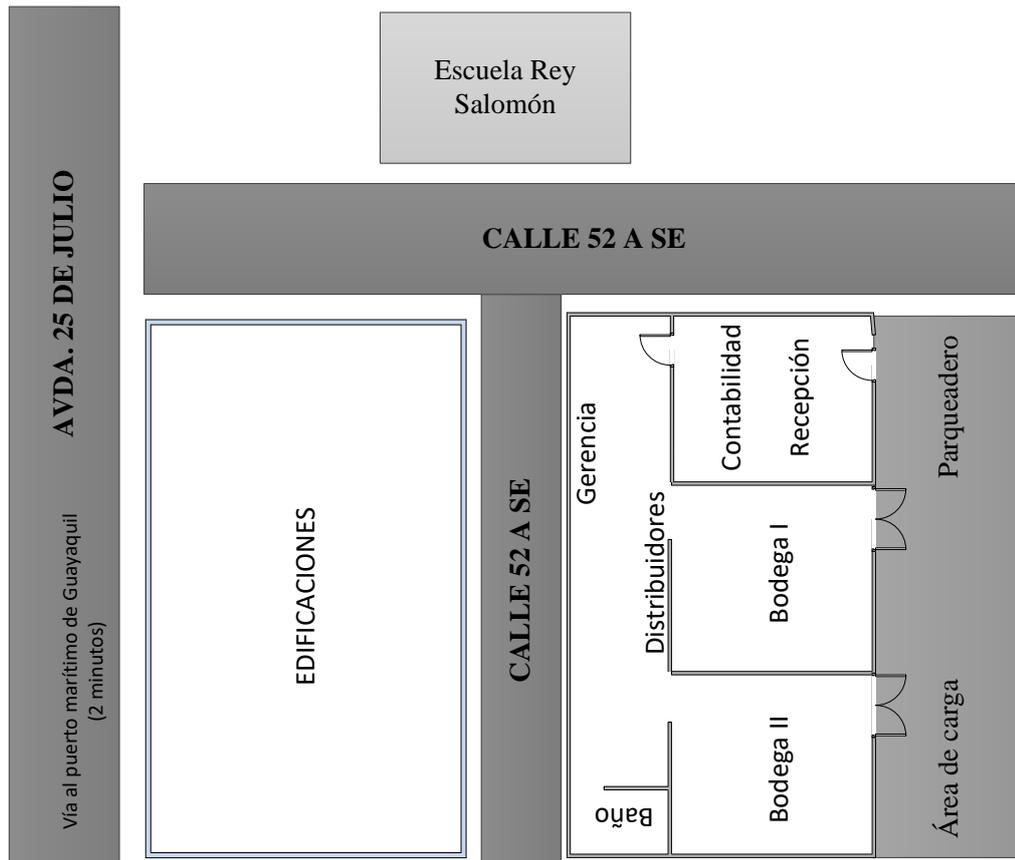
**Figura 19: Macrolocalización**



Fuente: <https://commons.wikimedia.org/w/index.php?curid=7747393>

En cuanto a la microlocalización, la empresa se encuentra en el Guasmo Central Coop. “Los Últimos seremos los Primeros” Mz. E \*Solar 43\*.

**Figura 20: Microlocalización**



Fuente: Empresa Loor Molina (2018)

La localización de la empresa es beneficiosa para el desarrollo de actividades importadoras, dado que se encuentra cerca al puerto marítimo, lo que beneficia los costos de transporte.

#### 4.3.2. Tamaño

El tamaño de la empresa se lo considera en relación a las ventas, mismas que ascendieron a:

**Tabla 32: Ventas**

<b>Año</b>	<b>Ventas</b>
2015	\$ 996.747,00
2016	\$ 834.565,00
2017	\$ 689.343,00
2018 (p)	\$ 840.218,33

Fuente: Empresa Loor Molina (2018)

Considerando las ventas según la normativa ecuatoriana la empresa se la cataloga como una pequeña empresa, pues sus ventas están entre los cien mil y el millón de dólares.

### **4.3.3. Proceso de importación**

### **4.3.4. Requisitos y documentos para importar**

A continuación se identifica los procesos y documentos requeridos para la realización de la importación.

#### **4.3.4.1.Registro único de contribuyente**

El registro único de contribuyente RUC es un instrumento otorgado por la administración tributaria, el cual permite registrar e identificar a una persona natural jurídica como contribuyente, es necesario para poder realizar cualquier tipo de actividad económica sea permanente o eventual. La empresa Loor Molina al poseer actividades de distribución de insumos y equipos médicos ya posee un RUC, el cual es 1302151467001, conformada por la cédula de identidad del representante legal, más el agregado 001.

#### **4.3.4.2. Certificado digital para firma electrónica**

El certificado digital es un “documento digital mediante el cual la autoridad de certificación asegura la vinculación entre la identidad del usuario, su calve pública y privada.” (Banco Central del Ecuador, 2018, pág. 9)

Por otro lado el certificado de firma electrónica es un archivo que “certifica la vinculación de una forma electrónica con una persona determinada, a través de un proceso de comprobación que confirma su identidad” (Banco Central del Ecuador, 2018, pág. 10)

En Ecuador solo existen 2 instituciones calificadas para otorgar el certificado digital para firma electrónica y son el Banco Central del Ecuador y Security Data.

#### 4.3.4.2.1. Pasos para obtener el certificado digital para firma electrónica: BCE

Para obtener el certificado digital para firma electrónica en el Banco central del Ecuador, se deberán seguir lo siguientes pasos:

1. Ingresar a sitio web del Banco Central del Ecuador <https://www.bce.fin.ec/>
2. Acceder a la pestaña “Productos y servicios” o ingresamos directamente a la dirección:  
<https://www.bce.fin.ec/index.php/servicios-bancarios>  
Dentro de esta, se ingresa a certificación electrónica en la parte derecha del sitio web.  
Ver anexo No 9.
3. Dentro del menú, se accede a firma electrónica: solicitud de certificado e ingreso a formulario de solicitud. Ver anexo No 10,11.

