

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR – MATRIZ

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADO EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**PLAN DE MARKETING PARA LA IMPORTADORA IMPRAVE, ENFOCADO
EN LA AMPLIACIÓN DE LAS VENTAS DE EQUIPOS MÉDICOS
“LITOTRIPTOR” A NIVEL DEL DISTRITO METROPOLITANO DE
QUITO**

JORGE ANDRÉS BENALCÁZAR TORRES

DIRECTOR: MBA. JUAN CARLOS LATORRE

LINEA DE INVESTIGACIÓN:

GESTIÓN Y ESTRATEGIAS DE MARKETING

QUITO, AGOSTO 2022

DEDICATORIA

A mi familia que siempre me han apoyado y aconsejado en cada una de mis decisiones a lo largo de mi vida, en especial a mis padres que sin duda han sido mi motivación durante esta etapa de mi vida por sus consejos, cariño, preocupación y dedicación a forjarme como una buena persona y encaminarme a ser un buen profesional.

A mi padre Jorge, por haber sido quien me enseñó la importancia de la responsabilidad y honestidad lo cual ha plasmado en mi un espíritu de lucha y me ha dado las ganas de superarme como persona y demostrar de lo que soy capaz.

A mi madre Rommy, quien gracias a su amor y cariño se ha convertido en un motor en mi vida, enseñándome que sin importar los golpes que te de la vida siempre debo mantenerme firme y seguir siendo la persona alegre y humilde que ella forjó.

A mis hermanas, quienes siempre han llenado de alegría mi vida con su felicidad e inocencia. Igualmente me han enseñado abrir mucho mi corazón y siempre han mantenido vivo mi espíritu de niño con las aventuras y anécdotas que hemos vivido.

A mis cuatro gatitos Odín, Freya, Hades y Zeus porque siempre estuvieron a mi lado en las noches y sobre todo en las de desvelo por trabajos de la universidad.

AGRADECIMIENTO

A Dios por un nuevo día y por darme la oportunidad y destrezas necesarias para poder terminar mi carrera universitaria sin ninguna complicación y bendecirme de poder hacerlo junto a cada uno de los miembros de mi familia, a mis padres quienes confiaron en mí desde un principio y agradezco el esfuerzo que han hecho para que esto sea posible, a mis hermanas por llenarme de alegría en los días tristes y a mi novia Anahí, quien siempre me motiva a seguir adelante sin importar los altercados que se presenten, por su lealtad y amor incondicional que me ha demostrado a lo largo de este proceso.

A mi director de trabajo de titulación por la paciencia y apoyo incondicional que me dio a lo largo de este proyecto, quien se supo poner más como un padre que maestro cuando lo necesitaba y motivándome a culminar este proceso, junto a otros profesores que supieron compartir su conocimiento conmigo a lo largo de mi carrera universitaria.

Al Dr. Sebastián Ramos por permitirme elaborar mi trabajo de grado sobre su importadora, facilitándome mucho con la información sobre su empresa y el producto del cual trata este proyecto.

Y finalmente a mis compañeros con quienes compartí los salones de clases en esta hermosa etapa de mi vida, a quienes se convirtieron en mis amigos y muy pronto serán mis colegas, y a Jordán Navarro, una excelente persona quien más que un amigo y un compañero de clase, se convirtió en un hermano por todo el apoyo, paciencia y momentos compartidos a lo largo de nuestra vida como estudiantes.

INDICE GENERAL	
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
RESUMEN EJECUTIVO	vi
ANTECEDENTES	1
<i>Problema</i>	2
OBJETIVO GENERAL	3
<i>Objetivos específicos</i>	3
JUSTIFICACIÓN	3
MARCO TEÓRICO	4
DISEÑO METODOLÓGICO	9
1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DE LA IMPORTADORA IMPRAVE Y SU MERCADO	12
1.1. Análisis Interno	12
1.1.1. <i>Información General</i>	12
1.1.2. <i>Misión</i>	13
1.1.3. <i>Visión</i>	13
1.1.4. <i>Objetivos Organizacionales</i>	14
1.1.5. <i>Políticas</i>	14
1.1.6. <i>Organigrama</i>	15
1.1.7. <i>Cadena de Valor</i>	16
1.1.8. <i>Mapa de procesos</i>	18
1.2. Análisis Externo	21
1.2.1. <i>Análisis PESTEL</i>	21
1.2.2. <i>Cinco fuerzas de Porter</i>	25
1.2.3. <i>Análisis FODA</i>	28
2. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	31
2.1. Entrevistas	31
2.1.1. <i>Entrevista a Gerente General</i>	31
2.1.2. <i>Entrevista a Técnico</i>	36
2.1.3. <i>Entrevista a Cliente</i>	38
2.2. Observaciones	41
2.2.1. <i>Importaciones</i>	41
2.2.2. <i>Gestión de bodegas</i>	43

2.2.3.	<i>Negociaciones</i>	45
2.3.	Encuestas	46
2.3.1.	<i>Muestra para las encuestas</i>	46
2.3.2.	<i>Desarrollo de encuestas</i>	48
2.4.	Caracterización de la oferta	64
2.5.	Caracterización de la demanda	68
3.	ESTRATEGIAS DE MARKETING	70
3.1.	Segmentación	70
3.2.	Posicionamiento	73
3.3.	Diferenciación	74
3.4.	Crecimiento	75
3.5.	Estrategia competitiva	77
3.6.	Marketing Mix	79
3.6.1.	<i>Producto</i>	80
3.6.2.	<i>Precio</i>	82
3.6.3.	<i>Promoción</i>	85
3.6.4.	<i>Plaza</i>	92
4.	PRESUPUESTO Y BENEFICIOS	96
4.1.	Presupuesto	96
4.2.	Beneficios proyectados	99
4.2.1.	<i>Proyección de ventas</i>	99
4.2.2.	<i>Proyección de las utilidades</i>	101
4.2.3.	<i>Estado de Resultados</i>	102
4.2.4.	<i>Costo – Beneficio</i>	104
5.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	106
5.1.	Conclusiones	106
5.2.	Recomendaciones	108
	Bibliografía	109
	ANEXOS	111

RESUMEN EJECUTIVO

El objetivo de este trabajo de integración curricular es analizar los factores determinantes en cuanto al proceso de importación de Litotriptores desde el continente asiático y la observación de la comercialización del producto dentro del mercado en el Distrito Metropolitano de Quito, evaluando las ventajas y desventajas competitivas que mantiene la importadora IMPRAVE en cuanto a sus ventas y desarrollo como empresa para elaborar un plan de marketing, planteando como meta posicionarse como líder en este mercado a través de la calidad, garantía y nuevas propuestas que se ofrecerán al momento de vender estos equipos. El plan incluye un diagnóstico situacional interno y externo de la empresa donde se podrá ir identificando los aspectos básicos de la importadora que ha sido seleccionada y a través de una investigación de mercados la cual ha identificado aspectos importantes de los productos, servicios, competidores y satisfacción en el mercado, permitiendo así, elaborar estrategias óptimas para atraer a nuevos clientes y manteniendo la fidelización de los actuales. Finalmente, se elaboró un cálculo de la inversión requerida para poner en marcha el plan de marketing en base a las propuestas que tienen como meta la ampliación de ventas de los productos que constan en el catálogo de la empresa IMPRAVE, pero principalmente el producto en el cual se enfocó este proyecto que son los litotriptores y se presentarán los beneficios que serán obtenidos a través de proyecciones a mediano plazo de perdidas o ganancias que tendrá la empresa en los próximos 5 años junto a una comparación del estado de resultados y otras proyecciones financieras que se obtendrán una vez llevadas a cabo las estrategias propuestas en este proyecto.

ANTECEDENTES

Los aparatos médicos se han vuelto dispositivos esenciales dentro de lo que es el área de la salud debido a todas las ventajas o beneficios que se pueden obtener y siempre están en busca de crear nuevos equipos ya que son fundamentales para sanar, prevenir, mejorar e incluso hasta salvar vidas humanas de una manera inequívoca y eficaz. Se debe tener en cuenta que todos estos dispositivos o aparatos médicos son fundamentales para el bienestar de las personas ya que son considerados armamentos tecnológicos que son creados para luchar con enfermedades o daños internos en los humanos e incluso hay tanta variación en los aparatos médicos que también hay distintas máquinas que son para examinar y encontrar cualquier problema de salud en las personas; sin embargo, el libre comercio de estos aparatos ha permitido que estén alcance en casi todos los hospitales a nivel mundial, con esto se da paso a la facilidad de importación o exportación que se tiene al momento de comercializar estos equipos ya que al estar libre de aranceles, no son precios inalcanzables para los consumidores que se encuentran el nicho del mercado que se pretende abarcar.

Según la OMS "El mercado de dispositivos médicos ha crecido aceleradamente durante los últimos años; siguiendo las tendencias tecnológicas de los mercados del sector salud, que buscan mejorar el bienestar de las personas. En la actualidad no se sabe con exactitud cuántos tipos diferentes de dispositivos médicos existen en el mundo, se calcula que este número es mayor a 10, 000" (OMS, 2014) esto significa que hay mucha comercialización de estos equipos a nivel mundial, debido a esto nace la idea de buscar alcanzar todo el mercado de la ciudad de Quito a través de estrategias de marketing que permitirán la comercialización de los equipos médicos (Litotriptor) en todo el distrito para la importadora IMPRAVE y realizar ventas ganando la aprobación de la clientela y convertirse en un vendedor prestigioso.

El Litotriptor, o como IMPRAVE lo ha puesto en venta con el nombre de láser de holmium, es un aparato el cual produce ondas de choque que son generadas a través de un electrodo tipo bujía ubicado dentro de una cámara de agua, estas ondas de choque son

concentradas por un reflector elíptico que las dirige de una forma directa al cálculo, sin dañar el riñón y así se lo va fragmentando en un determinado tiempo.

El procedimiento es muy sencillo para los que saben manejar el aparato, ya que una vez que el paciente ingresa a la clínica de litotricia se registra su pulso, presión arterial y demás signos vitales y se lo sitúa en la mesa del Litotriptor, bajo la vigilancia del médico anestesiólogo, quien aplicará sedante si se requiere. El médico indicará la posición en la que se debe colocar para que la cámara de agua esté en contacto con la piel justo al nivel del cálculo, que será rastreado y localizado por medio de un microprocesador de rayos X o un ultrasonido. El tiempo que dura el tratamiento es aproximadamente de 30 minutos a una hora, al terminar el procedimiento de litotricia, se traslada al paciente a un área de recuperación y será dado de alta en 1 o 2 horas más tarde bajo las recomendaciones del médico.

Aquí se aprecia mucho la importancia del Litotriptor, la manera en la que su función ayuda a la vida de las personas gracias a la eficacia con la que localiza y visualiza cálculos, armonizando automáticamente ultrasonidos para pulverizarlos lo cual evita dolores insoportables para las personas procurando mantener su bienestar.

Debido a estas reseñas de como este tipo de equipo se puede comercializar de una manera efectiva y la forma en la que ayuda a las personas en su día a día, se ha planteado crear un plan de marketing para esta importadora con el fin de aumentar sus ventas y realizando las estrategias necesarias para que el proyecto sea efectivo y refleje ganancias potenciales para la empresa.

Problema

¿Cuál es el plan de marketing para la importadora IMPRAVE, enfocado en la ampliación de las ventas de equipos médicos "litotriptor" a nivel del Distrito Metropolitano de Quito?

OBJETIVO GENERAL

Elaborar un plan de marketing para la importadora IMPRAVE, enfocado en la ampliación de las ventas de equipos médicos "litotriptor" a nivel del Distrito Metropolitano de Quito

Objetivos específicos

- Hacer un diagnóstico situacional de la importadora IMPRAVE y de su mercado.
- Realizar una investigación de mercado para caracterizar la oferta y la demanda.
- Elaborar estrategias de marketing para la comercialización de Litotriptores, puestos a la venta por la empresa con el nombre de láser de holmium a nivel del Distrito Metropolitano de Quito.
- Determinar el presupuesto necesario y los beneficios proyectados del plan.

JUSTIFICACIÓN

Se pretende lograr todos los objetivos que se han planteado a través de una recopilación de datos sobre las ventas y clientes potenciales que ha obtenido la importadora y también con distintas herramientas se buscará accionar un análisis mercadológico sobre los Litotriptores para la efectividad del proyecto.

Se logrará llevar a cabo este proyecto mediante el uso de estrategias estudiadas y revisadas a lo largo de la carrera de Negocios Internacionales, donde se han verificado su funcionabilidad y eficacia que garantiza tener un proyecto fiable donde se podrán apreciar los resultados aplicando cada una de las destrezas planteadas.

También se busca a través de los objetivos, alcanzar e identificar la viabilidad de ampliar las ventas dentro del Distrito Metropolitano de Quito el cual se basará en los resultados de la investigación cualitativa e investigación cuantitativa para mejorar la imagen de la empresa gracias a estrategias de marketing que ayudarán a la comercialización y promoción de estos equipos médicos, haciendo a IMPRAVE una importadora mucho más competitiva gracias a modelos teóricos y metodológicos que han sido probados y pueden ser puestos en aplicación para adaptarlos a esta empresa.

Este proyecto podrá ser aplicado mediante las teorías y conceptos de marketing para encontrar aclaraciones a situaciones externas e internas que den buenos resultados al momento de las ventas dentro de la ciudad para que la importadora reciba un incentivo en seguir realizando estos proyectos a futuro con el resto de los productos que ofrece.

MARCO TEÓRICO

- **Cadena de Valor**

Este término analiza las actividades y áreas de la empresa, en este caso de la importadora, y las compara con las de la competencia, dando así información muy servicial sobre la posición que el negocio ocupa en el mercado y la estrategia que debería seguir a nivel de procesos internos o externos.

- **Mapa de procesos**

El mapa de procesos permite representar los procesos y sus interrelaciones. Este se fundamenta en estrategias, calidad, alianzas estratégicas, satisfacción del cliente, recursos humanos, recursos financieros, sistema informático, marketing, ventas y distribución, almacenaje y compras, todo esto tiene la tarea principal para llevarlo a cabo consiste en identificar los procesos de la empresa y relacionar unos procesos con otros según su orden de ejecución, de manera estructurada a través de la identificación de tres procesos que son: Procesos operacionales: sobre los que se apoya la compañía para el desempeño del objeto del negocio, procesos estratégicos: orientan a todo el Sistema hacia la mejora continua y finalmente procesos de soporte: sobre los que se apoyan el resto y que dan coherencia al conjunto. Una vez clasificados, se debe realizar la representación gráfica del mapa según las categorías que se acaba de definir. Visualmente se mostrarán los procesos operacionales en el centro del mapa, con los procesos estratégicos y de soporte a los lados, enfatizando su labor de apoyo de estos últimos al resto de procesos.

- **Análisis PESTEL**

Lo que principalmente busca este análisis es analizar los recursos y el mercado para la puesta en marcha de un negocio. Cuando se realiza siguiendo unos parámetros básicos que incluyen los factores políticos y económicos que se refiere a los elementos como las políticas desarrolladas en el país, los niveles de pobreza del entorno, los índices de desigualdad, el desarrollo económico, el acceso a recursos de sus habitantes, así como la representación en todo ello afecta a la actividad de la empresa. Por otro lado están los factores sociales que abarca los temas como la cultura, la religión, las creencias compartidas, los imaginarios, las clases sociales y los papeles asignados en función del género; también están los factores tecnológicos que determinan en gran medida el alcance de un negocio y sus posibilidades de integración en el entorno; los factores jurídico-legales tienen lugar a cada una de las leyes establecidas que es necesario respetar o que hacen referencia al manejo de la empresa, es decir todas las que afectan internamente o externamente con el funcionamiento de los procesos; los factores ambientales son los que incluye en los elementos que guardan relación directa o indirecta con la preservación de los entornos y el medioambiente.

- **Las 5 fuerzas de Porter**

Las cinco fuerzas que describe Porter son: poder de negociación de los clientes, poder de negociación de los proveedores, amenaza de nuevos competidores entrantes, amenaza de nuevos productos sustitutivos y rivalidad entre competidores.

1. Poder de negociación de los clientes, se las considera que cuanto más se establezcan los consumidores, más exigencias y condiciones impondrán en la relación de precios, calidad o servicios, por tanto, la empresa contará con menos margen y el mercado será entonces menos atractivo.

2. Poder de negociación de los proveedores, cuando los proveedores cuentan con mucha organización dentro de su sector, recursos relevantes y condiciones sobre precios y tamaños de los pedidos, es cuando hacen un mercado más atractivo. Aquí se mide lo fácil que es para los proveedores variar de precios, plazos de entrega, formas de pago o incluso cambiar el estándar de calidad.

3. Amenaza de nuevos competidores entrantes, si las barreras de entrada a una industria no son muy accesibles, entonces, no es atractiva. La amenaza está en que pueden llegar otras empresas con los mismos productos y nuevos recursos que se adueñen de esa parte del mercado.

4. Amenaza de nuevos productos sustitutivos, se refiere a que un segmento que no será atractivo si hay productos sustitutos o cuando son más avanzados tecnológicamente o presentan precios más bajos. Estos productos y servicios suponen una amenaza porque suelen establecer un límite al precio que se puede cobrar por un producto.

5. Rivalidad entre los competidores, este factor es el resultado de los cuatro anteriores y es el que proporciona a la organización la información necesaria para el establecimiento de sus estrategias de posicionamiento en el mercado.

- **Análisis FODA**

Es un esquema que puede estar representado en diversas formas y se lo emplea en los negocios o en las empresas para asimilar los puntos fuertes, los puntos débiles, las oportunidades y las amenazas en una situación determinada.

- **Investigación de mercados**

Proceso mediante el cual las empresas buscan hacer una recolección de datos de manera sistemática para poder tomar mejores decisiones, pero su verdadero valor reside en la manera en que se usa todos los datos obtenidos para poder lograr un mejor conocimiento del consumidor, y se puede lograr de una forma efectiva a través de estos pasos:

1. Identificación del problema, es decir, que se busca conocer con la investigación y se logra respondiendo preguntas como ¿Quién es mi público objetivo? o ¿Quiénes son los competidores?

2. Planteamiento de objetivo, aquí se debe definir el segmento de mercado al que se quiere llegar, conocer la posibilidad del producto o servicio en el mercado, identificar a la competencia.

3. Determinar un grupo de estudio, se debe buscar a que grupo en específico se encamina el estudio a realizar. Es necesario conocer datos como: características generales: variaciones demográficas, condiciones económicas; tamaño, hábitos, ubicación.

4. Elegir fuentes de información, a través de los recursos que darán datos de interés como las fuentes secundarias que son las consultas de estadísticas en Internet.

5. Selección de herramientas e instrumentos, para recabar datos ya que una vez que se conocen los objetivos y las fuentes, darán los datos de la investigación, y el grupo de estudio. Se selecciona las herramientas a utilizar, pueden ser cuestionarios, encuestas o entrevistas.

6. El análisis de datos, que es donde se interpretan los datos conseguidos y la mejor manera es a través del uso de tablas comparativas, gráficos, códigos para facilitar la interpretación y agrupación de datos.

7. Organización de resultados y conclusiones, aquí se encuentran los aspectos más importantes del estudio. Las respuestas a las preguntas iniciales, la correspondencia entre cada uno de los objetivos que se plantearon en un inicio y la información que se obtuvo.

- **Estrategia de segmentación**

Se produce cuando la empresa identifica y selecciona dos o más segmentos específicos de mercado. Para cada segmento puede desarrollar un producto diferente o una campaña de marketing distinta.

- **Estrategia de diferenciación**

La estrategia de diferenciación se fundamenta en dar a conocer la forma en la cual la empresa seleccionada se va a diferenciar de su competencia, como por ejemplo en el caso de los productos se debe mencionar porque es mejor el producto de la empresa con la de la competencia o en cualquier tipo de aspecto como precios y el uso de estrategias que harán que se supere a la competencia.

- **Ventaja Competitiva**

Esta estrategia competitiva es la que toma acciones ofensivas o defensivas para crear una posición efectiva en una industria, con la finalidad de hacer frente, con éxito, a las fuerzas competitivas y generar un retorno en cuanto a la inversión teniendo en cuenta tres factores fundamentales para ser los vencedores en el ámbito competitivo que son: Liderazgo por costos, que se refiere a tener los mejores precios en el mercado.

- **Las 4 P del marketing mix**

Las 4 P fueron definidas por el profesor E. Jerome McCarthy en la década del 60 del siglo pasado y menciona son cuatro variables, a pesar de ser independientes, necesitan complementarse con coherencia y fluidez en las organizaciones para aumentar las ventas, estas son:

Producto(product). - Constituye una importantísima variable del marketing mix. El concepto de producto incluye tanto los bienes como los servicios que la organización coloca en el mercado para satisfacer las necesidades de los clientes.