Para el ingreso al formulario de la solicitud se debe conocer y poseer los siguientes requisitos:

- Conocer el número de registro único de contribuyente.
- Digitalizado de papeleta de votación actualizada, con las debidas excepciones de ley
- Autorización signada por el representante legal, la cual se muestra a continuación:

<p>“Se deberá incluir el formato de la empresa”</p>
Ciudad, fecha No. de oficio
Economista JUAN BERNARDO CHIRIBOGA ANDRADE MARÍN <b>DIRECTOR NACIONAL DE SERVICIOS FINANCIEROS</b> Banco Central del Ecuador Presente
<b>Asunto: Autorización de Certificados Digitales para funcionarios de (digitar el Nombre de la empresa)</b>
De mi consideración:

En mi calidad de Representante Legal de (Nombre de la Empresa), solicito a usted la emisión de los certificados digitales de Firma Electrónica para los siguientes funcionarios de esta entidad:

#	Titular	Cargo
1		
2		
.		

**Persona de contacto:**

*Nombre:*

*Teléfono:*

Correo electrónico:

Atentamente,

\_\_\_\_\_

Nombre

Representante Legal

4. Se debe considerar que la empresa Loor Molina debe estar previamente registrada, lo que se lo puede realizar mediante el link: <https://www.eci.bce.ec/web/guest/registro-empresa-requisitos>

De igual manera para el registro se debe poseer los documentos escaneados y en formato PDF, cuyo tamaño deberá ser de menos de un megabyte y perfectamente legibles, entre estos:

- RUC de la organización.
- Nombramiento del representante legal o delegado de ser el caso.
- Cedula o pasaporte a color

5. Ingreso al formulario de solicitud y llenado de datos. Ver anexo No 12.
6. Una vez ingresados los datos y subidos los archivos (cedula, recibo de servicio básico, papeleta de votación), se esperara a obtener la confirmación por correo electrónico, con los valores a cancelar según el servicio elegido.

7. Una vez confirmado, habrá que acercarse al registro civil (agencia escogida) donde se verifican los datos y se tomará una foto, la cual será anexada a los datos ingresados.
8. Entrega del dispositivo token

Las tarifas vigentes de los certificados están expuestas en la Resolución Administrativa No.BCE-0115-2015, y se las detalla a continuación:

**Tabla 33: Tarifas**

<b>PRODUCTO / SERVICIO</b>	<b>VIGENCIA</b>	<b>TARIFA</b>
Certificado Digital (Token, Archivo, Roaming HSM)	2 años	\$ 27,00
Renovación Certificado Digital (Token, Archivo, Roaming HSM)	2 años	\$ 18,00
Sellado de Tiempo - Plan Anual Ilimitado	1 año	\$ 250,00
Aplicativo ESP para Roaming (Windows y Mac)		\$ 25,00
Dispositivo TOKEN		\$ 22,00
API Intisign para firma y sellado de tiempo		\$ 00,00
Recuperación del certificado		\$ 00,00
<b>CERTIFICADO SSL APLICACIONES BANCO CENTRAL</b>	<b>VIGENCIA</b>	<b>TARIFA</b>
Certificado SSL	2 años	\$ 27,00
Renovación Certificado SSL	2 años	\$ 18,00

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2018)

#### **4.3.4.2.2. Pasos para obtener el certificado digital para firma electrónica: Security Data**

Security Data es una organización certificadora de firma electrónica, la cual está autorizada por la Comisión Nacional de Telecomunicaciones, para la prestación de algunos servicios y para el caso, específicamente el de firma electrónica. (Security Data , 2018)

Para obtener la firma electrónica en Security Data se seguirán los siguientes pasos:

1. Enviar los siguientes requisitos por correo electrónico, el tiempo de demora es de 3 horas:
  - Cédula o pasaporte escaneada a color
  - Papeleta de votación en todos los casos que sea exigida.
  - Formulario de representante legal. Ver anexo No 13.
2. Una vez que se aprueben los documentos enviados, se recibirá en el mail la factura e información de pago.
3. Una vez realizado el pago se agenda una cita.
4. Asistir a la cita con la documentación original.
5. Entrega de la firma electrónica.

Existen 3 tipos: El Ecuapass3003, el cual abarca Aduana Ecuapass, facturación electrónica mediante aplicación del servicios de rentas internas, quipux, petroamazonas, certificados de origen, Sercop, correo seguro y firma de documentos electrónicos, el Token Biopass, en el cual el acceso al certificado es mediante huella digital y el Epass1000 para facturación electrónica mediante aplicativo del SRI, quipux, correo electrónico y firma de documentos electrónicos. (Securitydata, 2018)

**Tabla 34: Tarifas: Security Data**

Vigencia	Certificados de Firma Electrónica en Token (Incluye firma electrónica y token)			Renovación de certificados de firma electrónica en Token
	Epass3003	Epass1000	Biopass	
1 año	\$ 49,50	\$ 45,75	\$ 49,50	\$ 22,00
2 años	\$ 65,10	\$ 61,35	\$ 65,10	\$ 37,60
3 años	\$ 84,42	\$ 80,67	\$ 84,42	\$ 56,92
4 años	\$ 107,88	\$ 104,13	\$ 107,88	\$ 80,38
5 años	\$ 135,15	\$ 131,40	\$ 135,15	\$ 107,65
6 años ( Solo para personas naturales)	\$ 158,59	\$ 154,84	\$ 158,59	\$ 131,09

Fuente: (Security Data , 2018)

#### **4.3.4.3.Registro en el ECUAPASS**

Para el registro en Ecuapass se seguirán lo siguientes pasos, basados en lo expuesto por la página de aduanas del Ecuador.

1. Descargar el navegador “SENAE browser instalador”
2. Ingresar a Ecuapass
3. Registrar usuario en Ecuapass
4. Registrarse como representante, llenando los datos requeridos generales. Ver anexo No 14.