Precio(price). - Una definición especializada conceptualiza el precio como la expresión de valor que tiene un producto o servicio, manifestado en términos monetarios u otros elementos de utilidad.

Distribución(place). – Se refiere a la forma en la que los productos de la empresa van a ser distribuidos para generar mejoras en la empresa a través de estrategias que se plantearan para mejorar los canales de distribución.

Comunicación(promotion). - La comunicación es el proceso mediante el cual un emisor transmite un mensaje al receptor y este se apropia de la información enviada. Es un proceso bidireccional ya que los roles de emisor y receptor se intercambian.

- **Beneficio y presupuesto**

El presupuesto y planificación estratégica para el presupuesto son dos aspectos fundamentales para la administración correcta del comportamiento financiero de cualquier empresa. Ambos son complementarios y necesarios para garantizar el buen funcionamiento y el orden: Estimar un presupuesto es el primer paso hacia la estabilidad

del negocio; mientras que la planificación estratégica permite la correcta distribución de las inversiones.

Con respecto al beneficio, es el proceso a través del cual se asegura que el proyecto cumpla con su propósito y si se lo lleva a cabo de forma correcta, se puede asegurar que el proyecto aporta valor a la empresa y muchos otros que se reflejarán en el estado de resultados para determinar su rentabilidad de la forma más precisa posible.

DISEÑO METODOLÓGICO

Tabla 1. Propuesta de diseño metodológico

Factor	Tipos
Tipos de estudio	Exploratorio, Descriptivo
Tipo de diseño	Transversal, Muestral, Cualitativo, Cuantitativo, No experimental

Fuente: Guía Trabajo de titulación integración curricular PUCE (2022)

Este trabajo de investigación se enmarca en distintos tipos de estudio como el exploratorio debido a que se realizará una aproximación a métodos de marketing en general, generando así propuestas que tengan como objetivo potenciar las ventas de litotriptores a través de la obtención de información sobre este insumo médico y la forma en la que es comercializado en el Distrito Metropolitano de Quito no solo por la importadora IMPRAVE, si no por las empresas que lideran en este mercado y de esta manera utilizar el tipo de estudio descriptivo el cual clasificará, dividirá y resumirá el mayor número de datos para poder analizar las características de la población describiendo puntos claves obtenidos del mercado en el cual se enfoca este proyecto en donde se utilizarán dos tipos de investigaciones cualitativas y cuantitativas porque se cuantificará la información de varios datos estadísticos claves para el presente trabajo como: la demanda de los consumidores, los potenciales clientes en el mercado y entre otros factores que serán importantes para evaluar el posicionamiento actual que mantiene la empresa y la investigación cualitativa por la realización de entrevistas y encuestas a fuentes primarias que serán llevadas a cabo para determinar el impacto que ha tenido la importadora en relación a las comercialización de litotriptores y desarrollar estrategias que se traduzcan a un aumento potencial de sus ventas. El diseño de la investigación será

de tipo transversal debido a que los datos que serán recopilados se obtendrán de personas que ya hayan tenido experiencia con la comercialización de litotriptores en el Distrito Metropolitano de Quito ya que este será el mercado que se busca abarcar.

Tabla 2. Esquema de recolección de datos

Tipo de fuente	Fuente	Técnica de recolección	Instrumento	Procesamiento de datos
Primaria	Gerente de la empresa, Personal Técnico	Entrevistas	Guía de entrevista	Resumen narrativo
Primaria	Clientes actuales y potenciales	Encuestas	Cuestionario	Estadísticas descriptivas, tablas, figuras
Primaria	Operaciones	Observación	Guía de observación	Herramientas de la calidad
Secundaria	Revistas de la Salud, Libros de marketing con relación a todas las áreas.	Investigación documental	Notas bibliográficas	Resumen narrativo, Tablas, Figuras
Secundaria	Registros de la organización	Investigación documental	Listas de verificación	Tablas, Figuras
Secundaria	Libros de planificación estratégica y marketing para equipos médicos	Investigación documental	Notas bibliográficas	Resumen narrativo
Secundaria	COMEX y códigos de aduana establecidos por SENAE	Investigación documental y revisión de permisos	Notas Estudios Análisis	Resumen narrativo

Fuente: Guía Trabajo de titulación integración curricular PUCE (2022)

Como se aprecia en la matriz, se contará con diferentes métodos para la realización del proyecto y lo más importante es la parte de la observación del procedimiento de importación y distribución ya que se empezará el seguimiento desde el proceso logístico de la importación, verificando el mecanismo que usa la empresa para traer estos productos y analizar si hay una mejor manera de hacerlo en base a los conocimientos adquiridos en la carrera de Negocios Internacionales verificando el uso de aranceles,

acuerdos comerciales, entre otros datos claves para la importación de este tipo de productos.

Para realizar la obtención de datos se necesitará la aplicación de herramientas cuantitativas y cualitativas en los diferentes campos de investigación en donde se realizarán encuestas a clientes potenciales, la competencia y al importador, mientras que, por otro lado, se planearán entrevistas con posibles futuros clientes para conocer las necesidades de estos y lo que están dispuestos a dar por lo que están buscando.

El desarrollo del presente trabajo se lo repartirá dentro de 4 capítulos donde se expondrá toda la información necesaria y oportuna para llevar a cabo el plan de marketing enfocado a la expansión de las ventas de la importadora IMPRAVE.

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DE LA IMPORTADORA IMPRAVE Y SU MERCADO

1.1. Análisis Interno

1.1.1. Información General

IMPRAVE es una importadora de artículos médicos que ha funcionado desde hace 4 años con una oficina ubicada en Quito, en la calle Voz Andes y América, frente al edificio Ankara y diagonal al centro Médico Axxis. Edificio Asoma 3er piso, aunque esta importadora realiza la mayoría de sus ventas de manera virtual ya que fue la modalidad que se implementó en la pandemia y dio buenos resultados en el ámbito de las ventas las cuales han ido creciendo con el pasar del tiempo por lo reconocida y recomendada que se ha vuelto la importadora gracias al buen manejo de esta y de los servicios que brinda.

Esta empresa fue fundada por el dermatólogo Sebastián Ramos en el 2018 pero comenzó sus primeras ventas potenciales y a llamar la atención del mercado a mediados del 2019, gracias a esto se expandieron las ventas en la ciudad y nace la idea de buscar liderar el mercado del Distrito Metropolitano de Quito y poco a poco la empresa fue fijando eso como su objetivo principal, pero siempre se presentaron dificultades y hasta la fecha solo se han registrado pocos clientes, pero no se ha concretado la manera en la que se entrará a esos nichos de mercado para clientes potenciales para aumentar de una manera significativa sus ventas.

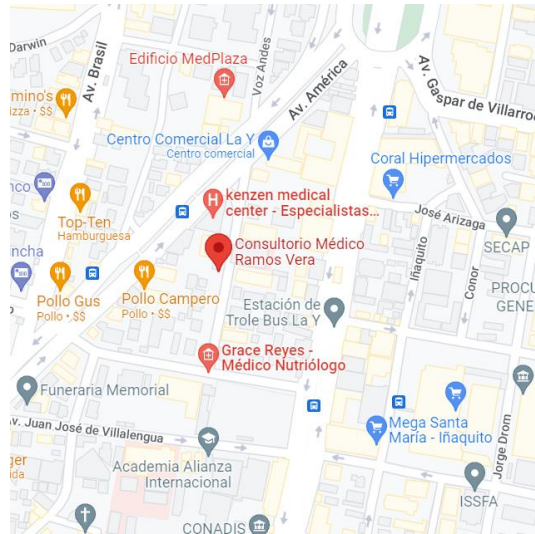


Figura 1. Croquis de la empresa

Fuente: Google Maps, 2022.

1.1.2. Misión

Somos una empresa orientada a proveer equipos médicos de alta calidad con precios reales y accesibles. Ofreciendo una atención especializada con atención personalizada, confiable y garantizada, alineándonos con la necesidad de nuestros clientes. (IMPRAVE, 2021)

1.1.3. Visión

Nuestro propósito es ser una empresa de excelencia, confiable, centrada en el cliente y comprometida con el bienestar de todo su personal; basada en valores y principios éticos que se manifiesten claramente en productos importados de alta calidad. (IMPRAVE, 2021)

1.1.4. Objetivos Organizacionales

Estos objetivos son las metas a corto y mediano plazo que la importadora se ha planteado y busca alcanzar procurando mantener el buen funcionamiento de la empresa y el cuidado de sus instalaciones.

- Generar y mantener en toda la organización una cultura de servicio al cliente interno y externo con altos estándares de calidad.
- Tener una estructura sólida en cuanto a la logística, para administrar de forma ordenada y eficaz las ventas.
- Actualización constante de los inventarios, el correcto registro de todos los productos de entrada y salida para un buen control de la mercadería.

1.1.5. Políticas

Las políticas de la empresa fueron llevadas a cabo con la meta de ser la opción más llamativa en el mercado y que el cliente siempre los vea como la mejor opción por lo efectivas que serán a la hora de empezar y terminar una negociación.

- Garantía de hasta 3 años (dependiendo el producto) para satisfacción y bienestar del cliente.
- Trabajar con una estructura sólida en cuanto a la logística, para la importación de estos productos basándose y respetando los códigos arancelarios del país.
- Control semanal de la mercadería en almacenes y en la parte logística en donde constan los productos que estas siendo importados o ya por llegar a las instalaciones.

1.1.6. Organigrama

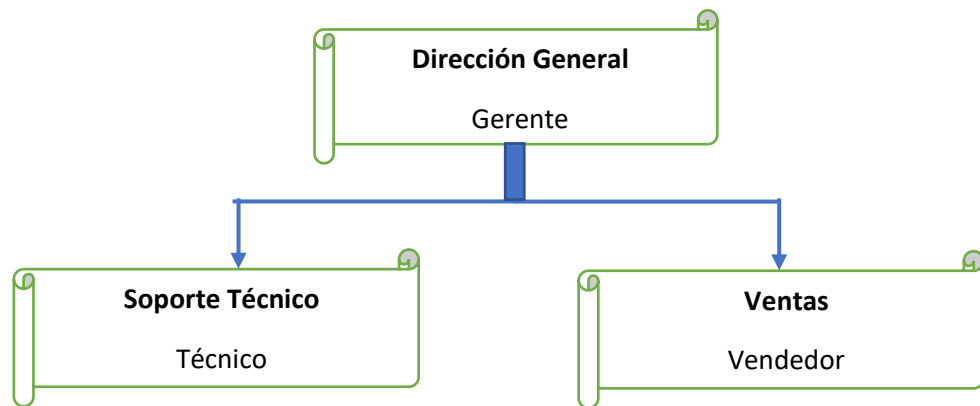


Figura 2. Organigrama de la empresa

Fuente: IMPRAVE, 2022

En la dirección general está el Gerente quien es el que se hace cargo de casi toda la empresa ya que maneja la parte de las importaciones de productos, las redes sociales, contabilidad, inventario, se encarga de controlar a los vendedores y al personal de servicio técnico, e incluso otro papel muy importante que tiene es el manejo de envíos de los productos y las inversiones que recibe o realiza la importadora para el funcionamiento y crecimiento de la empresa, como en el ámbito legal o tecnológico, al ser el encargado de casi todo el funcionamiento de la empresa, también manejan un factor fundamental en la empresa que es el área de Recursos Humanos ya que aquí se manejan todos los procesos de selección de personal y cualquier tipo de idea para incentivar a los trabajadores.

En soporte técnico está el encargado de dar mantenimiento a los equipos, verificar su funcionalidad, dar el servicio de garantía en caso de que se apruebe para reparaciones e incluso también suele hacer entregas de productos a clientes.

El vendedor se encarga de hablar y responder a los clientes potenciales como hospitales, consultorios etc., el vendedor fue una contratación reciente para aumentar las ventas y expandirse poco a poco hasta obtener la meta que es realizar las ventas.

Estas tres áreas han sido más que necesarias para que la empresa tenga el pequeño posicionamiento que se ha ganado en el mercado, ya con un buen manejo de estas áreas, se pudo conseguir una logística efectiva que mantuvo y generó un incremento notable de clientes.

1.1.7. Cadena de Valor

En la cadena de valor se pueden apreciar las actividades operacionales y de soporte que se mantienen en la empresa IMPRAVE en cada una de las áreas que permiten el funcionamiento de la empresa, como por ejemplo cuando se habla de la infraestructura de la empresa se tomó como referencia todos los datos generales de cómo nació la idea de IMPRAVE, en cuanto a los aspectos demográficos y la meta que se fijaron para hacer que funcione a través de la obtención de resultados como los que se han ido obteniendo a lo largo de estos años, otro factor importante es cuando se habla de cómo el Gerente general es el que maneja el área de recursos humanos y se encarga de los incentivos y manejo del personal.

En el ámbito de la tecnología se basa en cómo la empresa ha ido innovando a lo largo de su tiempo en el mercado ya que siempre se ha mantenido haciendo controles en aplicaciones tecnológicas para el manejo de inventario y control de los artículos de la empresa y un aspecto que se ha priorizado es el marketing digital que se usa, ya que es una de las estrategias usadas para la promoción de los artículos que son vendidos por la empresa en el internet pero casi todo el trabajo de promoción ha sido a través de las redes sociales y en la página web de la empresa que se reactivó hace poco.

En cuanto al funcionamiento de adquisición o compra de los equipos médicos que se manejan en la empresa, son importados desde China y Taiwán porque se ha demostrado la fiabilidad y calidad de estos productos, los cuales no han presentado inconvenientes o pérdidas significantes para la empresa y todo esto gracias al buen manejo que se ha tenido al momento de seleccionar proveedores, ya que siempre se ha buscado que sean vendedores confiables y que tengan buenas recomendaciones con características muy puntuales como que siempre cumplan a tiempo con los envíos y de preferencia que ya tengan su propia área logística de exportación para que se vuelvan mucho más fáciles las transacciones internacionales en cuanto a pagos y la mercadería.

Entrando a lo que son las actividades operacionales, se enfoca más a la logística de entrada que se maneja en IMPRAVE que se refiere a la forma en la que se da la recepción de la

mercancía donde se refiere a los espacios que se tiene para el almacenaje de los equipos médicos una vez que se haya concretado todo el proceso logístico y se haya llegado al país, el proceso de almacenaje que es donde se realizan los inventarios semanales o mensuales, de acuerdo a lo que sea requerido y de acuerdo a la cantidad de ventas o llegada de productos nuevos a la bodega.

En la logística de salida se manejan todas las actividades que son realizadas al momento de enviar los productos hacia los clientes de la empresa y aquí se cuenta con un repartidor quien también es el técnico de la empresa que se encarga del proceso de entrega al cliente y es muy usual que vaya acompañado del gerente general pero otra actividad que se ha tomado en cuenta en este aspecto de la cadena de valor es cuando se requiere la devolución de mercadería donde en caso de falla de fábrica se trabaja con los intermediarios que fueron encargados de la negociación con los proveedores para que se realice el proceso de devolución o cambio del equipo médico y en caso de que no haya intermediario, se busca la opción de trabajar con un agente aduanero que facilite estos procesos.

Los servicios Post Venta donde se abarca la atención al cliente y todo tipo de garantías que brinda la empresa en donde se han mantenido políticas que sean satisfactorias para el cliente como la política hacia el cliente que dice que IMPRAVE siempre estará abierto hacia cualquier queja, reclamo o devolución ya que la buena relación con los clientes, permite que en estos casos se maneje la situación de la mejor manera posible, siempre y cuando cualquier tipo de arreglo sea analizado por el tiempo de garantía que tenga el producto ya que varía mucho entre los artículos, por ejemplo el litotriptor tiene una garantía de 2 años y hay otros equipos que tienen garantía de hasta 5 años y en los equipos más complejos y caros la garantía puede llegar hasta los 7 años que abarca lo que son daños de fábrica o daños internos del equipo, es decir que se excluye cualquier tipo de golpe que sufra el equipo o daños por caídas, sin embargo, se puede brindar servicio técnico con el experto en máquinas que tiene la empresa lo cual será facturado y se podrá llevar un historial técnico-mecánico del equipo para futuras reparaciones o problemas que se den a lo largo de su utilización.

Empresa: IMPRAVE

CADENA DE VALOR			
Infraestructura	Recursos Humanos	Teconología	Compras
Actividades de Soporte Es una importadora de artículos médicos que ha funcionado desde hace 4 años con una oficina ubicada en Quito, uno de los datos más importantes es que esta importadora realiza la mayoría de sus ventas de manera virtual ya que fue la modalidad que se implementó en la pandemia y dio mejores resultados en el ámbito de las ventas.	El Gerente general se encarga de buscar las personas con las que trabaja ya que es un negocio que no necesita de mucho personal hasta que se da la oportunidad de ampliarse, sin embargo, mensualmente se reúnen todos los trabajadores para buscar la forma de mejorar y seguir creciendo con la empresa.	La empresa es muy innovadora y actualizada ya que la podemos encontrar en todas las redes sociales como IMPRAVE y también cuenta con una página web donde tienes detallados todos sus productos y la forma en la que trabaja la empresa.	Esta empresa importadora trae la mayoría de sus productos desde China y Taiwán porque se ha demostrado la fiabilidad y calidad de sus productos. Selección de proveedores: Se busca siempre proveedores confiables y recomendados, que cumplan a tiempo con los envíos y de preferencia que ya tengas su propia área logística que nos facilite los envíos internacionales de la mercancía.
Logística de entrada	Logística de salida	Marketing y Ventas	Servicio Post Venta
Actividades Operacionales Recepción de mercancía: Se cuenta con una bodega de almacenaje donde se reciben los productos importados una vez que pasan por todo el proceso logístico.	Envío de mercancía: Se cuenta con un repartidor de los productos ofrecidos y que incluso también suele hacer entregas el gerente general cuando son clientes.	Campañas publicitarias: Se cuenta con un marketing digital super bien establecido y manejado frecuentemente por el gerente general que ha adquirido conocimiento con el funcionamiento de IMPRAVE y algunas capacitaciones para manejar las redes sociales de la mejor manera posible y también la página web recibe continuos controles por una empresa de cyber seguridad para compras online.	Atención al cliente: IMPRAVE está abierta a cualquier queja, reclamo o devolución ya que la buena relación con los clientes, permite que en estos casos se maneje la situación de la mejor manera posible. Garantías: El tiempo de la garantía depende mucho del tipo de producto, en productos pequeños van desde los 2 hasta los 5 años y en equipos más complejos, van desde los 5 hasta los 10 años que abarca lo que es el daño de fábrica o daños internos del equipo, no cubre golpes ni daños por caídas, sin embargo, se puede brindar servicio técnico facturado.
Almacenaje: Se realizan inventarios semanales o a veces mensuales, dependiendo de las ventas o de la llegada de nuevos productos.	Devolución de mercancía: Se trabaja con una empresa que maneja estos envíos internacionales para retornar el producto al proveedor pero se busca contratar o especializar a uno de los trabajadores que tenga licencia aduanera para facilitar estos procesos y no gastar tanto en estos servicios.		

Figura 3. Cadena de valor de la empresa

Elaborado por: Jorge Benalcázar

1.1.8. Mapa de procesos

En el mapa de procesos de IMPRAVE se encuentran los procesos de dirección, donde se manejan 3 tipos de técnicas para el correcto funcionamiento de la empresa que son estrategias, calidad y comercial que en otras palabras es “una herramienta de gestión que permite establecer el qué hacer y el camino que deben recorrer las organizaciones para alcanzar las metas previstas, teniendo en cuenta los cambios y demandas que impone su entorno” (Roncancio, 2020) en la parte de estrategias se refiere a la planificación de técnicas que dan paso a la parte de calidad que es en donde se aprecia que siempre se busca una mejora continua no solo en los litotriptores, si no en todos los productos que maneja IMPRAVE, también se cuenta con certificados internacionales que son los que mantienen a la empresa destacada por la buena calidad de los productos cuyos datos se han obtenido gracias a que existe un seguimiento y evaluaciones a los clientes para ver su nivel de satisfacción con una especie de encuesta que se suele tener con los clientes después de concretar una venta o en los mantenimientos de los equipos.

En el área comercial se cuenta con un buen manejo del marketing digital lo cual, se ha vuelto algo fundamental en cualquier tipo de empresa que comercialice productos ya que “es el conjunto de estrategias volcadas hacia la promoción de una marca en el internet. Se

diferencia del marketing tradicional por incluir el uso de canales y métodos que permiten el análisis de los resultados en tiempo real. " (Mayoline, 2019) se sabe que la tecnología poco a poco se está apoderando de los consumidores, lo cual es usado a favor del marketing digital de la empresa para llegar al mayor número de posibles clientes, publicitando las promociones y facilidades que se brinda al cliente para captar su atención.