#### **4.3.4.4.Aranceles a pagar**

A continuación se desglosan todos los aranceles y pagos a realizar en una importación, los mismos se los deben calcular a partir del valor CIF (Costo, flete y seguro) y se cancelan directamente al estado ecuatoriano. (REIARM, 2014)

1. **IMPUESTO A SALIDA DE CAPITALS:** Tomando en cuenta que se realizará una importación y que el dinero saldrá del Ecuador hacia los países elegidos, se paga el 5% sobre el valor pagado.
2. **AD-VALOREM:** Se refiere al arancel cobrado a las mercancías, como se examinó en el detalle de los productos tanto las jeringuillas, como guantes y equipo de venoclisis no pagan este arancel, no así los guantes quirúrgicos que tiene un pago del 15%. (Ministerio de Comercio Exterior, 2018)
3. **FONDO DE DESARROLLO PARA INFANCIA:** Es un impuesto administrado por el Instituto nacional del niño y la familia y es el 0,5% del valor CIF.
4. **IMPUESTO A LOS CONSUMOS ESPECIALES:** Es un impuesto administrado por el Servicio de Rentas Internas, el mismo varía según los bienes o servicios importados, pero según el (Ministerio de Comercio Exterior, 2018), ninguno de los productos a importar por la Empresa Loor Molina paga este impuesto.

5. **IMPUESTO AL VALOR AGREGADO:** Es un impuesto administrado por el Servicio de Rentas Internas, para los productos elegidos es del 12%, de todas maneras es considerado como crédito tributario, dado que el pago del mismo será pagado por El cliente final.
6. **SALVAGUARDAS:** Son recargos advalorem, arancelario especial y restricción cuantitativa, según el (Ministerio de Comercio Exterior, 2018), los productos elegidos no poseen ninguna de estas salvaguardas.

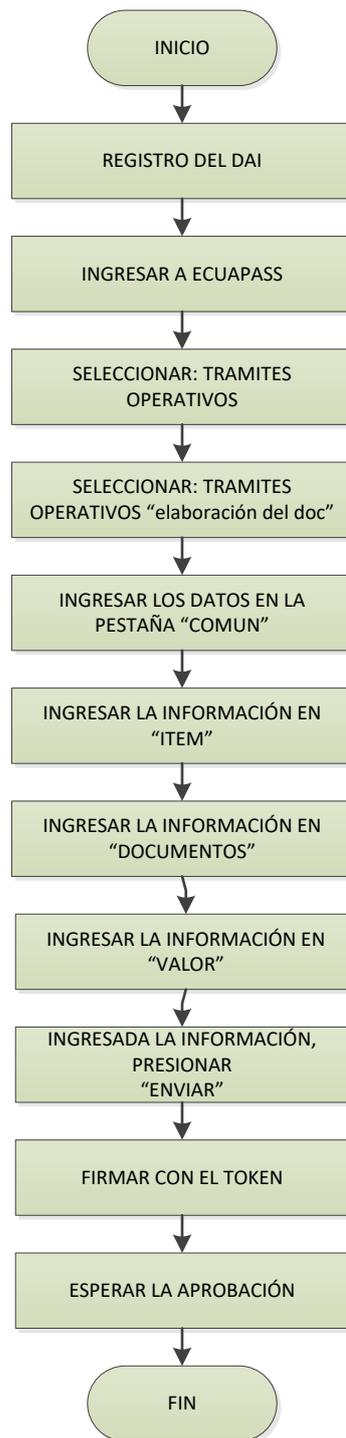
En cuanto a valores a pagar que no están dirigidos al estado están: el agente aduanero, la almacenera, gastos de destino, transporte interno, legalización de documentos, comisiones bancarias, garantías. (REIARM, 2014)

#### **4.3.4.5. Declaración aduanera de importación**

Para poder realizar una importación es necesario llenar la declaración aduanera de importación (DAI), la cual es llenada por un agente de aduana y es un formulario en el que se “registra la información general relativa a la mercadería que está siendo objeto de importación” (Jurado, 2015)

Para la contratación del agente de aduana se adjunta en el anexo 16 a los agentes aduaneros afianzados de aduana en el Ecuador.

Figura 21: Procesos de importación



Fuente: (Jurado, 2015)

Elaborado por: Leonor del Consuelo Maldonado Pinzón

Una vez entregada la documentación se procede al despacho, y existen algunos tipos de aforo a considerar:

**Tabla 35: Tipos de aforo**

<b>Canal de Aforo</b>	<b>Descripción</b>
<b>Canal de Aforo Automático</b>	Es la modalidad de despacho que se efectúa mediante la validación electrónica de la Declaración Aduanera a través del sistema informático con la aplicación de perfiles de riesgo establecidos por el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.
<b>Canal de Aforo Electrónico</b>	Consiste en la verificación de la Declaración Aduanera y/o de sus documentos de acompañamiento y de soporte, contrastados con la información que conste registrada en el sistema informático del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador
<b>Canal de Aforo físico</b>	Es el reconocimiento físico de las mercancías, para comprobar su naturaleza, origen, condición, cantidad, peso, medida, valor en aduana y/o clasificación arancelaria, en relación a los datos contenidos en la Declaración Aduanera y sus documentos de acompañamiento y de soporte, contrastados con la información que conste registrada en el sistema informático del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador
<b>Canal de aforo documental</b>	Es la completa revisión de los documentos habilitantes para la importación, en la cual se verifica la concordancia de la información de la mercadería, si se encuentra todo en regla la mercadería tiene la autorización de salida de manera inmediata.

Fuente: (REIARM, 2014)

Una vez aprobados y realizados los aforos se procede al retiro de la mercadería, precio los pagos requeridos por la ley.

#### **4.4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL**

En el presenta apartado se diseñan los lineamientos estratégicos como la misión, visión y estructura organizacional.

#### **4.4.1. Diseño de la misión**

La misión es la razón de ser de una organización, la misma está definida por los roles que se ejecutan para el desarrollo de sus actividades. (Secretaría Nacional de Planificación, 2014)

Para su diseño se deben responder a los siguientes criterios:

¿Qué hace la organización?

Comercializar equipos e insumos médicos

¿Para qué?

Para satisfacer la demanda de las clínicas y hospitales

¿Cómo?

A través de productos de calidad y precio justo

¿Con qué?

Con políticas orientadas al servicio

¿Con que criterios?

Con responsabilidad y respeto al medio ambiente.

Por lo tanto la misión queda declarada de la siguiente manera:

Comercializar equipos e insumos médicos, para satisfacer la demanda de las clínicas y hospitales, a través de productos de calidad y precio justo, con políticas orientadas al servicio, basados en criterios de responsabilidad y respeto al medio ambiente.

#### **4.4.2. Diseño de la visión**

La visión de la empresa corresponde al enunciado que indica a donde quiere llevar la dirección a la organización en el medio plazo. (Secretaría Nacional de Planificación, 2014)

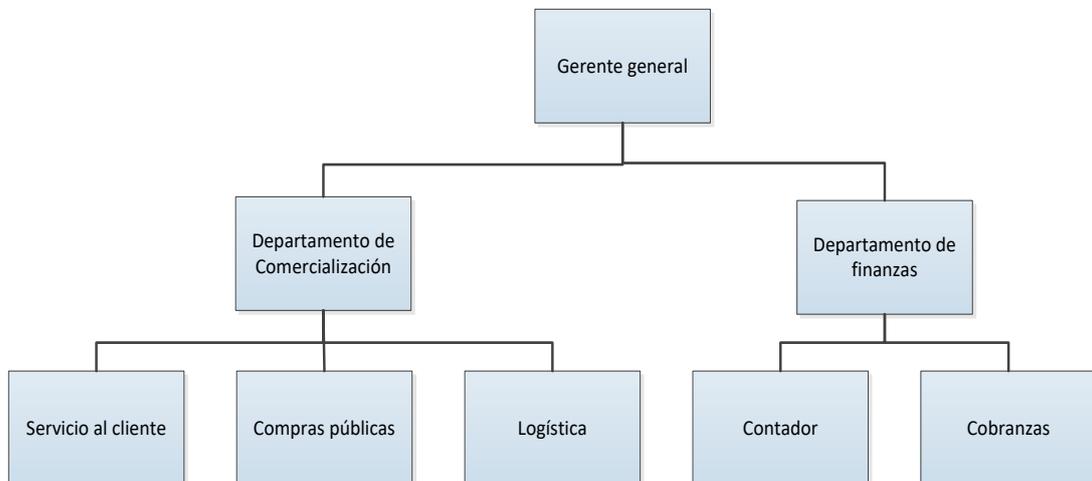
Para el desarrollo de la misma se deberá contestar la pregunta ¿Dónde se quiere que la empresa este en los próximos 3 años?

La Empresa Loor Molina al 2021 aumentar su segmento de mercado, satisfaciendo a la mayoría de clínicas y hospitales de la ciudad de Guayaquil y provincias aledañas, con productos de calidad y a un precio competitivo.

#### 4.4.3. Estructura orgánica

Considerando que la empresa no posee una estructura organizacional, se procede en base a los puestos existentes su procede a diseñar la misma.

**Figura 22: Organigrama**



Fuente: Empresa Loor Molina

Elaborado por: Leonor del Consuelo Maldonado Pinzón

## 4.5. ESTUDIO FINANCIERO

En el estudio financiero se calculan los costos de importación y se identifica el costo final de cada producto, de igual manera se plantea una comparación entre los resultados considerando la situación actual y la situación proyectada con las importaciones.

### 4.5.1. Costo de los productos importados en términos FOB y CIF

A continuación se muestran las unidades a producir con sus respectivos valores en términos FOB, es decir en el puerto de origen y también en términos CIF, es decir ya en

el puerto de destino, considerando los valores de transporte en contenedor compartido, el seguro y el flete, se debe tomar en cuenta que al mismo aún se aumentan los aranceles y tributos existentes.

**Tabla 36: Costo FOB y CIF**

<b>Productos</b>	<b>Unidades</b>	<b>Costo unitario FOB</b>	<b>Costo unitario CIF</b>	<b>Costo total FOB</b>	<b>Costo total CIF</b>
Jeringuillas 1 ml	4000	\$ 0,034	\$ 0,037	\$ 136,00	\$ 148,00
Jeringuillas 2 ml	4000	\$ 0,019	\$ 0,022	\$ 76,00	\$ 88,00
Jeringuillas 3 ml	20000	\$ 0,017	\$ 0,020	\$ 340,00	\$ 400,00
Jeringuillas 5 ml	40000	\$ 0,032	\$ 0,035	\$ 1.280,00	\$ 1.400,00
Jeringuillas 20 ml	10000	\$ 0,036	\$ 0,039	\$ 360,00	\$ 390,00
Jeringuillas 50 ml	2000	\$ 0,038	\$ 0,041	\$ 76,00	\$ 82,00
Mascarillas 100 unidades	80000	\$ 0,015	\$ 0,018	\$ 1.200,00	\$ 1.440,00
Guantes quirúrgicos la caja de 50 pares	100000	\$ 0,040	\$ 0,043	\$ 4.000,00	\$ 4.300,00
Equipo de venoclisis	100000	\$ 0,090	\$ 0,110	\$ 9.000,00	\$ 11.000,00

Fuente: Tabla 30

Considerando los costos de transporte marítimo algunos poseen una carga más grande por el espacio que ocupan, por lo que a mayor cantidad de producto su valor es más alto.