Los procesos operacionales, en cuanto a su comercialización se cuenta con un agente aduanero quien es civil y administrativamente responsable por toda acción u omisión dolosa o culposa que lesione o pueda lesionar los intereses del Fisco o que fuere contraria al mejor servicio del Estado o al que deben prestar a sus comitentes. (Vicuña, 2013) y en sí, es el auxiliar que tiene la importadora para llevar a cabo todas sus importaciones sin preocuparse por el proceso logístico; en el proceso de producción se tiene muy claro el seguimiento a este labor ya que se cuenta con un almacenaje seguro de la mercadería y una buen manejo de inventarios lo cual permite que el proceso de las ventas sean controladas por márgenes de calidad para satisfacción de los clientes aplicando estrategias para llamar su atención como la garantía que se les ofrece y el seguimiento del producto vendido.

Los procesos de apoyo que se trataron en el mapa de procesos se dieron desde una perspectiva de la pequeña área de recursos humanos de la importadora en donde se realizan planes para tratar procesos de mejoras o dar capacitaciones y tratar la seguridad ocupacional que se entiende como una actividad encaminada a promover y proteger la salud de los empleados, por otro lado, gestionar y reducir los riesgos, así como controlar las enfermedades y accidentes laborales. (Teran, 2021).

En la parte financiera de IMPRAVE se detallan varios aspectos que se podrían mejorar para que la empresa no presente percances o en el peor de los casos perdidas, lo cual no se ha dado por el momento, pero si es recomendable que se comience a manejar un registro contable de los ingresos y egresos de la empresa para evitar cualquier tipo de problema legal y que exista una guía de a donde se está encaminando la empresa en cuanto su rentabilidad.

La parte de sistemas siempre mantiene continuas actualizaciones para captar más la atención de los consumidores con el buen manejo de la página web donde incluso se

contrató por una única vez a una empresa que estuvo a cargo de la imagen del sitio web y que sea una página segura, lo cual fue una de las ideas que forjó una de las estrategias que serán propuestas en este proyecto, pero de una forma más eficaz y económica que generará mejores resultados.

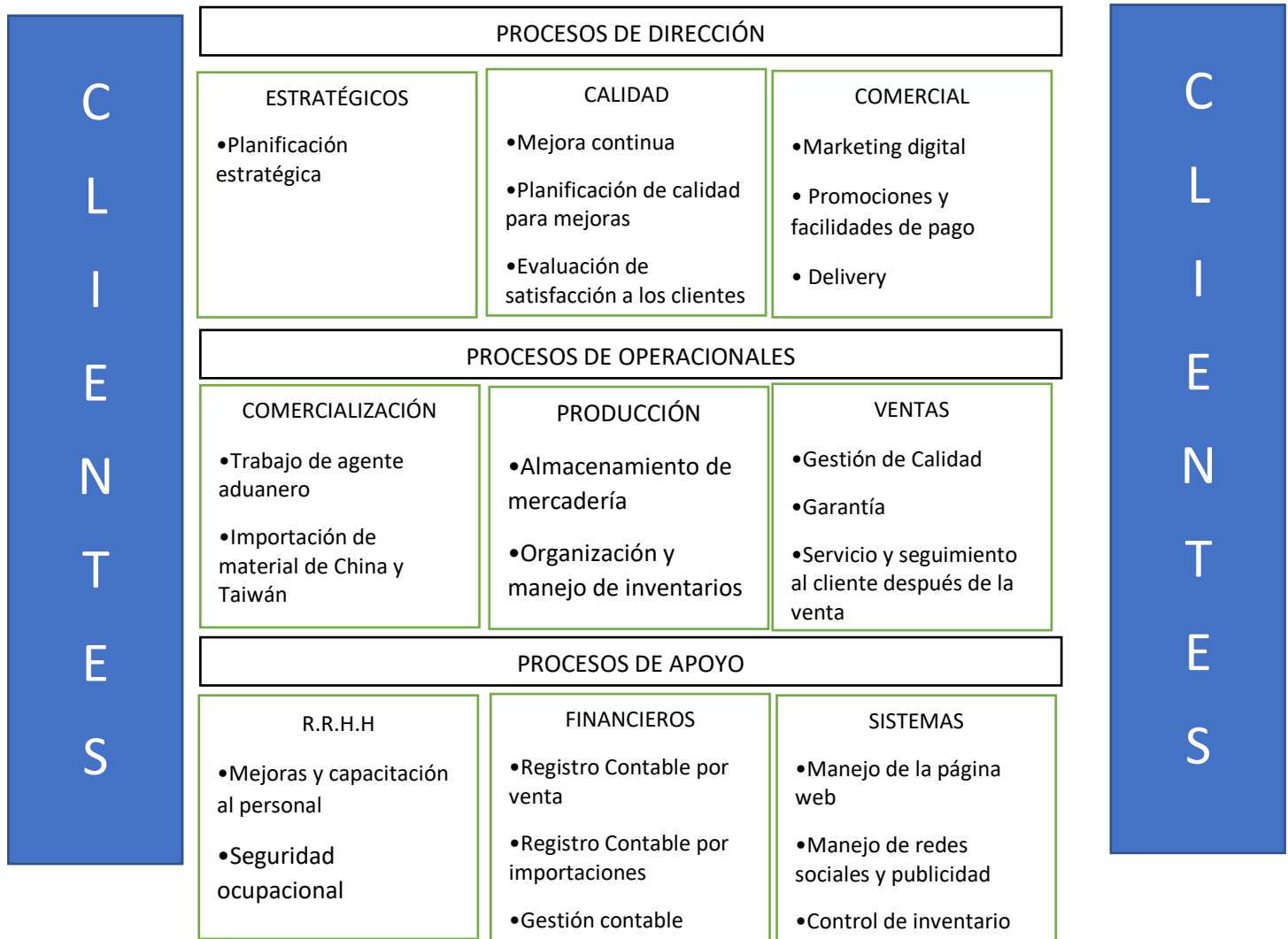


Figura 4. Mapa de procesos de la empresa

Elaborado por: Jorge Benalcázar

1.2. Análisis Externo

1.2.1. Análisis PESTEL

En el análisis PESTEL se tocan puntos muy puntuales en cada uno de los factores externos ya que al ser una importadora, hubo varios puntos que se tuvieron que llevar al pie de la letra para que no haya ningún altercado que afecte al funcionamiento de la empresa, como por ejemplo en el ámbito político donde se encuentran las políticas gubernamentales como la inscripción de Registro Sanitario de Dispositivos Médicos, Productos Dentales y Reactivos Bioquímicos de Diagnóstico que es el principal requisito que pide la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria del Ecuador, un proceso que inicia desde que se ingresa la solicitud por Ventanilla Única Ecuatoriana (VUE) y se debe cumplir con todos los requisitos desde los registros sanitarios, los documentos del titular del registro, los documentos del fabricante del producto y la documentación Técnica, entre muchos otros requerimientos que son solicitados por varias entidades, pero también hay resoluciones que se deben tener en cuenta ya que suelen agilizar los procesos de importación como la del ARCSA de 026-2016 que resuelve expedir la normativa técnica sanitaria sustitutiva para el registro sanitario y control de dispositivos médicos de uso humano, y de los establecimientos en donde se fabrican, importan, dispensan, expenden y comercializan, esta resolución ha facilitado mucho el proceso de importación de los equipos médicos ya que se convierte en una guía donde te indica paso a paso todos los requisitos que son necesarios para realizar las importaciones.

Para el resto de los factores se debe tomar en cuenta que a pesar de que este tipo de dispositivos médicos mantengan arancel cero, la partida arancelaria 9018.19 que especifica que son los aparatos de electrodiagnóstico, incluido los aparatos para exploración funcional o para vigilancia de parámetros fisiológicos (exc. electrocardiógrafos, aparatos de diagnóstico por exploración ultrasónica ""scanners"", aparatos de diagnóstico de visualización por o de resonancia magnética y aparatos de centellografía)" el cual permitirá realizar todos los análisis no solo de esta estrategia, sino también en la investigación de mercados con herramientas aplicadas y usadas a lo largo

de la carrera de Negocios Internacionales como COFACE, Market Access Map, Trade Map, GlobalTrade, etc.

En el ámbito económico se comenzó por la recopilación de datos de los países de donde se analiza a nivel global el nivel de importaciones que ha tenido Ecuador donde registra casi 600 mil dólares sobre los equipos médicos en general que se mencionan en la subpartida 9018.19 que a través de Trade Map se concluye que los 4 principales países de donde Ecuador ha importado en mayor cantidad es de China, Estados Unidos de América, Japón y Alemania, en el cual consta y lidera el principal país de donde la empresa IMPRAVE ha importado la mayoría de sus insumos médicos que ha permitido tener estabilidad al momento de las negociaciones ya que se realizan movimientos frecuentes de estos equipos médicos no solo con esta importadora, si no con varias empresas del Ecuador. Otro de los motivos por el cual China se ha convertido en el proveedor más codiciado de este tipo de productos es por los buenos precios que manejan y el nivel de estabilidad económica que mantiene este país que siempre está en crecimiento económico según Xi Jinping, secretario general del Comité Central del Partido Comunista de China quien afirmó que la economía del país es prometedora y tiene el potencial para mantener un desarrollo estable a largo plazo, alcanzando los estándares actuales de los países de ingresos altos para el final del 2025, así como duplicar su volumen económico total o el ingreso per cápita para 2035 (Jinping, 2020).

Los aspectos sociales de este análisis demuestran el crecimiento de demanda de este tipo de productos que se ha dado no solo en la ciudad, sino también en el país ya que Ecuador tiene un promedio de 23,44 médicos por cada diez mil habitantes de los cuales se han contabilizado según el Instituto Nacional de Estadística y Censos casi 2500 médicos en la ciudad el Distrito Metropolitano de Quito que es a donde se enfoca el proyecto, como se ha dado a conocer el litotriptor está enfocado al control y mejora de los "cálculos" que se forman en los riñones, problema que se produce cuando la cantidad de sustancias que forman cristales, como el calcio, el oxalato y el ácido úrico, en la orina es mayor de la que pueden diluir los líquidos presentes en esta, que por lo general se debe a causas relacionadas a diabetes mellitus, el 25% a causas como hipertensión arterial y el 20 % a

glomerulopatías lo cual ha dado como resultado que a escala mundial, uno de cada 10 adultos padece de alguna enfermedad renal crónica.

En niños se han identificado de 10 a 15 casos nuevos por cada millón de habitantes y 60 con enfermedades renales prevalentes. En Ecuador se registran entre 55 y 60 diagnósticos por cada millón de habitantes menores de 18 años. (Ministerio de Salud, 2022). Estos casos se han ido apreciando como el continuo aumento de estos problemas renales ha aumentado la necesidad de adquirir o rentar este insumo médico.

IMPRAVE dentro del ámbito social siempre ha tenido como prioridad la satisfacción del cliente ya que los buenos comentarios y recomendaciones que ha recibido la empresa han sido lo que ha ayudado a que se vuelva reconocida.

En los aspectos tecnológicos se ha analizado el continuo funcionamiento de la empresa y se ha demostrado sus cambios y mejoras tecnológicas en todos los aspectos logísticos que manejan, como la base de datos que se utiliza para la administración de equipos médicos que se importan y se venden, hasta las mejoras en la parte de publicidad digital que maneja la importadora la cual ha ido captando más la atención con estrategias de marketing que fueron llevadas a cabo en la parte de redes sociales y la página web de la empresa. A continuación, se detallaran un poco los factores que se planea mejorar y desarrollar junto con IMPRAVE, empezando desde las redes sociales que “en la era de la Sociedad de la Información, el ahorro de costes, el aumento de la productividad, la mejora de la calidad de la prestación de servicios y una mayor fidelización de los clientes, son los principales motivos que fomentan en las empresas e instituciones la adopción creciente de la prestación electrónica de servicios, gracias a la tecnología en Internet” (J.E, 2005) donde se evidencia esto es en la red social que más se ha viralizado no solo para socializar, sino también para publicidad que es Instagram, IMPRAVE comenzó a promocionarse en esta página en julio del 2021 ya que se comenzó a presenciar el uso de estos medios digitales para la promoción de la página y llegar a más clientes pero no se obtenían resultados tan eficientes porque faltaba un poco de mantenimiento y factores llamativos en la página.

En el aspecto ecológico se fortalecieron los protocolos en caso de riesgos naturales que se manejan en donde se almacenan los productos importados por IMPRAVE y siempre se

han preservado las normas de reciclaje dentro de la empresa como ahorro de luz, agua, hojas recicladas, etc.

Dentro del ámbito legal se manejan varias leyes, reglamentos o protocolos que se han cumplido para no tener inconvenientes al momento de realizar las importaciones o ventas como, por ejemplo, para la importación de los productos la empresa se ha basado principalmente en la Resolución N°59 del COMEX la cual se reforma íntegramente el Arancel Nacional de Importaciones de conformidad con el Anexo 1 de la presente Resolución. En lo posterior, este instrumento se denominará Arancel del Ecuador y se establece el arancel 0 para los productos que son importados por IMPRAVE, otros aspectos que se han cumplido son los protocolos aduaneros de importación establecidos por SENA E el cual también forjó el Código de Aduanas en donde constan los procedimientos a seguir para realizar importaciones de insumos médicos.



Figura 5. Análisis Pestel de la empresa

Elaborado por: Jorge Benalcázar

1.2.2. Cinco fuerzas de Porter

1. Poder de negociación de los clientes, para satisfacer al cliente en este aspecto se realizaron varias estrategias en base a obtener la satisfacción de los consumidores, en donde se ofrecieron varias facilidades al momento de mantener una negociación, empezando desde el trato que el personal de la empresa le da al cliente cuando requiere información de algún artículo o cualquier inquietud que tenga hasta los métodos de pago, facturación, envío del producto, explicaciones de los beneficios que obtendrá al hacer negocios con IMPRAVE como las buenas garantías que maneja en la mayoría de sus productos, incluyendo el litotriptor que es mejor conocido por los clientes como el láser de holmium que tiene una garantía de 2 años lo cual es algo que hace más llamativo el producto hacia el cliente, a más de la implementación de estrategias de marketing que aumentarán y llamarán la atención de nuevos consumidores, una de ellas será la reducción de precios del producto al momento de realizar ofertas o combos donde salga más económica la compra para el cliente, también se buscará mejorar en los canales de venta y aumentar la inversión en marketing y publicidad.

2. Poder de negociación de los proveedores, este punto es fundamental para IMPRAVE ya que se podrá aprovecharlo al máximo debido a que mantiene una buena relación con los proveedores lo cual ha permitido que en varias ocasiones se den variaciones de precios a favor de la empresa y otros movimientos en la parte logística de cuando se importan los insumos médicos y otro objetivo de la importadora es tratar de buscar más proveedores para aumentar el poder de negociación al momento de socializar con más de ellos, esto se logrará a través de la aplicación de estrategias para lograr establecer alianzas a largo plazo con los proveedores o en un futuro que se dé la posibilidad de solo importar la materia prima y ensamblar todo en IMPRAVE, lo cual será algo complicado pero no imposible.

Hasta el momento la importadora tiene dos proveedores fijos, con los cuales ya han mantenido negocios por casi 2 años y se los encontró a través de internet, se trata de Potent que es una empresa china que se dedica a la venta de insumos médicos a varios países del mundo la cual ha ido adaptando sus formas de llegar a los clientes a través de la creación de páginas web enfocadas en el país en el que esperan conseguir buenos resultados, en este caso la importadora los ubicó por una página de Estados Unidos donde se contactaron

por primera vez con estos proveedores y se concretaron las primeras ventas las cuales generaron como resultado que Potent creará una página web enfocada en Ecuador donde se facilita mucho los catálogos o comunicaciones que se quieran tener con esta empresa, sin embargo el Gerente general de IMPRAVE afirma que hoy en día toda negociación o compra que se realiza a estos proveedores es por medio de la red social WhatsApp en donde se resuelve cualquier requerimiento con velocidad y se obtienen especificaciones de cualquier producto a importar que se haya identificado en el catálogo el cual también suele ser enviado por este medio . Por otro lado, esta ADVIN la cual se la identifico por primera vez por una recomendación de un médico que pide sus insumos médicos a través de esta página en donde de igual manera se comenzó a tener las primeras conversaciones con los proveedores por medio de WhatsApp y poco a poco se estableció esta red social como medio de comunicación para concretar los negocios que sean requeridos para tener la mercancía que los clientes requieran.

3. Amenaza de nuevos competidores entrantes, por el momento IMPRAVE ha tenido la ventaja de no tener mucha competencia nueva en el mercado, sin embargo, con el continuo crecimiento de la necesidad de este tipo de artículos en el Distrito Metropolitano de Quito, poco a poco habrá nuevos competidores que busquen apoderarse del mercado, donde se ha idealizado un plan de contingencia para cuando suceda, en donde se propuso crear un capital para inversiones y recibir ingresos externos para la empresa, planes de publicidad de diferenciación del producto presentando su calidad y sus buenos precios, hacer más conocida la marca IMPRAVE y que se haga todo lo posible para ganar la confianza de los clientes quienes a través de sus recomendaciones harán que esta empresa se convierta en la favorita en el mercado.

A pesar de que IMPRAVE ya tiene establecidos proveedores fijos, se realizó la búsqueda de nuevos y se han encontrado varias alternativas como We Doctor, una empresa de China que igual ha empezado a exportar a países de América desde el 2021, o Chongqing Shanwaishan Sciencetechnology COLTD que es una empresa China que también realiza la fabricación de muchos insumos médicos que se ofrecen en el catálogo de IMPRAVE a precios muy similares a los de los proveedores actuales, sin embargo el proceso inicial sería un poco más largo ya que aún no realizan sus primera exportaciones hacia el continente americano pero una vez realizada la primera exportación hacia Ecuador, todo

el proceso se agilizará proporcionando así una relación estable con un posible nuevo proveedor.

4. Amenaza de nuevos productos sustitutos, en este aspecto la importadora ha manejado una estrategia la cual consiste en siempre estar actualizando su catálogo con respecto a los productos que salen a la venta por parte de los proveedores como por ejemplo, los litotriptores que se solían importar eran máquinas que emitían electrochoques a través de pegatinas que se adherían al cuerpo en la zona afectada, estos fueron los primeros litotriptores que IMPRAVE importó, sin embargo, los proveedores comenzaron a vender litotriptores nuevos y más modernos, como uno de los más modernos que actualmente está en el catálogo de la importadora para la venta o alquiler que es el láser de holmium que tienen la misma funcionalidad pero es más efectivo y seguro ya que funciona con láser, así al igual que este insumo médico la empresa trata de mantenerse siempre con lo último en tecnología para evitar este tipo de amenazas.

5. Rivalidad entre los competidores, los competidores están muy bien posicionados, es por eso que se deberá tomar acciones que hagan que IMPRAVE se posicione como líder en el mercado como mejorar las inversiones de la empresa en tecnología y marketing, buscar más proveedores que ofrezcan mayor calidad y a menor precio, rebajar costos fijos de la empresa para crear nuevas ofertas de precios para llamar más la atención de los clientes, mejorar la experiencia del cliente en el proceso de adquirir uno de los productos que brinda IMPRAVE para que haya motivos por los cuales conviertan a esta importadora como sus únicos proveedores y en casos extremos buscar asociaciones con otras organizaciones con el mismo objetivo.

Aquí se han identificado los dos principales rivales que existen en este mercado RomacMedical, una empresa ubicada en el norte de Quito una empresa que ha ganado su fuerza en el mercado por el tiempo que ya lleva en el mismo, además de ser muy reconocido por médicos particulares, ha realizado varios convenios con hospitales y clínicas que es lo que IMPRAVE ha ido realizando desde inicios del 2022 para ganar mucho más mercado, sin embargo esta empresa que ya lleva mucho tiempo en el mercado no se ha mantenido actualizada con respecto a la necesidad de sus clientes y de igual manera en su marketing digital no se han detectado avances, es decir que su página web

es un poco lenta, antigua y mal organizada. Los precios altos que mantiene esta empresa en sus catálogos han sido usados como un punto a favor lo cual permitirá a IMPRAVE que se posicione de una manera mucho más rápida por tener los mejores precios en el mercado.

Por otro lado, esta LITOLASER S.A. una empresa que de igual manera se dedica a la venta de insumos médicos a nivel nacional la cual se ha especializado y enfocado en urología ubicada en el sur de Quito, entre El Pintado y la Biloxi, constituida y aprobada legalmente ante la Superintendencia de compañías el 25 de abril del 2011, es decir que ya va más de 10 años en este mercado de venta de insumos médicos, se estima que esta empresa tenga márgenes de ganancias muy altos ya que los productos que ofrecen no son de tan buena calidad y los venden a precios altos lo cual les podría perjudicar en un futuro.