#### 4.5.2. Impacto de los aranceles en el costo final

Tabla 37: Impacto de los aranceles en el costo final

Productos	Costo total FOB	Costo total CIF	Fondo INNFA 0,05%	IVA 12%	Ad valorem mascarillas* (15%)	ISD 5%	Declaración - Aforo - Inspección CORPEI	Costo Total
Jer 1 ml	\$ 136,00	\$ 148,00	\$ 7,40	\$ 17,76	-	\$ 6,80	\$ 5,33	\$ 185,29
Jer 2 ml	\$ 76,00	\$ 88,00	\$ 4,40	\$ 10,56	-	\$ 3,80	\$ 5,33	\$ 112,09
Jer 3 ml	\$ 340,00	\$ 400,00	\$ 20,00	\$ 48,00	-	\$ 17,00	\$ 26,67	\$ 511,67
Jer 5 ml	\$ 1.280,00	\$ 1.400,00	\$ 70,00	\$ 168,00	-	\$ 64,00	\$ 53,33	\$ 1.755,33
Jer 20 ml	\$ 360,00	\$ 390,00	\$ 19,50	\$ 46,80	-	\$ 18,00	\$ 13,33	\$ 487,63
Jer 50 ml	\$ 76,00	\$ 82,00	\$ 4,10	\$ 9,84	-	\$ 3,80	\$ 2,67	\$ 102,41
Mascarillas	\$ 1.200,00	\$ 1.440,00	\$ 72,00	\$ 172,80	\$ 216,00	\$ 60,00	\$ 106,67	\$ 1.851,47
Guantes quir.	\$ 4.000,00	\$ 4.300,00	\$ 215,00	\$ 516,00	-	\$ 200,00	\$ 133,33	\$ 5.364,33
Eq. venoclisis	\$ 9.000,00	\$ 11.000,00	\$ 550,00	\$ 1.320,00	-	\$ 450,00	\$ 133,33	\$ 13.453,33

Fuente: Tabla 36

En la tabla anterior se calcula el aporte al INNFA del 0,05%, el impuesto al valor agregado del 12% y en el caso específico de las mascarillas se paga un arancel ad-valorem del 15%, de igual manera se aporta con el 5% del valor en términos FOB para el impuesto a la salida de capitales y en cuanto a pagos de declaración, aforo, inspección y corpei se los ha prorrateado en función del número de unidades dado que por cuestiones de trámites y costos de transporte, se planea traer todos los productos en un único contenedor, así los productos sean de proveedores diferentes.

#### 4.5.3. Cálculo del beneficio de la importación

Al conocer todos los procesos de importación desde los proveedores hasta los trámites e insumos a pagar, es necesario conocer si las importaciones poseen un impacto beneficioso para la empresa, cuantificando el mismo.

**Tabla 38: Cálculo del beneficio de la importación**

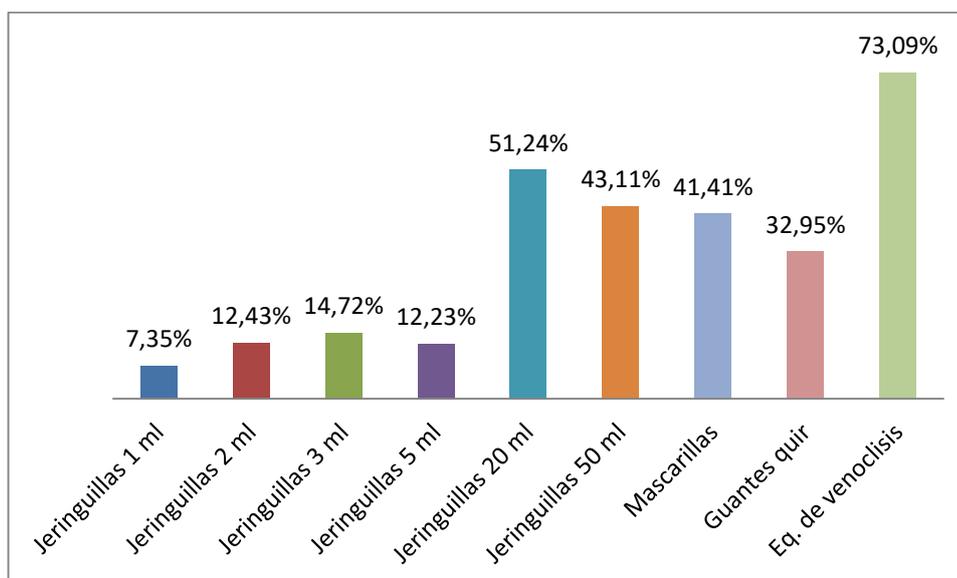
Productos	Unidades	Costo unitario por producto importado	Costo unitario por producto "Proveedor actual"	Diferencia de costos	Ahorro Total	Variación relativa del costo unitario
Jer 1 ml	4000	\$ 0,0463	\$ 0,0500	\$ 0,0037	\$ 14,71	7,35%
Jer 2 ml	4000	\$ 0,0280	\$ 0,0320	\$ 0,0040	\$ 15,91	12,43%
Jer 3 ml	20000	\$ 0,0256	\$ 0,0300	\$ 0,0044	\$ 88,33	14,72%
Jer 5 ml	40000	\$ 0,0439	\$ 0,0500	\$ 0,0061	\$ 244,67	12,23%
Jer 20 ml	10000	\$ 0,0488	\$ 0,1000	\$ 0,0512	\$ 512,37	51,24%
Jer 50 ml	2000	\$ 0,0512	\$ 0,0900	\$ 0,0388	\$ 77,59	43,11%
Mascarillas	80000	\$ 0,0231	\$ 0,0395	\$ 0,0164	\$ 1.308,53	41,41%
Guantes quir.	100000	\$ 0,0536	\$ 0,0800	\$ 0,0264	\$ 2.635,67	32,95%
Eq. venoclisis	100000	\$ 0,1345	\$ 0,5000	\$ 0,3655	\$ 36.546,67	73,09%

Fuente: Tabla 36

Como se puede observar la diferencia de los costos en las jeringuillas de 1, 2, 3 y mililitros es menos de un centavo, por lo que el beneficio está directamente relacionado a la cantidad adquirida, es decir poseen una relación directamente proporcional, por lo tanto, mientras mayor cantidad de producto importada mayor beneficio.

En cuanto a los demás productos su beneficio no viene específicamente relacionado a la cantidad de producto adquirido, sino a una diferencia significativa del costo pues las jeringuillas de 20 y 50 mililitros posee variaciones costo de 51,24% y 43,11% respectivamente, las mascarillas un 41,41%, los guantes un 32,95% y los equipos de Venocclisis son los que mayor beneficio poseen al variar su costo unitario un 73,09%.

**Figura 23: Beneficio por producto**



Fuente: Tabla 38

Elaborado por: Leonor del Consuelo Maldonado Pinzón

En la figura se identifica claramente los productos que poseen un mayor beneficio al reducirse su costo unitario significativamente, siendo los principales las jeringuillas de 20 ml, jeringuillas de 50 ml, las mascarillas, los guantes quirúrgicos y el equipo de venocclisis.