1.2.3. Análisis FODA

Dentro del análisis FODA de la empresa IMPRAVE, se encuentran sus fortalezas en donde se puede encontrar la calidad de los productos que mantiene esta importadora ya que nunca han tenido problemas con los artículos que se importan debido a que casi no se han registrado productos defectuosos o con fallas de origen, lo cual significa que los productos que recibe el cliente tienen muy poca probabilidad de que se dañen o que se averíen con golpes pequeños ya que garantizan al cliente que el insumo médico durará, el no tener deudas también es otra fortaleza de la empresa ya que se puede solicitar un capital para cualquier tipo de emergencia o inversión que la empresa vea necesaria, el personal que trabaja en la compañía al ser los mismos con los cuales inicio la empresa, ya han obtenido la experiencia necesaria para conocer y manejar bien sus labores, a más de recibir continuas charlas y capacitaciones por parte del gerente para que la compañía funcione de mejor manera día a día, IMPRAVE también busca llegar a tener el liderazgo en el mercado es decir, ser los mejores y la importadora con más ventas realizadas en el Distrito Metropolitano de Quito, otra fortaleza que se maneja en la importadora es el catálogo virtual que se encuentra en su página web, en donde se encuentra información a detalle de

cada insumo que se vende y también su garantía, otro punto a favor son los precios accesibles por lo cual la empresa ha sido la favorita de varios de sus clientes junto al servicio de entrega a domicilio que se incorporó en el 2020 lo cual ha generado mayor satisfacción y facilidades para los clientes al momento de recibir el producto que adquirieron, otro punto que hace que esta compañía se diferencie de la competencia es el servicio técnico que brinda en algunos de los productos que están a la venta, en caso de que cubra su garantía o también se puede realizar mantenimientos o reparaciones al equipo médico como trabajo externo y para finalizar este aspecto de las fortalezas de la empresa con un dato que el gerente considera fundamental, que se refiere a los proveedores confiables que ha llegado a tener con los cuales ya va cerca de 2 años realizando estas importaciones sin complicaciones.

En las oportunidades se encuentran varios puntos interesantes que han permitido que IMPRAVE se posicioné en donde está e incluso que siga creciendo como empresa, por ejemplo, no hay mucha competencia en varios productos que se ofrecen y la mayoría que se dedica a esto por lo general tienen precios mucho más altos que los que se manejan en esta importadora, también se encuentra un mercado potencial ya que como vivimos en varios análisis a lo largo de este proyecto, al menos en el caso de los litotriptores es un producto que cada vez se requiere más debido a los varios casos que se presentan no solo en la ciudad, sino a nivel mundial así que siempre habrá la necesidad de usar este tipo de insumo médico para evitar complicaciones en las vidas de muchas personas. El compromiso de cada uno de los trabajadores de la empresa ha permitido que esté en continuo crecimiento ya que siempre están muy motivados y buscando clientes nuevos, otro punto a favor es la flexibilidad que mantiene la empresa al momento de tener negociaciones con los clientes lo cual ha permitido concretar muchas ventas.

Esta empresa se ha vuelto muy reconocida por los buenos precios y los productos de alta calidad que importan lo cual será un punto a favor ya que como se ha podido apreciar desde que inició la pandemia, el crecimiento del cuidado de la salud ha aumentado mucho, así que seguirá creciendo la necesidad de adquirir los equipos médicos que ofrece IMPRAVE.

En la parte de las debilidades se han tomado puntos en los cuales la empresa no ha hecho muy bien las cosas como no medir las inversiones o malas inversiones, no ser reconocidos como una empresa con el potencial y no es la primera opción de los consumidores debido a que aún no se ha vuelto tan conocidos como la empresa aspira, no se tiene tanta experiencia en el mercado como otros importadores, hay escasas en canales comerciales, no se cuentan con las suficientes estrategias de mercadeo, el personal no maneja ningún tipo de certificación para importaciones, no se han optimizado los recursos financieros, no hay muchos datos estadísticos de cómo la empresa ha ido aumentando o disminuyendo sus ventas para ver en donde se puede mejorar, no existía mucha fuerza de publicidad para generar más ventas lo cual se logró mejorar un poco con las plataformas digitales. Las amenazas que se encontraron para esta importadora son un posible cambio o creación de leyes que atenten a la importación de mercadería, nuevos certificados o permisos para importar que puedan ser requeridos en cualquier momento, que se desate la competencia y se tenga que replantear las estrategias para conseguir liderar las ventas de estos productos en el mercado y finalmente una amenaza que no solo atenta a esta importadora, sino a toda empresa que comercialice productos es la situación económica que tiene el país ya que por más que la economía ecuatoriana se trata de recuperar, en el segundo trimestre de 2021 se registró un crecimiento interanual del 8.4%. El progreso es sustancial si se considera que un año atrás, al segundo trimestre de 2020 el PIB se desplomó en -12.8%, siendo este el período más crítico para la economía ecuatoriana debido a la pandemia. (FCD, 2021).

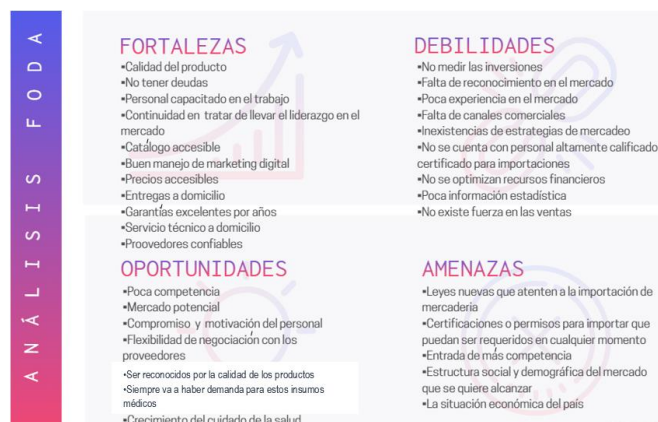


Figura 6. FODA de la empresa

Elaborado por: Jorge Benalcázar

2. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

En este capítulo se llevará a cabo toda la investigación necesaria sobre la empresa, orientándolo de una manera en la que se logre conocer más de cerca la funcionalidad y servicios que ofrece esta importadora, así como la percepción de sus clientes. Se ahondará y reunirá la información requerida de las fuentes primarias.

2.1. Entrevistas

2.1.1. *Entrevista a Gerente General*

La primera entrevista que se llevó a cabo fue dirigida hacia el Gerente General de la empresa el día jueves 26 de mayo del 2022, quien ha colaborado a lo largo de este proyecto con información crucial para que se pueda realizarlo y con su debida autorización se procedió a una serie de preguntas que fueron de manera verbal y grabadas para guardar y analizar la información y datos obtenidos. La grabación física se la encuentra en el apartado de anexos.

Aquí se presentan las interrogantes, seguidas de un análisis de acorde a las respuestas que brinda el Dr. Sebastián Ramos.

En la primera pregunta de la entrevista se consultó sobre el manejo de la importadora, a través de preguntas muy puntuales como: ¿Qué fue lo que lo motivo a fundar la empresa? y ¿Cómo ha sido la experiencia controlando y manejando IMPRAVE como Gerente mientras se encarga también de la parte logística para adentrarte en el mercado de las importaciones?

En este momento el Doctor menciona que al inicio fue difícil porque no conocía mucho el mundo del comercio exterior y cómo funcionaba el arte de la compra y venta a nivel internacional pero después fue auto educándose en su tiempo libre hasta conocer más del tema, saco su firma digital la cual es uno de los requisitos fundamentales para

comenzar a importar o exportar y se enfocó mucho en los equipos médicos ya que la mayoría de sus colegas son doctores muy buenos, quienes ahora también son sus clientes, pero siempre que conversaba con ellos salía el tema de los altos precios de equipos médicos aquí en el país y algunos de ellos comentaban que para abrir sus consultorios, trajeron sus equipos de otros países como Estados Unidos, Colombia y entre otros países, en ese punto fue donde al Dr. Sebastián Ramos le nació la idea de investigar en donde estos equipos se los puede conseguir de buena calidad y a buenos precios. A base de esto investigó que los productos potenciales estaban en el continente asiático, desde ahí comenzó a revisar y cumplir con los requisitos para poder importar y fundó IMPRAVE, algo que empezó con las ventas de los productos solo a sus colegas y poco a poco se dio cuenta del potencial que tenía este proceso de compra y venta así que decidió hacerla una empresa legal con ruc y una oficina. Otra pregunta que se realizó fue si es qué el conocía cuál es el entorno en el Ecuador de la cantidad de importaciones de litotriptores o el nivel de competencia que hay con respecto a este equipo ya que, al no tener un código arancelario específico, no se ha podido obtener datos exactos. Entonces él mencionó que no ha estado revisando los competidores existentes, pero en Quito sabe que la competencia o empresas que suelen ofrecer litotriptores son muy pocas, máximo puede haber 3 locales en donde se puede realizar la compra de este equipo ya que por lo general solo lo manejan hospitales públicos y privados que suelen alquilarlos a doctores particulares para que lo usen con pacientes privados.

Otra pregunta que se realizó con respecto a los proveedores fue que cómo los conoció y que ventajas o beneficios han sido ofrecidos. El comentaba que, en cuanto a los beneficios, el que más le gustaba y generaba mucha confianza a la hora de negociar o adquirir productos de los proveedores a más de la garantía que recibe, es que siempre se han mostrado muy abiertos hacia cualquier tipo de duda o inconveniente que se ha tenido y ayudan en todo lo que pueden para concretar el negocio, los cuales los conoció a través de internet y ahora manejan todas las conversaciones a través de WhatsApp. Otra pregunta que se realizó en cuanto a la experiencia que ha obtenido en esta empresa fue: ¿Qué tipo de clientes maneja IMPRAVE? La respuesta me llamo mucho la atención porque dijo que cuando inició, la mayoría de los clientes solo eran médicos particulares, por lo general colegas de su universidad, pero ahora ya se ha cubierto un mercado mucho

más grande desde personas particulares, doctores, dentistas, hasta llegar a ventas y alquileres de insumos médicos a hospitales privados. La interrogante número 4 fue que si él creía que otros posibles clientes prefieran rentar litotriptores a hospitales que comprarlos o rentarlos a IMPRAVE por la calidad del equipo. Y dijo que si, porque hay muchos casos en donde los urólogos prefieren rentar en el hospital ya que por lo general lo usan ahí mismo y sienten la seguridad de estar trabajando en un hospital, pero por lo general se da esto porque no conocen los beneficios y garantía que da IMPRAVE e incluso el precio es mucho más económico a lo que cobra un hospital, y que su empresa siempre busca manejar los equipos más modernos posibles. Otra interrogante que se realizó fue con respecto a si había algún plus de su empresa para los clientes que llegan a pedir información sobre algún producto, donde explicó que el factor fundamental que maneja IMPRAVE al inicio de cualquier negociación o interacción con el cliente es el buen trato que se ofrece y la amabilidad que se debe demostrar para resaltar que no son una importadora de bajo nivel, después se envía el catálogo donde ya puede apreciar la garantía que se brinda en cada uno de los insumos médicos y la calidad que se maneja, a más de los excelentes precios. Se consultó sobre su estado de conformidad con los insumos médicos que sus proveedores ofrecen o si se siente inconforme con alguno de ellos, sin embargo, él dijo que a más de tener contacto con varios proveedores en el continente asiático y siempre estar en continua búsqueda para tratar de conseguir lo mejor y a buen precio, con los proveedores actuales nunca se han producido inconvenientes hasta la fecha. También se realizó una consulta sobre si ha recibido sugerencias sobre buscar otros proveedores en algún país en específico, pero afirmó que no han recibido ninguna recomendación con respecto a este tema, ya que los clientes siempre están conformes con la calidad de los productos, pero ha habido casos en los que piden artículos que no maneja en su empresa y eso lo incita a buscar nuevos proveedores para obtener más mercancía. Después se realizó una consulta sobre el tipo de ofertas que suele ofrecer a los consumidores con respecto a sus equipos médicos y específicamente en litotriptores y él dijo que en IMPRAVE se manejan varios tipos de promociones cuando se quiere liquidar los insumos faltantes, donde se ofrecen descuentos y combos a los consumidores, en esos combos incluye al litotriptor pero solo de alquiler, en conjunto con otros insumos que sirven para tratamientos renales. En

cuanto a los aspectos políticos que podrían afectar a la comercialización de este producto se consultó que si él cree que la situación política del país pueda afectar a las actividades que realiza la empresa. Él respondió diciendo que los aspectos políticos del país siempre pueden llegar a influir en la principal actividad de IMPRAVE que es la importación de insumos médicos lo cual tiene mucho que ver con aranceles y requerimientos que son establecidos por el estado que en cualquier momento pueden reformar las leyes e imposibilitar que se siga haciendo actividades de importación lo cual podría suceder en cualquier momento y por eso en la importadora se han ido creando planes de contingencia con un capital de la empresa en caso de que se llegue a imposibilitar la obtención de productos por motivos políticos del país lo cual detendría el funcionamiento de la empresa. Por lo cual se planteó una pregunta con respecto al ámbito legal, en donde se consultó si es que en IMPRAVE maneja o tiene alguna una institución jurídica que los respalde en caso de cualquier inconveniente legal que tenga la empresa y me mencionó que nunca se ha tenido la necesidad de requerir a la parte legal en la empresa, ni si quiera con respecto a problemas con la garantía de los equipos médicos que mantiene IMPRAVE ya que está claramente establecido en la página web y al momento de realizar la compra, el cliente recibe las instrucciones y especificaciones de lo que cubre la garantía, pero cuando se fundó la empresa si trabajó con un profesional en ese aspecto por algunos documentos legales que fueron requeridos y en caso de cualquier percance recurrirá a él ya que mantienen una buena relación.

Con respecto a la pandemia que se dio por el COVID-19, se consultó si afecto de alguna manera a la empresa y él mencionó que en la parte comercial, no se presentó ninguna pérdida o aspectos negativos ya que IMPRAVE comenzó sus actividades casi a la par del inicio de la pandemia así que recién se estaba dando a conocer su empresa en el mercado y ganando clientes, pero si registro un poco de gastos que no estaban previstos cuando los embarcamientos quedaron atorados por casi una semana en marzo del 2021 lo cual retrasó la llegada de unos equipos médicos que se habían pedido y se tuvo que pagar casi el doble por la espera, sin embargo no eran valores muy significantes ya que solo fueron un par de paquetes. También se preguntó sobre la implementación de alguna estrategia durante la pandemia para mejorar o ganar más clientes y si se obtuvo resultados positivos para la empresa, él dijo que como se pudo contemplar en el 2020, la

pandemia obligó a varias empresas a que implementen el sistema de entregas a domicilio, en donde IMPRAVE no se quedó atrás y como también se habían paralizado por un corto periodo de tiempo los procesos de importación, se buscó tratar de vender todo lo que tenían en stock para realizar nuevas importaciones con nuevos proveedores que había conocido en ese tiempo a través de internet así que promocionaron la opción de entregar los productos a domicilio lo cual si ayudó a aumentar las ventas y eso trajo aspectos positivos para la empresa, por ende se tomó la decisión de mantenerlo así hasta la actualidad. Se realizó una pregunta para saber si tenía algún plan de contingencia en caso de que algún litotriptor presente una falla técnica o si cuenta con el personal calificado para brindar servicio técnico al insumo médico. El respondió diciendo que en IMPRAVE se cuenta con un técnico especializado en casi todos los equipos médicos que hay en los catálogos lo cual ha facilitado mucho el servicio técnico no solo en los equipos que se mantienen en el almacén, porque la persona de servicio técnico también ha brindado soporte a clientes por su cuenta. Otra duda con respecto a la empresa fue que cuáles son las oportunidades de mejora que tiene IMPRAVE, donde el Dr. Ramos dijo que esta empresa va creciendo cada día más, gracias a varias estrategias como las de redes sociales las cuales tuvieron un fuerte impacto hacia los consumidores gracias a que se fueron empezando a aplicar estrategias de marketing propuestas al inicio de este proyecto y también estrategias en donde se han formado alianzas con varios doctores, que por lo general tienen sus consultorios privados que ya los han fichado como sus principales proveedores de varios insumos médicos, así como con los litotriptores donde ya varios hospitales recurren solo a IMPRAVE para su alquiler o adquisición. Para finalizar se consultó sobre cuáles son sus planes para seguir expandiéndose en un futuro y comentaba que lo ideal sería buscar una expansión a nivel nacional, buscar mercados en ciudades donde pueda existir mucha demanda como Guayaquil o Cuenca que son ciudades grandes, en donde podrían existir clientes potenciales que requieran de sus productos de calidad y excelentes precios.

2.1.2. *Entrevista a Técnico*

Para una buena recopilación de datos inicial, también se realizó una breve entrevista al técnico encargado del mantenimiento o control de la mayoría de los insumos médicos importados por IMPRAVE. La grabación de esta entrevista se encuentra en el apartado de anexos.

Se empezó consultando sobre su vida laboral, hablando sobre cuántos años de experiencia tiene con este tipo de insumos médicos y cuánto tiempo lleva laborando en la empresa, donde él mencionó que ya lleva casi 10 años en la parte de servicio técnico no solo en esos equipos médicos ya que ha trabajado arreglando muchos tipos de máquinas a lo largo de su vida, como lavadoras, secadoras, calefones, refrigeradoras, televisores, entre otras máquinas; pero a mediados del 2018 lo llamaron de un hospital público en Manta en donde se habían averiado unas máquinas totalmente nuevas porque parece que al momento de movilizarlas al hospital sufrieron golpes que alteraron un poco la parte operativa de las mismas, ahí fue donde él empezó a revisar el manual de funcionamiento de estos aparatos y le llamó mucho la atención de su funcionamiento, después de eso se auto educó en los equipos médicos y comenzó a hacer trabajos a doctores y en un par de hospitales. A finales del 2020 Sebastián (Gerente General de IMPRAVE) lo contactó por teléfono ya que al parecer alguien le había recomendado su servicio y ahí se conocieron, le contó de su plan con la empresa y le ofreció quedarse como técnico fijo y ya va un año y medio laborando en IMPRAVE, es decir casi desde el inicio de la empresa. En cuanto a los clientes se preguntó si suele hacer algo para que después de brindar sus servicios, ellos se sientan satisfechos y dijo que él siempre cuando realiza ese tipo de trabajos ha aprendido que debe ser muy carismático y respetuoso con los clientes para que vean que van a recibir el servicio de una persona culta, en caso de que la persona dueña del insumo médico que esté reparando se quede vigilándolo o acompañándolo, él explica poco a poco lo que va haciendo y enseña cual fue el problema, al momento de finalizar muestra que el producto queda en perfectas condiciones y lo prueba al frente al cliente para que vea que quedó bien, después se retira y se despide de una manera muy educada porque él cree que esas actitudes son las que agradan al cliente

y lo mantienen satisfecho. Se consultó que en el caso de los litotriptores ¿Cuáles son los problemas más comunes por los cuales los clientes suelen necesitar de su servicio? Y él dijo que en ese tipo de máquinas solo lo han llamado un par de veces porque no suelen reportar muchos problemas o daños, una fue porque un botón se había desconectado de la placa y solo tuvo que abrir la máquina y volver a reconectarlo, y otra fue por un cambio de una pieza que se había quemado porque habían dejado la máquina prendida toda la noche y una pieza se sobrecalentó mucho y dejó de funcionar. Después se consultó sobre qué es lo más complicado al momento de realizar una reparación en alguna máquina y mencionó que lo más difícil es encontrar dónde está el problema o dependiendo del insumo médico porque hay unos que suelen tener el mismo problema y ya es más fácil de identificarlo, pero en otras máquinas se debe buscar cuidadosamente dónde es la avería y en algunos casos las reparaciones suelen ser difíciles y demorosas cuando se presentan problemas de unir circuitos o fallas internas de las placas. Luego se consultó si es que existe algún tipo de descuento o garantía con respecto al servicio que el ofrece y dijo que la empresa en la mayoría de sus artículos incluye la garantía por un cierto periodo de tiempo, como en los litotriptores suelen ser hasta de 2 años y varía mucho de acuerdo al artículo, en ese caso el repara las máquinas sin ningún tipo de cobro adicional al cliente, pero en todas las ventas de las máquinas que suelen requerir de servicio técnico, al momento de realizar la venta siempre se agrega su número de celular por el cual se suelen poner en contacto con él para resolver sus requerimientos o hasta dudas del equipo. Para saber datos sobre la satisfacción del cliente se consultó si ha recibido quejas por parte del cliente cuando realiza mantenimientos o reparaciones de litotriptores y dijo que en ese tipo de máquina no se le han presentado este tipo de inconvenientes ya que la empresa solo vende equipos de calidad los cuales no suelen tener defectos ni complicaciones, así que casi siempre cuando la máquina da problemas es por algún golpe o daño hecho por el cliente. Luego se indicó que teniendo en cuenta que IMPRAVE ha hecho ventas a personas y hospitales ¿Quiénes son más exigentes al momento de buscar comprar un litotriptor? Pero dijo que no estaba muy seguro de las ventas de los litotriptores porque que también se alquilan y es lo que por lo general genera clientes, y los hospitales al momento de alquilarlo son muy cuidadosos ya que van a alquilar un insumo médico para utilizarlo con varias personas y por ende siempre verifican y exigen

que las máquinas estén funcionales al 100% antes de cancelar el valor económico. Se consultó que si creía que la garantía que ofrece IMPRAVE con respecto al servicio técnico, hace que los clientes los escojan como principales proveedores y dijo que tenía entendido que la garantía es un factor muy llamativo para cualquier consumidor ya que garantiza que lo que se compró va a tener un tiempo de vida asegurado, mucho más si recibirás atención de un profesional en caso de que deje de funcionar o presente errores así que él creó que es una fortaleza que maneja la empresa ya que convierte los productos más llamativos para los consumidores y gana la fidelidad de los clientes. En cuanto a la competencia se preguntó si es que conoce alguna empresa o técnicos que sean especializados en este tipo de insumos médicos que sean muy conocidos que sean considerados competencia para el servicio que él realiza e indicó que tiene muchos colegas que realizan ese tipo de trabajos a precios bajos, pero no son especializados en los equipos médicos y al realizarlo de manera individual, sin representar o tener una empresa que los respalde podrían ser competidores en una escala pequeña, al menos cuando los artículos ya superen el tiempo de garantía, los consumidores suelen recurrir a este tipo de técnicos por los precios, sin embargo, no te garantizan un buen trabajo pero también mencionó que conocía empresas que si respaldan a los técnicos, pero por lo general se dedican ya a soporte técnico a máquinas enormes como de construcción, ensambladoras o ese tipo de cosas lo cual solo deja como pequeños competidores a los técnicos que trabajan de manera individual. Y para finalizar se consultó que como ve a IMPRAVE en un futuro y que, si considera que seguirá creciendo y ganando más clientes, él dijo que esta empresa tiene muchas ganas de crecer y la perseverancia que se ve en Sebastián (Gerente General de IMPRAVE) hará que la empresa siempre siga creciendo y se hará más conocida no solo por la buena calidad de los productos que se venden, si no por la buena logística que se maneja de realizar ventas.