#### **4.5.4. Impacto de la importación y comercialización**

Para determinar el impacto de la importación y comercialización en las utilidades brutas se proyectan 2 resultados, uno base con el costo actual de los productos y uno con el costo de importación, determinando las utilidades en ambos casos y la diferencia será el beneficio de la importación trimestral.

**Tabla 39: Proyección de beneficios – proveedor actual**

<b>Producto</b>	<b>Unidades</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Precio de venta</b>	<b>Ventas</b>	<b>Costo</b>	<b>Utilidad</b>
Jer 1 ml	4000	\$ 0,05	\$ 0,10	\$ 400,00	\$ 200,00	\$ 200,00
Jer 2 ml	4000	\$ 0,03	\$ 0,06	\$ 240,00	\$ 128,00	\$ 112,00
Jer 3 ml	20000	\$ 0,03	\$ 0,08	\$ 1.600,00	\$ 600,00	\$ 1.000,00
Jer 5 ml	40000	\$ 0,05	\$ 0,10	\$ 4.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
Jer 20 ml	10000	\$ 0,10	\$ 0,18	\$ 1.800,00	\$ 1.000,00	\$ 800,00
Jer 50 ml	2000	\$ 0,09	\$ 0,17	\$ 340,00	\$ 180,00	\$ 160,00
Mascarillas	80000	\$ 0,04	\$ 5,25	\$ 420.000,00	\$ 3.160,00	\$ 416.840,00
Guantes quir.	100000	\$ 0,08	\$ 6,75	\$ 675.000,00	\$ 8.000,00	\$ 667.000,00
Eq. venoclisis	100000	\$ 0,50	\$ 0,72	\$ 72.000,00	\$ 50.000,00	\$ 22.000,00
<b>Total</b>	-	-	-	\$ 1.175.380,00	\$ 65.268,00	\$ 1.110.112,00

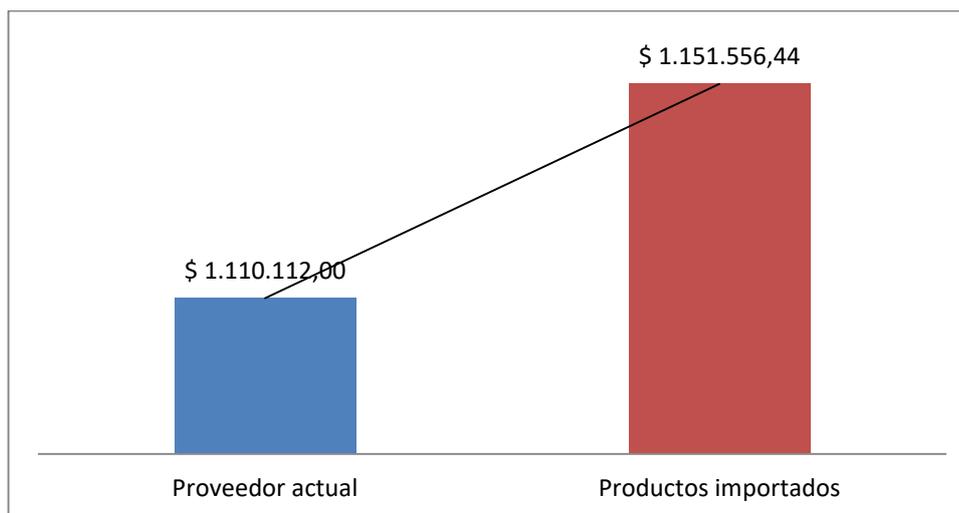
Fuente: Tabla 3

**Tabla 40: Proyección de beneficios – Productos importados**

<b>Producto</b>	<b>Unidades</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Precio de venta</b>	<b>Ventas</b>	<b>Costo</b>	<b>Utilidad</b>
Jer 1 ml	4000	\$ 0,0463	\$ 0,10	\$ 400,00	\$ 185,29	\$ 214,71
Jer 2 ml	4000	\$ 0,0280	\$ 0,06	\$ 240,00	\$ 112,09	\$ 127,91
Jer 3 ml	20000	\$ 0,0256	\$ 0,08	\$ 1.600,00	\$ 511,67	\$ 1.088,33
Jer 5 ml	40000	\$ 0,0439	\$ 0,10	\$ 4.000,00	\$ 1.755,33	\$ 2.244,67
Jer 20 ml	10000	\$ 0,0488	\$ 0,18	\$ 1.800,00	\$ 487,63	\$ 1.312,37
Jer 50 ml	2000	\$ 0,0512	\$ 0,17	\$ 340,00	\$ 102,41	\$ 237,59
Mascarillas	80000	\$ 0,0231	\$ 5,25	\$ 420.000,00	\$ 1.851,47	\$ 418.148,53
Guantes quir.	100000	\$ 0,0536	\$ 6,75	\$ 675.000,00	\$ 5.364,33	\$ 669.635,67
Eq. venoclisis	100000	\$ 0,1345	\$ 0,72	\$ 72.000,00	\$ 13.453,33	\$ 58.546,67
<b>Total</b>	-	-	-	\$ 1.175.380,00	\$ 23.823,56	\$ 1.151.556,44

Fuente: Tabla 37

**Figura 24: Variación entre las utilidades**



Fuente: Tabla 39

Elaborado por: Leonor del Consuelo Maldonado Pinzón

Como se aprecia en la figura existe una variación positiva de las utilidades de \$ 41.444,44, que sería el beneficio trimestral cuantificado de importar los productos directamente. Es necesario considerar además que la empresa puede enfocarse en importar solo los productos que le brindan mayores beneficios monetarios como son las mascarillas, los guantes quirúrgicos y el equipo de venoclisis.

#### **4.5.5. Análisis de rentabilidad**

La rentabilidad mide la relación entre los beneficios y la inversión, costos o esfuerzo para llegar a la misma, a continuación se muestran los indicadores de rentabilidad de ventas en relación a los costos, para poder definir la diferencia entre el antes y después de las importaciones.