2.1.3. Entrevista a Cliente

Para una buena recopilación de datos inicial, también se realizó una breve entrevista a un cliente frecuente de la importadora IMPRAVE para saber cuál es el punto de vista de

un consumidor sobre la empresa. La encuesta fue hecha al Doctor Córdova, quien es un urólogo muy conocido en la ciudad de Quito. Se comenzó preguntando que cuál cree que es la situación actual del país con respecto a la importación de insumos médicos y que tan difícil se ha vuelto conseguir este tipo de productos que los ha conseguido con IMPRAVE y dijo que no estaba muy bien informado con respecto a la información de importaciones de este tipo de insumos, pero cree que es algo muy complicado de lograr ya que no es muy común conseguir ese tipo de insumos médicos en cualquier tienda en la ciudad ya que por lo general solo los hospitales o en tiendas refundidas en las cuales no hay mucha variedad pero se suelen encontrar este tipo de máquinas y el costo por usarlas es extremadamente alto en comparación de comprarlo o rentarlo con una importadora como IMPRAVE. A continuación se preguntó que teniendo en cuenta que él fue uno de los clientes más interesados en los litotriptores, cuál creía que sean los factores que puedan perjudicar el funcionamiento de esta máquina, en donde él, con respecto a su última adquisición respondió diciendo que la máquina al funcionar con láser, ya que el compró el modelo más moderno que es el láser de holmium, se debe tener mucho cuidado con mantenerlo prendido por mucho tiempo ya que por más que no se esté usando, sigue mantenido energía en su fuente de poder y electricidad que producen que el láser funcione lo cual puede sobrecalentar el equipo y causar posibles daños o que la máquina comience a dar errores que suele ser lo más común cuando manejas un equipo que funciona de esta manera. Otra consulta que se realizó fue con respecto a qué es lo que más le gusta del servicio que brinda IMPRAVE y dijo que gustaba mucho de la buena atención que recibe al momento de solicitar algún producto, la rapidez con obtiene una respuesta y el servicio de garantía ya que esto asegura que lo que está comprando va a funcionar por un periodo de tiempo ya que es respaldado. Otra duda que respondió, teniendo en cuenta que él ya ha tenido encuentros con el personal de servicio técnico fue que si estaba satisfecho o no y respondió diciendo que si porque se ve una actitud del personal técnico super buena, agradable, respetuosa y efectiva ya que las veces que ha solicitado el servicio, siempre termina conforme por que quedan en perfecto estado los equipos médicos. Con respecto a detalles del producto se preguntó cuáles son las cualidades que busca al adquirir un litotriptor nuevo y dijo que el factor fundamental es la calidad del producto, revisarlo que el material no sea tan sensible o

frágil y tienda a dañarse en cualquier momento, en el ámbito de la calidad también entra lo que es el funcionamiento ya que debe ser muy eficaz al ser una máquina que será usada en personas y el tiempo de vida que garantiza su proveedor. Se consultó si se sentía conforme o si eran de su agrado las ofertas y descuentos dados por la empresa y dijo que si porque las promociones que suele tener en IMPRAVE son muy buenas y más cuando realizan combos que resultan super económicos lo cual ha hecho que se conviertan en su principal proveedor. Después se realizó una interrogante sobre qué es lo más importante para él que debe tener una importadora de este tipo de insumos médicos y mencionó que lo más importante es contar con todos los permisos para obtener estos equipos de otros países y que garanticen la buena calidad de sus productos, así como tener a un experto en caso de alguna avería o daños que pueda sufrir el equipo médico. A continuación, se realizaron preguntas sobre cómo fue que esta empresa llamó su atención y cómo se enteró de la existencia de IMPRAVE, si hubo algún factor en específico o en que se fija cuando está buscando una tienda de este tipo y mencionó que los precios y su publicidad ya que si es una empresa que sabes que invierte en marketing es muy probable que maneje de igual manera los productos que ofrece, es decir que, al tener una buena imagen, gana la atención y confianza del cliente. Después se preguntó que a través de qué medio de comunicación le gustaría recibir promociones o descuentos de IMPRAVE y dijo que con las publicaciones que mantienen en su página de Instagram y los catálogos que tienen en la página web es suficiente, aunque incluso por correo electrónico también podría ser una opción ya que no es muy agradable que, de ser el caso, estén llenando el celular de mensajes o fotos de estas promociones a no ser que sean solicitadas. Para finalizar se preguntó si es que tenía algún comentario o recomendación que gustaría que IMPRAVE conozca o acate y dijo que deben seguir adelante con el buen manejo de la empresa y la buena relación que crean con el cliente, es algo que hará que crezcan mucho y aún más cuando se dé a conocer los buenos precios y calidad de productos que manejan.

2.2. Observaciones

En esta parte de la investigación se priorizó estudiar principalmente el proceso de logística que mantiene la importadora IMPRAVE en cuanto a sus importaciones, el procedimiento al momento de empezar una negociación y la gestión de bodegas donde almacenan los artículos que llegan a la empresa y después son puestos a la venta.

2.2.1. Importaciones.

- Buscar el insumo médico que sea requerido o el equipo que algún cliente lo haya solicitado bajo pedido.

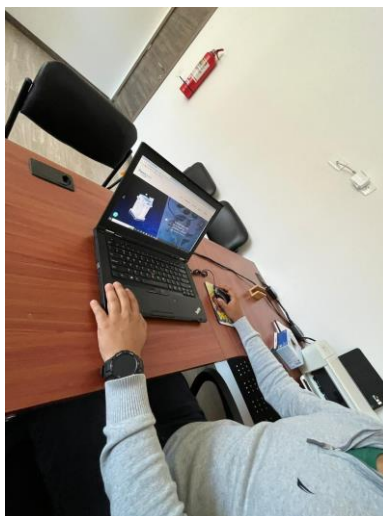


Figura 7. Proceso de importaciones N°1

Fuente: IMPRAVE, 2022

- Contactar al proveedor y proceder a negociar precios.

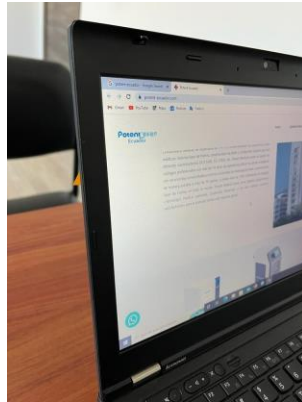


Figura 8. Proceso de importaciones N°2

Fuente: IMPRAVE, 2022

- Verificación de requisitos y análisis de aranceles del artículo a importar.
- Registrar fechas de salida y llegada de la mercancía al país
- Contratar transporte desde el puerto hasta el almacén de IMPRAVE, esta importadora trabaja con DHL.



Figura 9. Proceso de importaciones N°3

Fuente: IMPRAVE, 2022

2.2.2. Gestión de bodegas

- Registro de inventario cada dos semanas.
- Proceso de etiquetamiento a cada insumo médico que llegue al local.



Figura 10. Proceso de Gestión de bodegas N°1

Fuente: IMPRAVE, 2022



Figura 11. Proceso de Gestión de bodegas N°2

Fuente: IMPRAVE, 2022

- Registro de actividades de limpieza, donde se contabiliza el proceso de aseo que reciben las instalaciones de IMPRAVE.



Figura 12. Proceso de Gestión de bodegas N°3

Fuente: IMPRAVE, 2022

- Organización y clasificación de insumos médicos para un proceso ágil y efectivo al momento de realizar las ventas.



Figura 13. Proceso de Gestión de bodegas N°4

Fuente: IMPRAVE, 2022

- Procesos estratégicos para equipos con mayor antigüedad, donde se verifican los artículos médicos que han estado por más tiempo en el almacén y se proceden a realizar las ofertas para que se vendan rápido

2.2.3. Negociaciones

- Inicio de la negociación, este proceso empieza con el primer mensaje del posible cliente en el cual pide cualquier tipo de información de algún producto del catálogo.



Figura 14. Proceso de Negociaciones N°1

Fuente: IMPRAVE, 2022

- Ponerse en contacto con el consumidor con mucha empatía desde el primer mensaje para que se sienta cómodo y seguro.
- Exposición del producto o productos de interés del consumidor en cuanto calidad, garantía y precio.
- En caso de que el cliente ya esté dispuesto a cancelar el producto, se procede a brindar las opciones de envío del producto o se envía la dirección de la empresa y los horarios en los cuales podría retirar su producto.
- Facturación en caso de ser requerida por el cliente y finalización de la negociación.

2.3. Encuestas

En el siguiente método para la investigación de mercados se lo realizó a través de encuestas vía internet que fueron aplicadas a los clientes de la empresa mediante la plataforma de Google forms, la cual da acceso a diversas herramientas las cuales pueden ser muy útiles en el transcurso de la vida universitaria, una de las estrategias que será de gran ayuda en el proceso de tomar encuestas para nuestras diversas asignaturas". (Núñez, 2022)

2.3.1. Muestra para las encuestas

Para calcular la muestra para la encuesta N°1 se tomó en cuenta todos los establecimientos médicos del Distrito metropolitano de Quito que podrían convertirse en clientes de litotriptores importados por IMPRAVE.

- Masquemedicos, 2022 (Buscador de Urólogos en Quito)

Aquí se encuentran los doctores especializados en urología que trabajan en el área de salud en el Distrito Metropolitano de Quito, donde hubo un total de 76 posibles clientes. (MasqueMedicos, 2022) los cuales están distribuidos en centros de salud, consultorios médicos, clínicas, hospitales públicos y privados.

Para continuar con el cálculo de la muestra se seleccionó un universo finito, es decir que puede ser contabilizado para el estudio y análisis de datos.

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{NE^2 + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

Z=Nivel de confianza
N=Población-Censo
p= Probabilidad a favor
q= Probabilidad en contra
e= error de estimación
n= Tamaño de la muestra

Figura 15. Fórmula para el cálculo

$$N = 76$$

$$P = 50\%$$

$$q = 50\%$$

$$Z = 1,96$$

$$e = 5\%$$

$$n = 63,58$$

Después de aplicar la fórmula para el cálculo del tamaño de la muestra de un universo finito, se concluyó que para esta encuesta es de 63,58, es decir que la encuesta debía ser respondida por al menos 64 posibles clientes para que no haya margen de error, sin embargo, tuvo mucho éxito y se alcanzó la respuesta por 71 posibles clientes lo cual minimiza mucho más el margen de error.

Para calcular la muestra para la encuesta N°2 se tomó en cuenta todos los clientes que mantiene la empresa IMPRAVE que son 25.

$$N = 25$$

$$P = 50\%$$

$$q = 50\%$$

$$Z = 1,96$$

$$e = 5\%$$

$$n = 18,89$$

Es decir que se requería hacer la encuesta al menos a 19 clientes, pero se logró uno más que el propuesto para que haya un poco menos de margen de error.

2.3.2. Desarrollo de encuestas

Esta primera encuesta busca encontrar y analizar las preferencias que tienen los urólogos quienes son los posibles clientes de adquirir los litotriptores ya que ellos son quienes lo manejan.

La segunda encuesta va dirigida a los clientes ya que se enfocará en obtener las estadísticas del grado de satisfacción que han tenido los clientes de IMPRAVE de acuerdo con los servicios que ofrece la empresa.

ENCUESTA N°1

A continuación, se presentarán los resultados de la primera encuesta que fue realizada a los posibles clientes que tiene IMPRAVE para la venta de los litotriptores seguidas de su análisis respectivo, el formato de las encuestas estará anexado en la parte de “Anexo-A”.

1. Lugar donde ejerce su profesión

71 respuestas

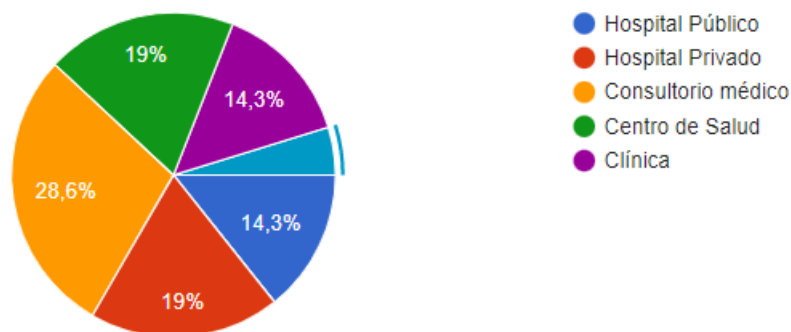


Figura 16. Lugar de trabajo de Urólogos en Quito

Fuentes: Encuestas, 2022

Aquí se puede apreciar que de los 71 posibles clientes que respondieron la encuesta, la mayoría tienen su propio consultorio médico lo cual significa que trabajan por su propia cuenta y se podría realizar el negocio directamente con ellos, seguidos de los hospitales

públicos y privados con los cuales se complica un poco ya que habría varios intermediarios de por medio para poder llegar a comercializar los productos, pero aun así se podría llegar a obtener convenios con estos mismos así como se lo realizó con una clínica en Cumbayá.

2. ¿En qué sector de Quito se encuentra ubicado su establecimiento?

71 respuestas

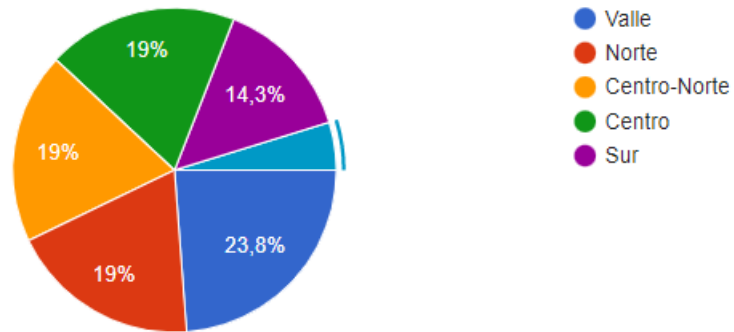


Figura 17. Ubicación de consultorios de los Urólogos en Quito

Fuentes: Encuestas, 2022

Gracias a esta pregunta se pudo ubicar demográficamente donde se ubican la mayoría de posibles nuevos clientes en la ciudad de Quito y se observa que la mayoría de estos pertenecen a la parte del valle y esto se debe a la apertura de consultorios nuevos en esta parte de la ciudad lo cual podría obligar a la empresa a crear estrategias para optimizar recursos en cuanto a los envíos que vallan hacia el valle y el sur ya que son los puntos más alejados a la empresa.

3. ¿En cuál de estas tiendas ha comprado o alquilado litotriptores?

71 respuestas

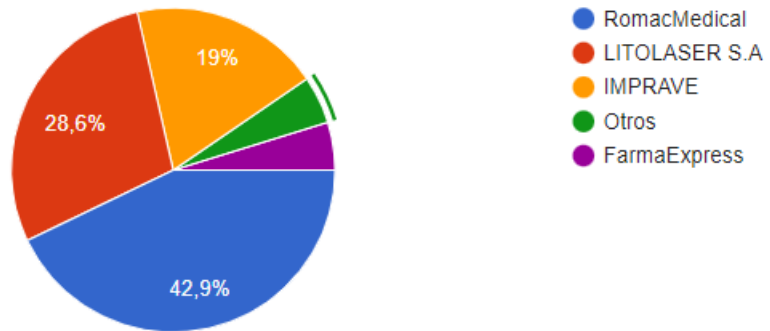


Figura 18. Tiendas de litotriptores en Quito

Fuentes: Encuestas, 2022

Aquí se puede apreciar los lugares en donde los posibles clientes ya han realizado compras de este tipo de insumos médicos y se resalta mucho la empresa RomacMedical y LITOLASER S.A. que como ya se había comentado antes, estas empresas son las que encabezan el mercado de este producto actualmente y la competencia más fuerte que tiene IMPRAVE.

4. ¿Qué tipo de litotriptores es de su preferencia?

71 respuestas

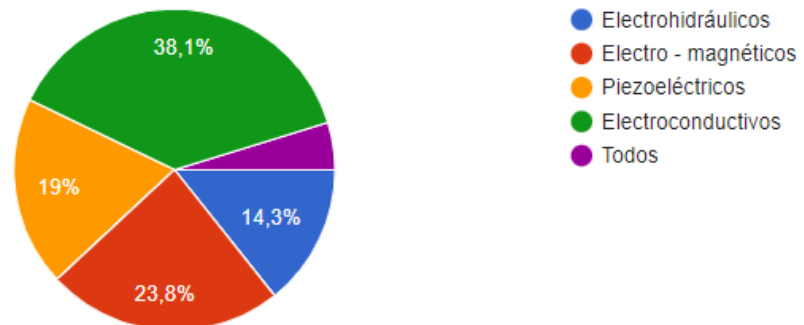


Figura 19. Preferencia de los Urólogos en cuanto a los litotriptores

Fuentes: Encuestas, 2022

En esta pregunta se obtienen datos sobre cuál es el tipo de litotriptor que tiene más demanda en el mercado lo cual permitirá a IMPRAVE saber cuáles son los tipos de litotriptores que podrían llegar a venderse o alquilarse más rápido por la cantidad de consumidores que podrían estar interesados, como por ejemplo aquí se observa que los que más demanda tiene son los electroconductivos pero un aspecto positivo de IMPRAVE es que ofrece todos los tipos de litotriptores que el consumidor deseé bajo pedido.

5. ¿Cada que periodo de tiempo alguno de sus pacientes requiere un tratamiento que se lleva a cabo con un litotriptor?

71 respuestas

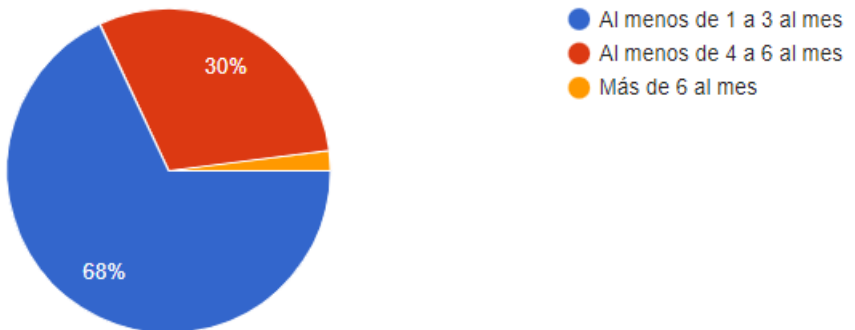


Figura 20. Procedimientos realizados con litotriptores al mes

Fuentes: Encuestas, 2022

En esta pregunta se obtiene la frecuencia con la que los posibles clientes suelen utilizar este tipo de máquinas y se observa que no hay mucha frecuencia ya que más de la mitad solo la usa para de 1 a 3 procedimientos al mes, mientras que la otra gran parte llega a tener como máximo 6 procedimientos lo cual permite que IMPRAVE pueda crear estrategias para lograr abastecer toda la demanda existente.

6. ¿Cuál de estos servicios cree que es el más servicial y requerido a la hora de adquirir un litotriptor?



71 respuestas

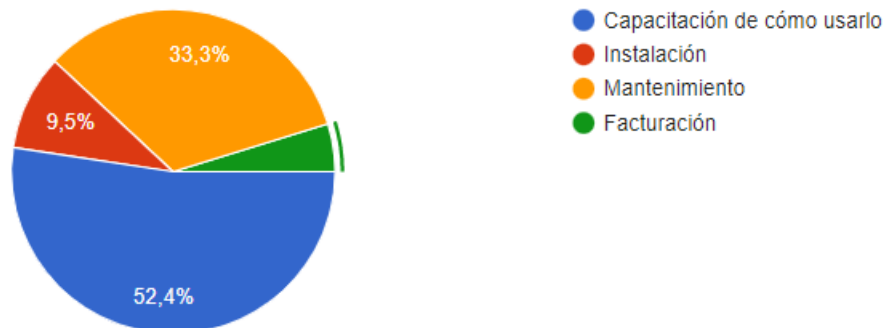


Figura 21. Servicios requeridos al adquirir un litotriptor

Fuentes: Encuestas, 2022

Aquí se puede observar que lo que más les llama la atención a los consumidores es que al momento de adquirir ya sea por compra o alquiler un litotriptor se dé una capacitación de cómo usar el equipo suponiendo que es para no provocar daños o poder alterar la máquina usándola de una manera errónea, lo cual es un beneficio para IMPRAVE ya que ellos si brindan este servicio.

7. ¿Qué beneficios le gustaría recibir al comprar un litotriptor?



71 respuestas

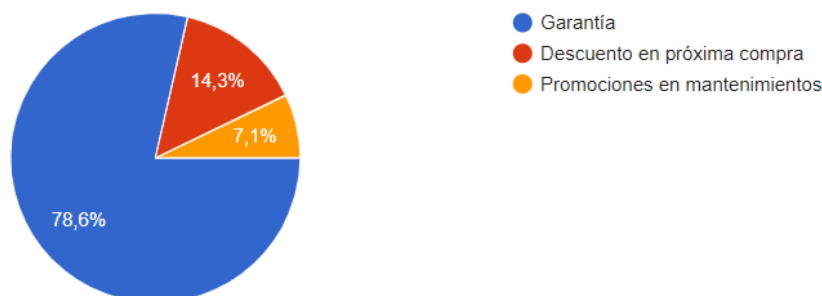


Figura 22. Beneficios al adquirir un litotriptor

Fuentes: Encuestas, 2022

En la pregunta número 7 se obtienen el beneficio más codiciado por los posibles clientes y más del 75% votaron por la garantía ya que tiene mucho sentido porque es lo único que garantiza una vida útil en un largo periodo de tiempo del litotriptor.



Figura 23. Parámetros para adquirir un litotriptor

Fuentes: Encuestas, 2022

En la pregunta número 8 se pide a los posibles clientes que escojan que es en lo primero que se fijan al momento de querer adquirir un litotriptor y se concluye en que lo más importante para ellos es la calidad, ya que es lo que va a garantizar que la máquina realice los procedimientos de manera exitosa y también dieron mucha prioridad al precio ya que hay clientes que por más calidad que tenga el producto, no estarán dispuestos en excederse con el pago.

9. Al momento de recibir soporte técnico ¿Qué parámetro le parece más importante recibir por parte del técnico?

 Copiar

71 respuestas

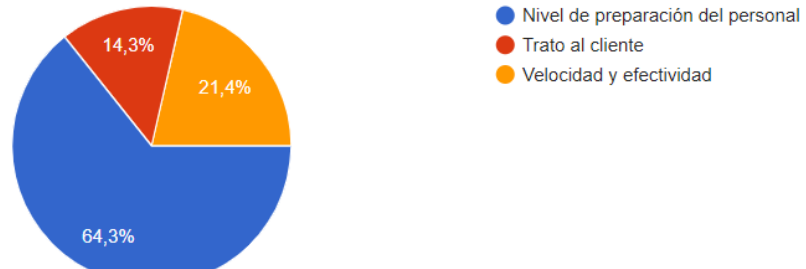


Figura 24. Parámetros del personal técnico

Fuentes: Encuestas, 2022

En cuanto al soporte técnico también se consultó en que es lo que más se debe enfocar la empresa al momento de brindar este servicio y la mayoría escogió que debe haber personal capacitado para realizarlo, ya que esto es algo fundamental al momento de poner a alguien a reparar uno de los insumos médicos comercializados, así que lo más aconsejable es tener siempre a la disposición un técnico especializado en estos equipos.

10. A la hora de requerir un insumo médico ¿A través de que medio busca información de alguno de ellos?

 Copiar

71 respuestas

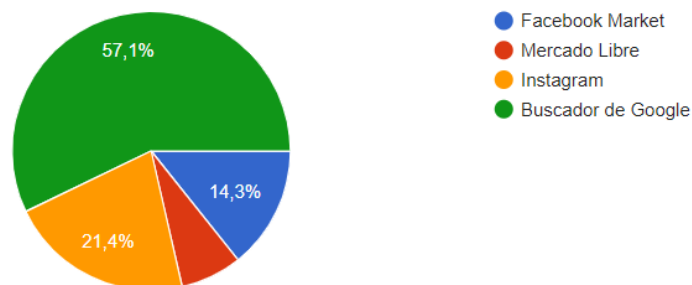


Figura 25. Buscador preferido de Urólogos

Fuentes: Encuestas, 2022

Esta pregunta es clave a la hora de aplicar estrategias para saber por medio de que canales se debe comenzar a generar la publicidad para saber por dónde se puede llegar más rápido al cliente y según las respuestas de los posibles clientes, la mayoría de estos suelen usar el buscador de Google e Instagram para buscar información sobre la venta de este tipo de insumos médicos lo cual da un punto de partida para saber en donde se debe enfocar la publicidad de los productos.

11. ¿Qué le resulta más Económico?

 Copiar

71 respuestas

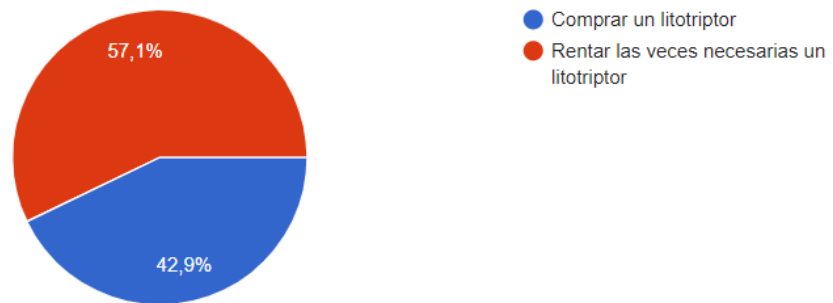


Figura 26. Preferencia de Urólogos entre comprar o rentar

Fuentes: Encuestas, 2022

En la pregunta número 11 se consulta a los posibles clientes que en el caso de requerir un litotriptor preferirían alquilarlo o comprarlo y aquí se aprecia que la mayoría de ellos se preferirían alquilarlo lo cual significa que aumentará la demanda de alquiler de litotriptores y que se deben hacer dos escenarios para las proyecciones basándose en las ventas y alquileres.

12.¿Tiene alguna sugerencia o comentario que dejaría a la importadora IMPRAVE para que siga mejorando y creciendo como empresa ya sea en cuanto al producto o la forma de manejar la compañía?

.
Darse a conocer un poco más
Mejorar en posicionarse en más páginas o lugares físicos
Más información sobre la empresa
Ubicación en mapas en la página Web
Más acerca del funcionamiento de los productos

Figura 27. Sugerencias por parte de los Urólogos

Fuentes: Encuestas, 2022

Finalmente se pidieron sugerencias que ayuden a crecer a IMPRAVE como empresa y que logre posicionarse en el mercado en donde la mayoría de encuestados mencionaron que esta empresa debe hacerse más conocida, cosas que se podrían agregar en la página web o hacer estrategias para dar a conocer más sobre los productos y su funcionamiento.

ENCUESTA N°2

A continuación, se presentarán los resultados de la segunda encuesta, seguido del análisis respectivo de cada pregunta que fue realizada a los clientes actuales que tiene IMPRAVE donde se buscar obtener datos en cuanto a la satisfacción que tienen cada uno de ellos en lo referente a:

- 1.Trato al cliente y publicidad
- 2.Calidad y precio del producto
- 3.Garantía y servicio técnico

1. ¿Cómo calificaría el trato que recibió por parte de la importadora IMPRAVE a la hora de iniciar la negociación?

20 respuestas

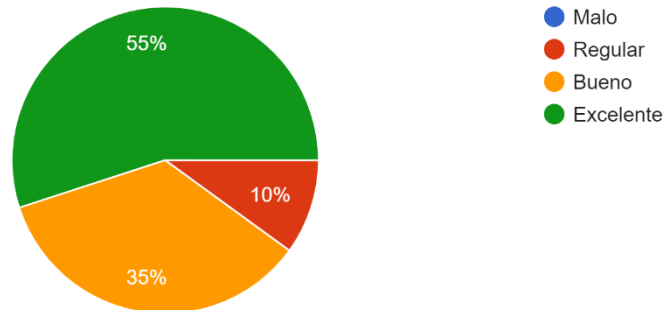


Figura 28. Satisfacción de los clientes de IMPRAVE

Fuentes: Encuestas, 2022

Aquí se puede apreciar que de los 20 clientes que respondieron la encuesta, la mayoría ha calificado la atención brindada por IMPRAVE como excelente al momento de iniciar la negociación, eso quiere decir que el personal de la empresa si está en óptimas condiciones para saber cómo iniciar el proceso de comercialización de su productos ya que el 90% de respuestas son positivas, sin embargo de debe tratar de conseguir el 100% ya que ese 10% que califica como regular la atención brindada por la empresa, puede dar malas reseñas sobre la importadora y perjudicar el crecimiento de la empresa en pequeña escala, es decir que va afectar de una forma moderada y no muy significativa pero la empresa siempre debe optar por la excelencia.

2. ¿Cómo calificaría la funcionalidad del litotriptor que adquirió en IMPRAVE?

20 respuestas

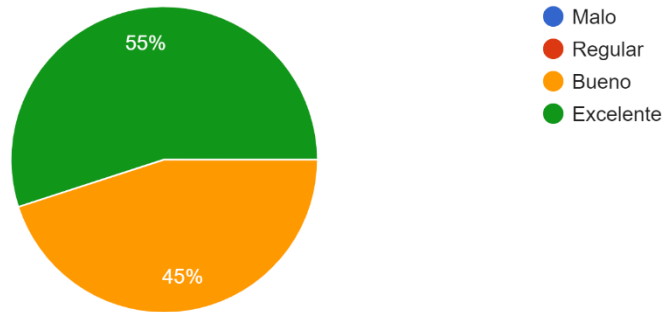


Figura 29. Satisfacción de los clientes de IMPRAVE en cuanto al litotriptor

Fuentes: Encuestas, 2022

Esta pregunta se basa en la experiencia de los clientes que han obtenido con el litotriptor en cuanto a su funcionalidad y la mayoría de los consumidores han estado conformes y más que satisfechos con los servicios brindados por los litotriptores y su efectividad.

3. ¿Cómo calificaría el nivel de alcance de publicidad y manejo de plataformas digitales con el nombre de IMPRAVE? En donde se encuentran la información de los insumos médicos que están a la venta.

20 respuestas

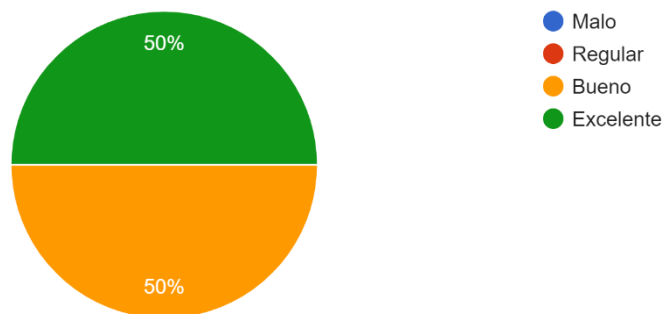


Figura 30. Satisfacción de los clientes de IMPRAVE en cuanto a la publicidad

Fuentes: Encuestas, 2022

Aquí se aprecia la opinión de los clientes con respecto al marketing que tiene IMPRAVE y para ellos el alcance que se tiene con la publicidad ya establecida es buena y están conformes con esto lo cual es satisfactorio para la empresa, pero se debe tener en cuenta que es opinión de ellos porque gracias a la publicidad dada se logró conectar con estos clientes, pero se debe enfocar en el resto de mercado que se quiere alcanzar.

4. ¿Cómo calificaría la calidad de litotriptores que ofrece la importadora IMPRAVE?

20 respuestas

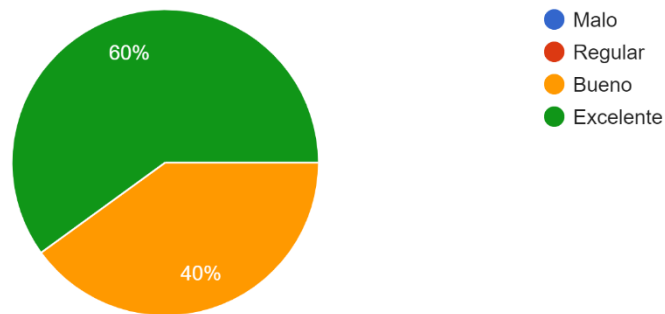


Figura 31. Satisfacción de los clientes en cuanto a la calidad de los productos

Fuentes: Encuestas, 2022

En cuanto a la calidad de los productos ofrecidos por la empresa IMPRAVE se ve que los clientes están muy satisfechos ya que la mayoría de encuestados los consideran como excelentes y se debe optar por mantenerse así siempre.

5. ¿Cómo calificaría el precio de los litotriptores que ofrece la importadora IMPRAVE en comparación a otras empresas?

20 respuestas

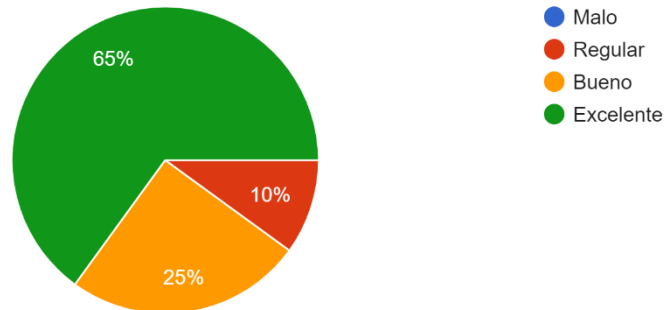


Figura 32. Satisfacción de los clientes en cuanto a precios

Fuentes: Encuestas, 2022

En cuanto a los precios de los productos ofrecidos por la empresa IMPRAVE se puede observar que la mayoría de los clientes están satisfechos, sin embargo, hay un pequeño porcentaje que están un poco inconformes lo cual se podría solucionar presentando promociones que permitan ver los beneficios y ahorro que se puede llegar a obtener con esta importadora a diferencia del mercado.

6. Suponiendo que ustedes son los dueños de la empresa ¿Cómo calificaría a los proveedores de la empresa IMPRAVE?

20 respuestas

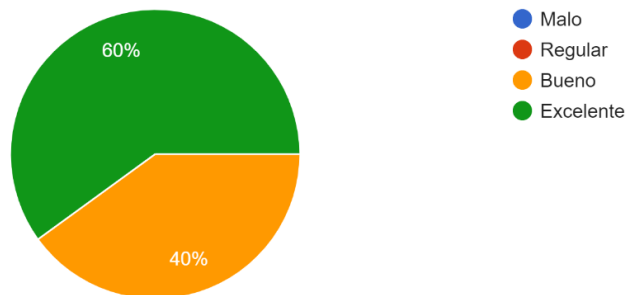


Figura 33. Satisfacción de los clientes los proveedores de IMPRAVE

Fuentes: Encuestas, 2022

Se les pidió a los clientes que califiquen a los proveedores de la empresa, para analizar si es que están conformes o habría que optar por buscar nuevos, sin embargo, las respuestas se inclinaron hacia la excelencia y la alta conformidad que tienen los clientes con respecto a los proveedores.

7. ¿Cómo calificaría la garantía que ofrece la importadora IMPRAVE al momento de adquirir un litotriptor?

20 respuestas

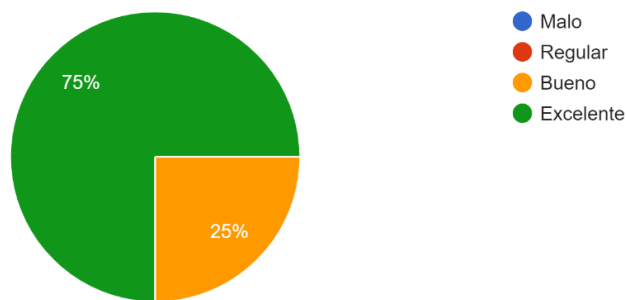


Figura 34. Satisfacción de los clientes en cuanto a la garantía ofrecida

Fuentes: Encuestas, 2022

En cuanto a la garantía es donde se observaron resultados muy positivos por este servicio que ofrece la empresa IMPRAVE, es decir que los clientes están muy satisfechos con la garantía que reciben al momento de adquirir productos en esta importadora, lo cual puede ser considerado una de las fortalezas más notorias que mantiene la empresa.

8. ¿Cómo calificaría al técnico que se encarga de las labores de mantenimiento a los litotriptores que brinda IMPRAVE?

20 respuestas

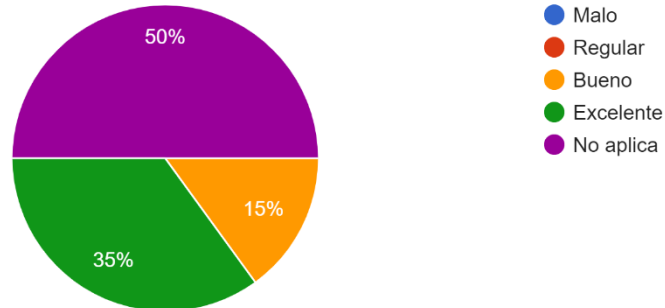


Figura 35. Satisfacción de los clientes en cuanto al servicio técnico

Fuentes: Encuestas, 2022

Se pidieron opiniones con respecto a la satisfacción que han tenido los clientes con el personal de servicio técnico y como se puede observar la mayoría aún no ha optado por este servicio o simplemente no ha tenido la necesidad de usarlo, mientras que la mayoría que ya lo han usado están muy conformes por este servicio brindado por la empresa.

9. ¿Cómo calificaría el sistema de facturación y los métodos de pago que se manejan en IMPRAVE?

20 respuestas

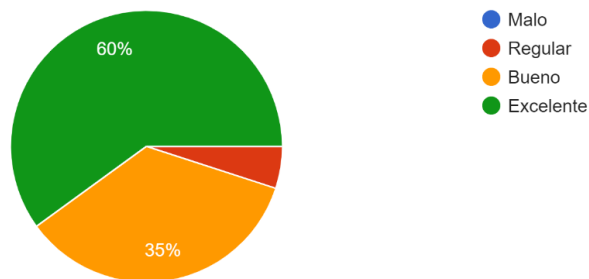


Figura 36. Satisfacción de los clientes en cuanto facturación y métodos de pago

Fuentes: Encuestas, 2022

Para ir finalizando con esta encuesta se pidió una calificación con respecto a la facturación y métodos de pago que maneja la importadora y se obtuvo más del 90% de clientes satisfechos por las varias opciones de pago que se ofrecen en IMPRAVE.

10. ¿Tiene alguna sugerencia o comentario que dejaría a la importadora IMPRAVE para que siga mejorando y creciendo como empresa ya sea en cuanto al producto o la forma de manejar la compañía?

8 respuestas

Fueron un poco de morosos al concretar mi pago
Ampliar el local
Una pequeña ampliación del local y un depósito más cercano
Más personal
Tener más trabajadores
Un método de envío un poco más privado ya que Uber no siempre es de confianza
Atenciones los fin de semana
Hacerle publicidad al producto

Figura 37. Opiniones y recomendaciones por parte de los clientes de IMPRAVE

Fuentes: Encuestas, 2022

Finalmente, se les pidió a los clientes sugerencias y recomendaciones para saber en qué se puede seguir mejorando para que IMPRAVE sea su primera opción donde se recibieron varios comentarios con respecto al personal, publicidad del producto, el local, etc. Puntos clave que deben ser analizados para mantener la fidelización del cliente.