Rentabilidad antes de importar

$$\text{Rentabilidad antes de importar } (ai) = \frac{\text{Utilidad } ai}{\text{Ventas } ai}$$

$$\text{Rentabilidad antes de importar } (ai) = \frac{\$ 1.110.112}{\$ 1.175.380}$$

$$\text{Rentabilidad antes de importar (ai)} = 94,45\%$$

Rentabilidad después de importar

$$\text{Rentabilidad despues de importar (di)} = \frac{\text{Utilidad ai}}{\text{Ventas ai}}$$

$$\text{Rentabilidad antes de importar (di)} = \frac{\$ 1.151.556,44}{\$ 1.175.380}$$

$$\text{Rentabilidad antes de importar (di)} = 97,97\%$$

Impacto de la rentabilidad

$$\text{Impacto en la rentabilidad} = \text{rentabilidad di} - \text{rentabilidad ai}$$

$$\text{Impacto en la rentabilidad} = 97,97\% - 94,45\%$$

$$\text{Impacto en la rentabilidad} = 3,73\%$$

Ambos indicadores de rentabilidad consideran solo las ventas y utilidad, dejando aparte los costos de operación con el fin de tener una idea clara del aporte de los productos, como se observa la utilidad después de importar es de 97,97%, frente a 94,45% sin tomar en cuenta la actividad importadora, es así que la rentabilidad de la empresa aumenta 3,73% trimestralmente.

## **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **CONCLUSIONES**

Se realizó un análisis interno y externo de la empresa Loor Molina determinando sus oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades y determinando principalmente que no posee lineamientos estratégicos como la misión, visión, organigrama, de igual manera se identificó que algunos de sus productos son adquiridos a otros distribuidores lo que encarece el producto y también existe desconocimiento de cómo importar productos.

Se ha realizado un análisis del mercado internacional para conocer desde que países se puede importar los insumos y equipos médicos, identificando empresas Chinas como Jiangsu Jichun Medical Devices Co., Ltd., Hubei Fullcare Protective Products Co., Ltd., Advance International corp. y Shanghai Medical Instruments Impt. & Expt. Co., Ltd. Mismas que cumplen con los requisitos de calidad INEN y normas de calidad ISO 13485: 2007 referentes a sistema de gestión de calidad aplicable a dispositivos médicos.

Se ha diseñado un proyecto de factibilidad para la importación, comercialización, procesos y documentos de acompañamiento de insumos y equipos médicos, partiendo del estudio de mercado en el cual se identificaron los productos a importar y los proveedores de los mismos, dentro del estudio técnico se analizaron todos los procesos de importación, en el estudio legal administrativo se mitigaron algunas de las debilidades encontradas al diseñar la misión, visión, organigrama, por último en el estudio financiero se demostró que la importación de productos afecta positivamente a las utilidades de la empresa, aumentado las mismas \$ 41.444,44 trimestralmente.

## **RECOMENDACIONES**

Se recomienda a la empresa realizar un análisis interno y externo de su entorno trimestralmente, para poder ir identificando las posibles oportunidades y amenazas, a las que se debe enfrentar, considerando sus fortalezas e identificando las nuevas debilidades, con el fin de mejorar su gestión, no solo en el ámbito de comercialización e importación, si no en las todas las áreas a nivel general de la empresa.

Se recomienda a la empresa identificar otros productos de su extensa gama que puedan ser importados y realizar análisis de proveedores eventuales, con el fin de identificar nuevos proveedores, ofertas o reducción de precios, para poder aprovecharlas, considerando siempre que cumplan con las normas de calidad exigidas por el estado ecuatoriano.

Se recomienda poner en marcha el proyecto de factibilidad para la importación, comercialización, procesos y documentos de acompañamiento de insumos y equipos médicos, pues además de mejorar su área de gestión administrativa al proveerle una misión, visión, organigrama que deberán ser examinadas y aprobadas por gerencia, se determinó que las utilidades afectan positivamente a las utilidades de la empresa.

## BIBLIOGRAFÍA

- Alibaba.** (2018). *Venoclisis*. Recuperado de:  
[https://spanish.alibaba.com/trade/search?fsb=y&IndexArea=product\\_en&CatId=&SearchText=venoclisis&viewtype=G](https://spanish.alibaba.com/trade/search?fsb=y&IndexArea=product_en&CatId=&SearchText=venoclisis&viewtype=G)
- Almeida, A., & Paredes, V.** (2013). *Proyecto de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la importación y comercialización de insumos médicos como llave de 3 vías, jeringuillas y espátulas para farmacias y laboratorios en el distrito metropolitano de Quito provincia de Pichincha*. (Tesis de Pregrado Universidad Politécnica Salesiana). Recuperado de:  
<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/5805/1/UPS-QT04177.pdf>
- Asuaje, C.** (2012). *Derecho Aduanero*. Caracas: Aduanas de Venezuela.
- Ballou, R.** (2014). *Logística*. Ciudad de México: Pearson Educación.
- Banco Central del Ecuador.** (2018). *Tasa de inflación*. Recuperado de:  
[https://contenido.bce.fin.ec/resumen\\_ticker.php?ticker\\_value=inflacion](https://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion)
- Banco Central del Ecuador.** (2018). *Tasas de interés efectivas*. Recuperado de:  
<https://contenido.bce.fin.ec/docs.php?path=/documentos/Estadisticas/SectorMonFin/TasasInteres/Indice.htm>
- Banco Central del Ecuador.** (2018). *Declaración de prácticas de certificación*. Quito: Banco Central del Ecuador.
- Banco Central del Ecuador.** (2018). *Tarifas*. Recuperado de:  
<https://www.eci.bce.ec/tarifas>
- Banco Mundial.** (2018). *Costo de transporte marítimo*. Recuperado de:  
<https://datos.bancomundial.org/indicador/IC.IMP.COST.CD?view=chart>
- Carbaugh, R.** (2014). *Economía Internacional*. Ciudad de México: Cengage Learning Editores.
- Chain, N.** (2015). *Proyectos de Inversión Formulación y Evaluación*. Chile: Pearson Educación
- COPCI.** (2010). *Código orgánico de la producción, comercio e inversiones*. Recuperado de: <https://www.industrias.gob.ec/wp-content/uploads/2017/04/C%C3%B3digo-Org%C3%A1nico-de-la-Producci%C3%B3n-Comercio-e-Inversiones-COPCI.pdf>
- Coss, R.** (2017). *Análisis y evaluación de proyectos de inversión*. México: Limusa.
- Daniels, J., Radebaugh, L., & Sullivan, D.** (2013). *Negocios Internacionales*. Ciudad de México: Pearson Educación.

- Dirección General de Medicamentos, Insumos y Drogas.** (2018). *Dirección General de Medicamentos, Insumos y Drogas.* Recuperado de: <http://www.digemid.minsa.gob.pe/Main.asp?Seccion=760>
- Ecuapass.** (2018). *Principal.* Obtenido de <https://portal.aduana.gob.ec/>
- García, A.** (2016). *Administración Financiera.* México: Universidad Cristóbal Colón.
- Global Harmonization Task Force.** (2006). *Principios para Clasificación de los Dispositivos Médicos.* Sidney: Global Harmonization Task Force.
- Icontainers.** (2018). *Transporte marítimo.* Recuperado de <https://www.icontainers.com/es/transporte-maritimo/puerta-a-puerta/china/>
- Jurado, Y.** (2015). *Declaración aduanera de importación.* Recuperado de: <https://www.aduana.gob.ec/regimenes-aduaneros/dai>
- Kotler, P.** (2014). *Dirección de Mercadotecnia.* Perú: Pearson. Educación
- Lamb, C., Hair, J., & McDaniel, C.** (2011). *Marketing.* México DF: Cengage Learning Editores.
- Martínez, F. & Chávez, G.** (2010). *Administración de proyectos.* México: Prentice-Hall.
- Ministerio de Comercio Exterior.** (2018). *Aranceles del Ecuador.* Recuperado de: <http://arancelesecuador.com/resultados.html?search=jeringuilla&page=1>
- Ministerio de Comercio Exterior.** (2018). *Incoterms.* Recuperado de [http://logistica.comercioexterior.gob.ec/?page\\_id=1101](http://logistica.comercioexterior.gob.ec/?page_id=1101)
- Morales, Z., & Páliz, A.** (2011). *Diseño de un modelo de negocio para la importación y comercialización de insumos médicos y alimentos especiales para personas con diabetes.* (Tesis de pregrado Universidad Católica del Ecuador.) Recuperado de: <http://repositorio.uide.edu.ec/handle/37000/2045>
- Moyano, J., Bruque, S., Maqueira, J., Fidalgo, F., & Martínez, J.** (2011). *Administración de empresas: Un enfoque teórico –práctico .* Madrid: Pearson Educación.
- Ministerio de Economía y Finanzas Públicas.** (2012). *Comisión nacional de comercio exterior: resolución 54.* Recuperado de: <https://www.boletinoficial.gob.ar/pdf/linkQR/OHgzMjQzd28dnrcrdTVReEh2ZkU0dz09>
- Mullins, J., Walker, O., Boyd, H., & Larreche, J.** (2005). *Administración de Marketing.* México: McGraw-Hill/Irwin.
- Muñiz, R.** (2018). *Canales de distribución.* Recuperado de <https://www.marketing-xxi.com/canales-de-distribucion-63.htm>

- Organización Mundial de la Salud.** (2012). *Dispositivos médicos: La gestión de la discordancia*. Ginebra: L'IV Com Sàrl, Villars-sous-Yens.
- Ortíz, R.** (2006). *La gestión contable y tributaria de las importaciones de equipos e insumos médicos: Empresa Loupit S.A.* (Tesis de pregrado Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil). Recuperado de: [http://www.repositorioacademico.ulvr.edu.pe/bitstream/usmp/671/3/ortiz\\_ri.pdf](http://www.repositorioacademico.ulvr.edu.pe/bitstream/usmp/671/3/ortiz_ri.pdf)
- Pinson, L.** (2015). *Anatomía de un Plan de negocios*. Chicago: Dearborn Trade.
- Prefectura de Guayas.** (2012). *Plan de ordenamiento territorial de la provincia del guayas 2012 - 2021*. Guayaquil
- Quiminet.** (2018). *Proveedores de inyección de plástico*. Recuperado de: [https://www.quiminet.com/productos/inyeccion\\_de\\_plastico\\_1570453689/proveedores.htm](https://www.quiminet.com/productos/inyeccion_de_plastico_1570453689/proveedores.htm)
- REIARM.** (2014). *Manual general para importadores*. Recuperado de: [http://www.reiarm.com.ec/docs/manual\\_de\\_importaciones\\_ecuador\\_reiarm.pdf](http://www.reiarm.com.ec/docs/manual_de_importaciones_ecuador_reiarm.pdf)
- Sampieri, R. H., & Baptista, C. F.** (2010). *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill/Irwin.
- Secretaria Nacional de Planificación.** (2014). *Guía metodológica de planificación institucional*. Quito: Imagen Uno.
- Security Data .** (2018). *Firma electrónica*. Recuperado de: <https://www.securitydata.net.ec/tipos-atencion/#cita>
- Securitydata.** (2018). *Precios*. Recuperado de: [https://www.securitydata.net.ec/wp-content/downloads/listas/lista\\_precios.pdf](https://www.securitydata.net.ec/wp-content/downloads/listas/lista_precios.pdf)
- Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.** (2018). *Requisitos para importar*. Recuperado de: <https://www.aduana.gob.ec/para-importar/>
- Steinberg, F.** (2004). *La nueva teoría del comercio internacional y la política comercial estratégica*. Madrid: Universidad Autónoma de Madrid.
- Villarán, K.** (2009). *Plan de Negocios*. Lima: Nathan Associates Inc.
- Vivallo, A.** (2017). *Formulación y evaluación de proyectos*. Recuperado de: [http://www.pcmmanagement.es/editorial/management\\_sp/Evaluacion%20y%20formulacion%20de%20proyectos.pdf](http://www.pcmmanagement.es/editorial/management_sp/Evaluacion%20y%20formulacion%20de%20proyectos.pdf)