2.4. Caracterización de la oferta

Para empezar a desarrollar la caracterización de la oferta, se tuvo que adentrar en los proveedores de litotriptores en el Distrito Metropolitano de Quito los cuales fueron obtenidos a través de las encuestas realizadas para la obtención de datos y teniendo en cuenta que "la oferta es una relación de las cantidades que los productores están dispuestos a vender, a un determinado precio y durante un período de tiempo determinado, si todo lo demás permanece constante. Así pues, a mayor precio, mayor cantidad ofrecida con más ingresos para el productor y viceversa" (Hurtado, 2018).

Para encontrar a los principales competidores se realizó una pregunta a posibles clientes la cual especifica en donde se pueden conseguir este tipo de equipos médicos dentro de la ciudad, para el análisis se tomó como referencia la pregunta 3 de la encuesta número 1, mediante la cual se obtuvieron los nombres de dos empresas que se han convertido en los principales competidores de IMPRAVE que son:

RomacMedical, una empresa ubicada en la Samuel Fritz E905 y Ave. 6 de Diciembre, Samuel Fritz E-905, Quito que se especializa en equipos médicos nuevos y remanufacturados teniendo como proveedores a Estados Unidos, China y Europa.

Con el objetivo de hacer su visita más interesante e informativa, se ha incluido muchos enlaces con información más profunda. Sin importar que sea cirujano, otorrinolaringólogo o hasta si es un ingeniero, usted saldrá de nuestra página con una clara perspectiva de lo que buscaba. (Romac Medical SA, 2019) la cual tiene mucho territorio ganado y ha logrado con éxito el plan de expandirse a nivel nacional.

Dentro de esta empresa que por más que ya haya tenido un alcance mucho más grande que IMPRAVE, se puede notar que no es una empresa muy modernizada y mucho menos que llevan una buena logística en la parte de marketing digital que es lo que ahora hace que una empresa se haga reconocida a gran escala.

Desde que se entra a su página web se notan muchos problemas que mantiene la página como varias faltas ortográficas en sus párrafos e incluso se nota que es una página un poco confusa de usar ya que el tipo de letra se opaca un poco por el fondo que tienen, no tiene casi nada de estilo y otro aspecto en el cual IMPRAVE supera por mucho a esta

empresa es en la variedad de productos, en este caso en los litotriptores que es el artículo que se quiere potenciar las ventas.



Figura 38. Captura de Advanto (competencia)

Fuente: Página web de Advanto, 2022

Aquí se aprecian los dos únicos litotriptores que tiene RomacMedical a la venta, los cuales son versiones un poco antiguas y costosas ya que según el técnico de IMPRAVE ellos manejaban estos litotriptores en un inicio y requerían muchos mantenimientos lo cual causo molestias en el cliente y se optó por discontinuarlos y buscar los más modernos y de la mejor calidad posible. Otro aspecto negativo de esta empresa es el tiempo de respuesta ya que es un poco lento contestando mensajes.

Pero en sí, IMPRAVE maneja mucha más variedad de litotriptores ya que en su catálogo se pueden encontrar hasta 5 de diferentes tipos y modelos para que el cliente tenga la facilidad de escoger el que más factible le parezca, el más económico o el más sencillo de usar.

Por otro lado, se encuentra a la otra empresa competidora que se llama LITOLASER S.A la cual ya es una empresa mucho más especializada y enfocada en urología ubicada en el sur de quito, entre El Pintado y la Biloxi, su dirección exacta es Oe7 02, Quito 170142 y es una compañía legalmente constituida y aprobada ante la Superintendencia de compañías el 25 de abril del 2011 con resolución No. SC.IJ.DJC.Q.11.001791, con

21 accionistas fundadores. Lo cual ha hecho que Litolaser S.A. se convierta en una empresa líder en el alquiler de equipos urológicos con la mejor tecnología del mercado para satisfacer la demanda de atención y tratamiento de enfermedades urológicas. Actualmente tienen convenios de alquiler de equipos médicos con el Hospital Metropolitano (RTU BIPOLAR Y LASER), con la Clínica Internacional (LEC, RTU BIPOLAR, LASER, URS FLEXIBLE), con el Hospital Voz Andes (LEC, RTU BIPOLAR, LASER), con el Hospital de los Valles (LEC, URS flexible y laser); con el Centro Quirúrgico Da Vinci (LEC, RTU, Arco C), con la CRUZ BLANCA (RTU BIPOLAR, LEC, LASER Y URS FLEXIBLE), con las Clínicas ATLAS, y finalmente con el HOSPITAL AXXIS (LEC, LASER). (M., 2016). Esta empresa también tiene mucho peso en el mercado ya que cuenta con acuerdos con hospitales de alta gama y al tener tantos accionistas, es mucho más sencillo que entre todos puedan conseguir nuevos clientes a más de tener una página web mucho mejor que RomacMedical y mantiene una infraestructura super parecida a la de IMPRAVE ya que se evidencia que esta empresa también contrató a una persona o compañía externa para que realicen su página web.



Figura 39. Captura de Litolaser (competencia)

Fuente: Página web de Litolaser, 2022.

A continuación, se refleja que por más que esta empresa sea la más poderosa en este mercado, no tienen tanta variedad como en la empresa IMPRAVE, la cual siempre se ha

enfocado en expandir su catálogo poco a poco y hasta el momento es la mejor cualidad que la diferencia de estos dos gigantes.

Para poder realizar la caracterización de la oferta, se deben tomar en cuenta los principales oferentes en el mercado, los cuales fueron mencionados en las encuestas y se tuvo que dividir en litotriptores que se ofertan a la venta y los que han sido ofertados para alquiler para la cual se utilizó la fórmula de:

$$O = n * q * p$$

Donde:

n = número de población

El cual después de un análisis cualitativo deja como población un total de 70 ya que es el número de clientes potenciales después de quitar a algunos que no pueden ser tomados en cuenta para este análisis como contratos con la competencia y se dividió conforme a la pregunta 11 de la encuesta número 1 donde se puede apreciar la cantidad de posibles clientes para el alquiler que equivale al 57,10% de la población que son los que ven como una mejor alternativa este método que da un total de 39,97, es decir 40 posibles clientes que podrían llegar a rentar litotriptores en donde suelen tener un total de 24 procedimientos al año y por otro lado, el 42,90% de posibles clientes estarían dispuestos a comprar uno de estos equipos que equivale a 30 posibles clientes que podrían estar interesados en comprar uno de estos aparatos, sin embargo en este caso no hay mucho productos ofertados en el mercado.

q = cantidad de producto vendidos anualmente

p = precio promedio en el mercado

Este precio se ha fijado en \$250 ya que es el costo de alquiler promedio para uso por procedimiento de un litotriptor y en caso de la venta se puso el precio promedio de un litotriptor en el mercado que redondea los \$20000.

Tabla 3. Estimación de la oferta

ALQUILER		VENTAS	
n:	40	n:	30
q:	72	q:	9
p:	\$250	p:	\$20.000
oferta en dolares:	\$720.000	oferta en dolares:	\$5.400.000
oferta en unidades al año x IMPRAVE:	36	oferta en unidades al año x IMPRAVE:	12

Elaborado por: Jorge Benalcázar

En primera instancia se puede apreciar que en el recuadro del alquiler hay un total de 72 litotriptores que son rentados anualmente, este dato se obtuvo de una matriz de investigación realizada por el Dr. Sebastián Ramos al momento de iniciar con este negocio y también registro que al año se venden un estimado de 9 litotriptores en el Distrito Metropolitano de Quito.

2.5. Caracterización de la demanda

Para poder realizar la caracterización de la demanda se debe analizar los posibles clientes y el mercado al cual se va a enfocar este proyecto que son los urólogos de la ciudad de Quito ya que ellos son los que usan los litotriptores para procedimientos médicos.

Gracias a la investigación de mercados, se registraron un total de 76 urólogos que podrían requerir estos aparatos, pero la muestra para las encuestas y cálculos de oferta y demanda se tuvo que excluir a algunos de ellos que ya han adquirido una de estas máquinas o ya tienen convenios con la competencia y no tienen permitido realizar negociaciones con otras empresas por lo cual los cálculos se realizaron con 70 posibles clientes.

Para poder realizar la caracterización de la demanda la cual tiene como objetivo principal pronosticar y determinar cuál será el nivel de ventas que tendrá el producto en el mercado. Se utilizará la siguiente formula:

$$Q = n * p * q$$

Donde:

Q: Demanda potencial.

n: Número de posibles compradores que cumplen las características definidas para la adquisición del producto dentro del Distrito Metropolitano de Quito.

p: Precio promedio del producto en el mercado (información obtenida mediante la encuesta).

q: cantidad de producto vendidos anualmente.

Tabla 4. Estimación de la demanda

ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA			
PARA ALQUILER		PARA VENTAS	
Población finita	40	Población finita	30
NECESIDAD	56%	NECESIDAD	42%
DESEO	32,60%	DESEO	18,62%
DEMANDA	8,58%	DEMANDA	11,42%
Necesidad	22,384	Necesidad	12,612
Deseo	13,04	Deseo	161,1170784
Demanda = n	3,432	Demanda = n	3,426
p	\$ 250,00	P	\$ 20.000,00
q	72	Q	9
DEMANDA POTENCIAL	\$ 61.776,00	DEMANDA POTENCIAL	\$ 616.680,00

Elaborado por: Jorge Benalcázar

Aquí se puede apreciar que para la obtención de la demanda potencial se tuvo que analizar la población y reducirla para realizar el cálculo solo con los posibles clientes que cumplan 3 requisitos que en cuanto a la necesidad la cual se refiere a que si estos urólogos realizan este tipo de procedimientos, en cuanto al deseo que se refiere a que si los urólogos están actualmente interesados en adquirir uno de estos insumos ya sea para rentarlo o comprarlo y finalmente en cuanto a la demanda que se refiere al uso regular que darán al insumo médico. Después se concluyó que la demanda potencial en dólares para el alquiler de litotriptores es de \$61.776 y para las ventas es de \$616.680.

3. ESTRATEGIAS DE MARKETING

3.1. Segmentación

Geográfica, demográfica o psicográfica. Un mercado entero está dividido en grupos por su similitud; esta similitud los convierte en segmentos de mercado para productos o servicios que buscan satisfacer necesidades específicas. (Ulloa, 2020)

En este caso, el mercado que se quiere alcanzar son todas las clínicas o a los urólogos particulares del Distrito Metropolitano de Quito que tengan la necesidad de usar un litotriptor para realizar procedimientos de alta calidad a sus clientes ya que los litotriptores que ofrece la empresa IMPRAVE son muy exclusivos, al menos los que funcionan con láser de holmium los cuales el Dr. Sebastián asegura que no hay más de 3 en todo el país lo cual permitirá llamar la atención de las personas interesadas en rentar o comprar las máquinas así como fue la clínica SIME (Sistema Médico de la USFQ) la cual, a finales de mayo del 2022 comenzó a mantener conversaciones de negocios con IMPRAVE y a inicios del mes siguiente ya firmaron un convenio para uso de estos litotriptores lo cual ha sido un gran avance para la empresa porque comienza a crear lazos de fidelidad con clientes lo cual es una de las metas a alcanzar con el segmento del mercado que se quiere conseguir.



Figura 40. Ubicaciones de centros de Urología en Quito

Fuente: Masquemedicos 2020

Como se pudo observar en el cálculo de la muestra en el capítulo anterior, solo en urólogos particulares según Masquemedicos, 2022 (Buscador de Urólogos en Quito) se pueden encontrar casi 76 doctores que tarde o temprano podrían requerir el uso de litotriptores, a los cuales se les realizó una encuesta a lo largo de este proyecto para ver que tanto estaban relacionados con este producto, para poder analizar a donde suelen dirigirse en caso de necesitar un litotriptor y también que se dé a conocer que es lo que más les atrae del producto antes de comprarlo lo cual permitirá analizar en donde se pueden aplicar estrategias para que la empresa se pueda posicionar, diferenciarse del resto y finalmente conseguir aumentar sus ventas.

Para esto se tuvo que realizar la división del mercado, ya que en cuanto a la venta de este tipo de insumos médicos que suelen ser utilizados por varios hospitales, clínicas, urólogos, nefrólogos, entre otros.

Sin embargo, en este proyecto por petición del Gerente General, se ha seleccionado como mercado principal a los urólogos ya que es donde se da mayor uso de estos equipos y donde la importadora IMPRAVE ya ha ido estableciendo relación con este nicho de mercado y después de una selección en base a la investigación de mercados, los principales posibles consumidores son estos doctores, es por eso que para continuar con el proceso también se realizó la estrategia Buyer Persona, la cual permite comprender de manera más detallada las necesidades del cliente al momento de realizar la adquisición de este producto a partir de la obtención de datos de una persona que se construye a partir de la etnografía de una población (edad, sexo, costumbres, creencias, entre muchas otras), con perfil psicológico, calidades y comportamientos similares. Cabe aclarar que, para un mismo producto o servicio, una empresa puede crear diferentes perfiles de Buyer Personas u obtener datos de un posible consumidor que desee ayudar en esta estrategia. (Siqueira, 2022) Se debe tener en cuenta que el comprador o consumidor es un elemento fundamental para el desarrollo del producto, para la producción de este y a donde se orientará la adquisición de nuevos clientes. El cual permitirá identificar de una manera adecuada y detallada las necesidades del cliente al momento de querer adquirir o rentar un litotriptor por lo que se ha establecido el siguiente formato explicando lo que un

Urólogo promedio de la ciudad de Quito busca en uno de estos equipos, incluyendo sus necesidades, motivaciones, gustos y posibles desmotivaciones.


Dr. Eduardo Banda Martínez		
Necesidades:	Motivaciones:	
	<ul style="list-style-type: none"> •Insumos médicos especializados en el área de urología de buena calidad y de precios accesibles. •Tecnología nueva y moderna para procedimientos nuevos que gustaría poner en práctica. •Proveedor de equipos médicos confiable y que ofrezca garantía a sus productos •Llamar la atención de nuevos clientes con la inversión en máquinas que permitirá agilizar los procedimientos y dará mayor satisfacción al cliente 	<ul style="list-style-type: none"> •Ganar la confianza de sus clientes y ser reconocido por los procedimientos exitosos y eficaces que mantiene en su trabajo fortaleciendo la relación con los clientes y ver la satisfacción que tendrán al momento de finalizar los procedimientos de urología
Descripción	Gustos y preferencias:	Desmotivaciones:
<p>Ocupación: Doctor en el Hospital de los Valles</p> <p>Edad: 42 años</p> <p>Genero: Masculino</p> <p>Nivel de educación: Post Grado</p>	<ul style="list-style-type: none"> •El arte del área de la medicina y el funcionamiento del cuerpo humano, especialmente en el sexo masculino y poder aprender cada día cosas nuevas del funcionamiento de este mientras conoce a personas nuevas que es lo que más disfruta de su carrera. 	<ul style="list-style-type: none"> •No encontrar productos de calidad o a precios razonables lo cual es muy común en el área de la salud y considera un aspecto de la sociedad ya que todos estos insumos son para salvar vidas o preservar la salud de las personas.

Figura 41. Avatar Buyer Dr. Eduardo Banda

Elaborado por: Jorge Benalcázar

En esta matriz se puede tener la perspectiva de un posible cliente, un urólogo que realiza procedimientos profesionales desde hace algún tiempo y se observa los puntos que se podrían fortalecer dentro de la empresa para llamar la atención de este tipo de consumidores analizando cuáles son sus necesidades y lo que los motiva a usar este tipo de insumos médicos, ya que les beneficia para que los procedimientos médicos que realizan sean mucho más eficaces y rápidos lo cual llama mucho más la atención de los

clientes y al momento de realizar los procedimientos con este tipo de máquinas habrá mucha mayor satisfacción lo cual hará que el doctor gane muchas más recomendaciones por parte de sus clientes generando así más demanda de litotriptores.

3.2. Posicionamiento

“El posicionamiento es el arreglo que se hace para que un producto ocupe un lugar claro, distintivo y deseable, en relación con los productos de la competencia, en la mente de los consumidores meta.” (Kloter, 2017)

Para llevar a cabo el posicionamiento de la importadora IMPRAVE se ha analizado el mapa de posicionamiento el cual busca representar por medio de cuatro cuadrantes en donde se encuentra la empresa, marca o en este caso el producto viendo desde la perspectiva de un cliente o consumidor en diferencia de la competencia lo cual ayudará a saber qué medidas se podrían tomar en caso de ser requeridas para llamar más la atención de los clientes en cuanto a el producto. Los ejes que se usan en este plano son Y = Calidad; X = Precio, en donde abran 4 extremos y a cada uno se le va a asignar un nivel para posicionar adecuadamente a cada marca o producto, es decir, + (alto) y - (bajo).

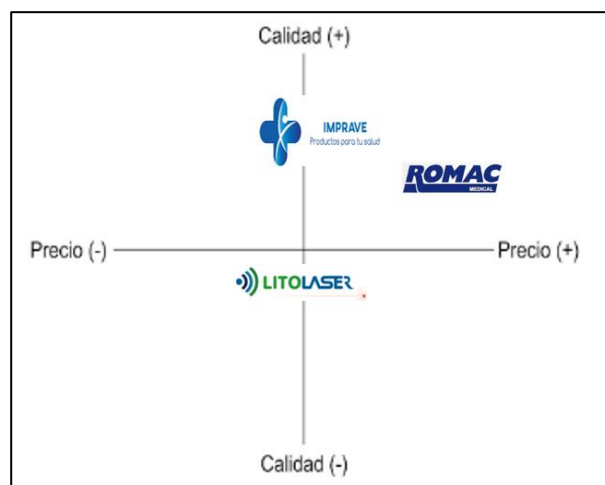


Figura 42. Mapa de posicionamiento

Elaborado por: Jorge Benalcázar

Una vez realizado el mapa, de acuerdo con los precios en el mercado de litotriptores y comparando a la competencia en base a la investigación ya realizada de cada uno de ellos, se puede concluir que en cuanto a calidad y precio IMPRAVE mantiene un buen posicionamiento a diferencia de su competencia, ya que como se puede observar RomacMedical a pesar de ser uno de los líderes del mercado en cuanto a los litotriptores por antigüedad y varios convenios que ha forjado a lo largo de sus negociaciones, no es la mejor opción ya que mantienen precios mucho más altos a diferencia de IMPRAVE y por otro lado LITOLASER S.A que igual es una competencia que maneja mucho mercado, no es la mejor opción ni por precio, ni calidad; sin embargo lo que les beneficia mucho a ellos es el tiempo que llevan en el mercado y lo mucho que se han dado a conocer.

El posicionamiento de esta importadora se basa principalmente en que mantiene los mejores precios en el mercado y que ofrecen la mejor calidad en litotriptores a los consumidores ya que como empresa siempre han optado por buscar los mejores productos para la satisfacción de los clientes porque estos serán los factores que destaquen a la empresa y también la variedad de productos que se manejan, otra característica que maneja la importadora IMPRAVE es que actualmente manejan los mejores precios en el mercado en cuanto a los litotriptores.

3.3. Diferenciación

La diferenciación de producto es el punto más importante para poder posicionarse en el mercado, ya que es la única forma en que los clientes o consumidores tendrán una preferencia con respecto al producto y se decidirán por la mejor opción la cual es IMPRAVE, por lo tanto, se ofrecerá lo siguiente:

- Ofrecer un producto con altos estándares de calidad con certificaciones internacionales desde su fabricación hasta de su importación.
- Se contratará personal con experiencia y de confianza para la distribución y venta del producto, ofreciendo una entrega rápida y eficaz.

- Los precios en comparación con los de la competencia son muy accesibles para la comodidad del cliente, de igual manera los métodos de pago que se han implementado.
- El empaque del producto se ha enfocado en estándares de seguridad para que el litotriptor llegue en perfecto estado y con una imagen muy llamativa.



Figura 43. Estándares para compra de Litotriptor

Fuente: Encuestas, 2022

- La empresa IMPRAVE, basándose en los parámetros favoritos por los posibles consumidores, deberá procurar mantener los mejores estándares del mercado en cuanto a la calidad y precio.

3.4. Crecimiento

Para la creación de una estrategia de crecimiento se usará la Matriz de Ansoff la cual relaciona los productos de acuerdo con los nichos de mercados a los que se puede llegar, a través de 4 cuadrantes que son:

- Estrategia de desarrollo de nuevos productos: en esta opción estratégica, la empresa desarrolla nuevos productos para los mercados en los que opera actualmente.

- Estrategia de diversificación: es necesario revisar si existen oportunidades para desarrollar nuevos productos para nuevos mercados.
- Estrategia de desarrollo de nuevos mercados: considera que la empresa puede desarrollar nuevos mercados con sus productos actuales.
- Estrategia de penetración de mercados: consiste en tener una mayor participación en el actual mercado y trabajando con productos actuales del negocio. (Espinosa, 2016)



Figura 44. Matriz de Ansoff

Fuente: www.RobertoEspinosa.es

En base a los análisis internos y externos de la empresa que se han llevado a cabo a lo largo de este proyecto en relación a los litotriptores y teniendo en cuenta que siempre se han obtenido los equipos más modernos y también se ha importado las versiones más recientes de este tipo de máquinas las cuales se pueden apreciar en el catálogo de la empresa, la estrategia que será implementada es el Desarrollo de nuevos mercados ya que esto será de gran ayuda para alcanzar a muchos más consumidores o clientes. Para esto se aspirará a una expansión a nivel nacional en un futuro una vez que se consiga ser uno de los líderes en el mercado del Distrito Metropolitano de Quito, es decir un que en un futuro se buscará la ampliación a un nuevo mercado geográfico, ya que se han presentado las primeras conversaciones con posibles clientes potenciales fuera del Distrito Metropolitano de Quito gracias a que ya se han comenzado a implementar estrategias que serán mencionadas en el siguiente punto.

3.5. Estrategia competitiva

Después de la investigación realizada y los análisis respectivos, la importadora IMPRAVE realizará las siguientes estrategias en el mercado:

- Estrategia de innovación: IMPRAVE siempre mantendrá en stock los litotriptores más modernos o las últimas versiones para que el consumidor o posibles clientes tengan la facilidad de escoger entre varias opciones y lo último en tecnología para estos tratamientos.
- Poder de negociación: Esta estrategia no se enfoca en los clientes, más bien tiene que ver con los proveedores de productos que en este caso son dos, ubicados en China, que se llaman Advin y Potent con las cuales la empresa mantiene una relación de negocios super buena, incluso con Potent ya hay un acuerdo en el cual IMPRAVE se posiciona como su distribuidor en Ecuador y ya están tramitando los últimos permisos para comenzar a distribuir todos sus productos.
- Liderazgo en costos: IMPRAVE al ser importadores y distribuidores, se ha planteado mantener los mejores precios en el mercado y ofrecer la mejor garantía posible ya que al ser máquinas de mucha calidad y exclusivas se tiene como meta lograr ser líderes en el mercado.
- Liderazgo en empaquetamiento: El empaque de un producto da mucho de decir sobre con quien estas realizando el negocio o la compra, por eso IMPRAVE mantiene un empaque no solo muy llamativo de estas máquinas, sino que también cuenta con certificaciones y una especie de dispositivo de alta tecnología que te avisa cuando el equipo ha recibido algún golpe o caída que pudiese afectar al producto lo cual garantiza al cliente que su equipo que viene desde China ha sido transportado con mucho cuidado y en excelentes condiciones a más de ser muy llamativo y lujoso.

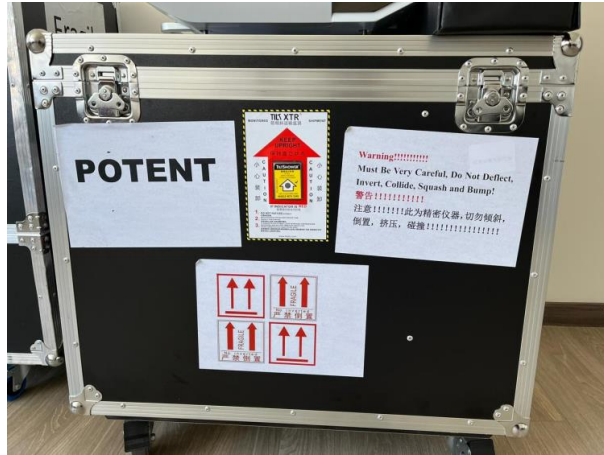


Figura 45. Empaque de Litotriptores

Fuente: IMPRAVE, 2022

- E-commerce: Consiste en la implementación de una página web pero en este caso se buscó y se logró reactivar la página que maneja IMPRAVE en donde se aprecian todos sus catálogos, garantías y demás, la cual cuando se comenzó el proyecto se encontraba deshabilitada por motivos desconocidos, simplemente la página dejo de funcionar, pero se insistió en que esta página podría potenciar más las ventas y se contrató a una empresa que ayudó a que la página se habilite y se añadieron muchas más opciones para interactuar en el catálogo haciéndola más llamativa y se mejoró la imagen de la misma, aunque cuando se inició con este proyecto en la página web solo aparecía este mensaje.

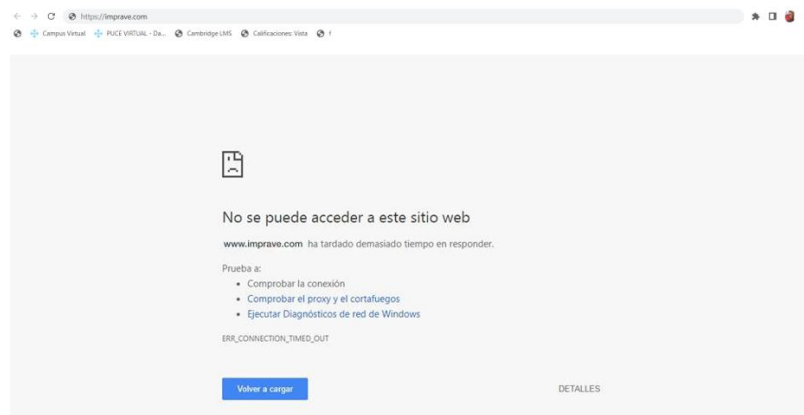


Figura 46. Página web de IMPRAVE

Fuente: IMPRAVE, 2021

Después del servicio que se contrató, ya hubo acceso a la página web y quedó mucho mejor a como solía estar según lo que mencionó el Gerente de IMPRAVE y ahora la página recibe muchas visitas diarias lo cual ha aumentado sus ventas no solo de litotriptores o como se los conoce en el catálogo de la empresa el láser de holmium, sino de todos los productos que se manejan en esta importadora, así quedó la página web y se adjunta su enlace.



Figura 47. Página web de IMPRAVE

Fuente: IMPRAVE, 2022 <https://imprave-ec.com/>

- Delivery: Otra estrategia que se ha llevado a cabo es el sistema de entrega a domicilio lo cual atrae mucho la atención de clientes ya que ha más de facilitar el transporte, en el caso de los litotriptores, también se da la capacitación para su uso y explicaciones sobre la garantía o cualquier otra inquietud que tenga el cliente ya que las entregas suelen ser hechas por personal de la empresa.

3.6. Marketing Mix

El marketing mix hace se basa en una combinación de 4 elementos básicos a considerar para la toma de decisiones estratégicas para aumentar el alcance de personas a las cuales les llegara publicidad del producto ofrecido, dividiéndose en:

3.6.1. Producto

En este punto se enfocó en la diferenciación que tienen los litotriptores de IMPRAVE en cuanto a su competencia que es:

- **Calidad:** En cuanto la calidad de litotriptores ofrecidos por esta importadora se define como una de las cualidades que más han dado resultados fundamentándose en la encuesta realizada a los clientes realizada en la investigación de mercados donde se puede observar la satisfacción de estos, lo cual IMPRAVE mantendrá siempre para la obtención de clientes nuevos y el incremento en ventas o alquileres.

El ultimo litotriptor obtenido por esta importadora es presentado a continuación, donde a simple vista se ve su excelente calidad.



Figura 48. Litotriptor
Fuente: IMPRAVE, 2022

También se adjunta el resultado de la encuesta realizada a los clientes de IMPRAVE donde se aprecian la opinión de los clientes en cuanto a la calidad del producto.

4. ¿Cómo calificaría la calidad de litotriptores que ofrece la importadora IMPRAVE?
20 respuestas

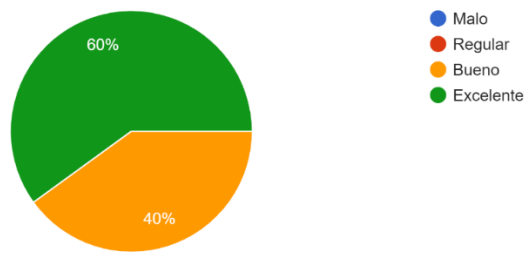


Figura 49. Calidad de litotriptores de IMPRAVE
Fuente: Encuestas, 2022

Como se puede observar, con respecto al producto que maneja la importadora IMPRAVE los clientes siempre han estado satisfechos con respecto a la calidad de los litotriptores lo cual es gracias a los buenos proveedores con los que la importadora ha realizado sus compras con las cuales siempre se ha registrado el material usado para este tipo de máquinas, y cuenta con todos los registros de calidad y sanidad que manejan en China lo cual ha más de ser una ventaja al momento de que las importaciones se pueden realizar sin ningún tipo de complicación, es la satisfacción que han obtenido los clientes ya que como se puede reflejar en la siguiente imagen:



Figura 50. Especificaciones del Litotriptor
 Fuente: IMPRAVE, 2022

Todos los litotriptores cuentan con sus especificaciones y funciones dentro de los catálogos de la empresa IMPRAVE los cuales son obtenidos de las especificaciones enviadas por los proveedores para que los clientes se sientan seguros de la empresa y sepan que es lo que están por alquilar o comprar.

3.6.2. Precio

El precio no solo se trata del valor económico que gasta el cliente por el producto, sino que también debe significar una inversión por parte de los consumidores por la adquisición

de un producto que saben que cumplirá con todas sus expectativas y se sentirá satisfecho y se garantizara una larga vida útil del equipo gracias a una característica que llama mucho la atención del mercado que es:

- La garantía del producto y servicio técnico: En este punto el cliente puede acceder a la garantía dependiendo el producto, por lo general la mayoría de litotriptores que ofrece IMPRAVE tienen garantía de 1 a 3 años donde se realizan mantenimientos cada 6 meses del equipo para mantenerlo en buen estado o en caso de presentar alguna falla técnica se podrán comunicar con el técnico de la empresa quien está especializado en este tipo de máquinas, aplican restricciones.

A continuación, se presentará un ejemplo comenzando desde los precios que se manejan en la empresa y los beneficios de comprar un litotriptor de holmium ya que sus precios varían mucho de acuerdo con los watts que requiera el cliente y los extras que son especificados al momento de pedir una cotización.



Figura 51. Publicación de Litotriptor
Fuente: Página web de IMPRAVE, 2022

Tabla 5. Cotización de Litotriptor

Láser de Holmium	
Venta	\$21.000
Garantía	2 años
Alquiler x procedimiento	\$300

Fuente: IMPRAVE (2022)

Como se puede observar en el formato estándar cotización de un litotriptor básico, que no contiene muchos watts lo cual lo convierte en uno de los más económicos es que sus precios parten con respecto al beneficio o ganancia que debe representar para la empresa, en el caso de las ventas se ha fijado este precio ya que con relación a todos los procedimientos que se deben realizar y certificaciones que se deben obtener para poder importarlo, es un margen de ganancia justo, en donde se da un estimado de casi \$4500 de ganancia en el caso de las ventas, por otro lado en cuanto a la renta de este tipo de insumos también se fijó el precio de \$250 por procedimiento ya que este tipo de sanación mediante el uso de estos equipos si son muy costosos para clientes particulares de los urólogos lo cual hace que el precio sea accesible para que se genere ganancias no solo para IMPRAVE, sino también para el cliente que haya solicitado la máquina para procedimientos con sus pacientes.

Este valor se fijó con relación a los costos de importación y manutención de la empresa, ya que IMPRAVE ha puesto como prioridad el empaque de los litotriptores por lo cual los clientes siempre se van a encontrar satisfechos por la caja de metal en la que llega:



Figura 52. Litotriptor, caja de empaque
Fuente: IMPRAVE, 2022

A más de los gastos que se deben cubrir por la compra de este producto y el IVA que es el único tipo de impuesto que se debe pagar por la importación de este insumo médico, sin embargo, también entran costos externos como el transporte y otros gastos de la empresa que son reservados por seguridad.

3.6.3. *Promoción*

La promoción se enfoca en dar a conocer al producto en el mercado, desde sus características, el precio y entre otros aspectos que buscan captar la atención del cliente y persuadirlo a adquirir el producto mostrando su funcionamiento.

En la mayoría de estrategias de promoción suelen ser promociones de venta al por mayor donde por comprar varios productos te rebajan el precio pero en este caso, al tener un costo sobre los \$1000 y al ser un producto que no hay ninguna necesidad de tener más de uno, se aplican diferentes estrategias de promoción donde se suele invertir dinero para promocionar el producto, como por ejemplo en redes sociales ya se comenzó con una pequeña estrategia de promoción la cual trata de publicitarse por Instagram lo cual ha permitido tener un mayor alcance en posibles consumidores.

A continuación, se detallarán un poco las mejoras que se han desarrollado junto con IMPRAVE desde finales de febrero del 2022 hasta la actualidad, empezando desde las redes sociales que "en la era de la Sociedad de la Información, el ahorro de costes, el aumento de la productividad, la mejora de la calidad de la prestación de servicios y una mayor fidelización de los clientes, son los principales motivos que fomentan en las empresas e instituciones la adopción creciente de la prestación electrónica de servicios, gracias a la tecnología en Internet" (J.E, 2005) donde se evidencia esto, es en la red social que más se ha viralizado no solo para socializar, sino también para publicidad que es Instagram, IMPRAVE comenzó a posicionarse en esta página en julio del 2021 ya que se comenzó a presenciar el uso de estos medios digitales para la promoción de la página y llegar a más clientes pero no se obtenían resultados tan eficientes porque faltaba un poco de mantenimiento y factores llamativos en la página.



Figura 53. Instagram de IMPRAVE
Fuente: IMPRAVE, 2021

Como se puede observar, así estaba la página de la importadora a inicios de este año cuando comenzó el proyecto con el cual se busca aumentar las ventas de litotriptores y se comenzó a mejorar en el aspecto de su red social donde se podrían encontrar nuevos clientes, este proceso se inició dando continuas actualizaciones y mejoras a la página, detallando un poco más el funcionamiento de la empresa y brindando más información a los usuarios que visualizaban la página, entre otras estrategias para ganar más seguidores, como la promoción de la página y colaboraciones con los trabajadores de IMPRAVE.



Figura 54. Instagram de IMPRAVE
Fuente: IMPRAVE, 2022

En la actualidad, se puede observar que si se ha dado una mejora notoria en la red social de IMPRAVE la cual ha atraído la atención de nuevos clientes y ha hecho que la página de la importadore se haga más reconocida. Se observa que se añadieron datos más detallados de la empresa como la descripción del usuario donde se especifica en las letras de color gris que la importadora se establece como Provedora de equipamiento médico, se añade un enlace que ha facilitado mucho el proceso de ponerse en contacto con los clientes ya que al abrirlo se genera un chat automáticamente vía WhatsApp con una persona de la empresa que brinda información de cualquier producto que sea solicitado en cuanto a su costo, garantía o envío lo cual ha mejorado mucho la conexión con clientes; igualmente se crearon historias destacadas donde se demuestra que IMPRAVE es una importadora de confianza ya que se añadieron evidencias en donde se finalizan negociaciones o se entregan los insumos médicos en excelente estado por medio de servicios de entrega como Uber o en otros casos entregas físicas, dentro de estas historias destacadas de la red social Instagram, también se añadió más información sobre cada uno de los equipos que ofrece la empresa junto al tipo de garantía con el cual viene el producto, después se fueron añadiendo muchas publicaciones con intervalos de tiempo de 6 a 10 días donde se publicitaban los servicios que da la compañía de las cuales algunas de ellas fueron publicitadas por Instagram por una pequeña inversión en 3 publicaciones en la cual se invirtió \$5 por publicación, lo que te garantiza esta red social por este valor es tener un alcance entre 600 a 1000 nuevas visualizaciones pero no de cualquier persona, sino de alguien que ha buscado o a interactuado con publicaciones similares, estas publicaciones fueron promocionadas durante 5 días y por que como se observa a continuación, si dio buenos resultados.

Evidencia 1.



Figura 55. Instagram de IMPRAVE
Fuente: IMPRAVE, 2022

Evidencia 2.



Figura 56. Instagram de IMPRAVE
Fuente: IMPRAVE, 2022

Evidencia 3. Litotriptor



Figura 57. Instagram de IMPRAVE

Fuente: IMPRAVE, 2022

Entre estas tres publicaciones en donde se realizó una mínima inversión para tener más alcance de usuarios, se refleja solo en los likes que se alcanzaron más de 600 usuarios, y en la figura 57, se puede apreciar como el litotriptor se ha dado conocer a los seguidores de la empresa y la cantidad de personas a las cuales les ha llamado la atención.

Otro dato curioso de esta pequeña inversión es que hace poco se contactó una persona interesada en la compra de un litotriptor desde la ciudad de Manta lo cual es un aspecto muy positivo para la empresa ya que gracias a esta estrategia se proyecta que se podrían comenzar a vender los productos a nivel nacional.

A continuación, se describirán las propuestas planteadas en este proyecto y en que se fundamentan para poder aprovecharlas al máximo obteniendo beneficios para la importadora.

La primera propuesta planteada es la inversión en redes sociales ya que como se había mencionado antes, hoy en día se logra obtener muchos clientes nuevos a través de este medio, como ya se ha puesto en práctica y permitió la obtención de mucha más clientela

o personas interesadas cuando se aplicó esta estrategia la cual consiste en invertir en publicidad pagada en Instagram que permitirá llamar la atención de personas que hayan buscado artículos como los que ofrece IMPRAVE por un bajo costo de inversión, el primero que fue usado dio buenos resultados fue la inversión en publicidad basada en la siguiente tabla de cotización que se obtuvo en la red social donde hoy en día se logra alcanzar mayor clientela.

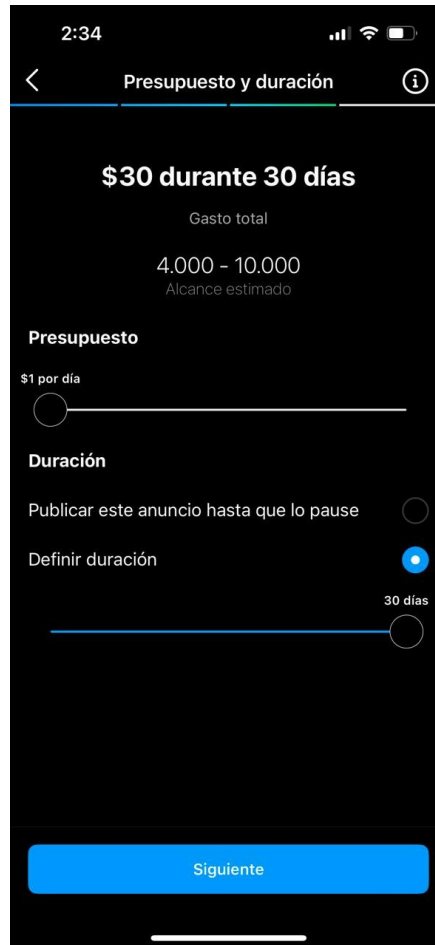


Figura 58. Cotización de publicidad en Instagram
Fuente: Instagram de IMPRAVE

Como se puede apreciar en la cotización y en la pequeña aplicación a corta escala que ya se aplicó, se estima que el precio por día es de \$1 Lo cual generara un gasto de aproximadamente \$30 mensuales para que la publicación en donde constan los litotriptores logre tener un alcance de 10 mil personas y esto ya no solo será dentro de la ciudad, ya que hay muchas posibilidades de que clientes de otras ciudades puedan

comenzar a conocer a IMPRAVE y los productos que son ofrecidos generando resultados muy buenos en donde se podrá abarcar nuevos mercados y muchos más clientes.

Otra de las estrategias propuestas es que se debe invertir en nuevos equipos litotriptores en stock ya que después de un análisis interno de la empresa y como es su funcionamiento en cuanto en las compras y alquileres que reciben por sus productos, en especial los litotriptores, se han dado casos en los cuales no se ha podido abastecer toda la demanda que se recibe por escasos de productos en stock, es decir cuando los clientes solicitan a esta importadora un litotriptor en la misma fecha, no pueden satisfacer la demanda ya que no cuentan con las maquinas necesarias para dar el servicio a varios clientes a la vez, por lo cual la inversión en un nuevo litotriptor para este tipo de percances lo cual generará más satisfacción de los clientes y ya no tendrán la necesidad de recurrir a la competencia, sino que ya se podría obtener su fidelización y que siempre consideren a IMPRAVE como primera opción.

La contratación de una empresa de marketing permitirá que profesionales se hagan cargo del manejo de la página web, creación de anuncios muy llamativos para difundirlos, creación de flyers para promoción de la empresa, redireccionan a los clientes con el personal a cargo de ventas para concretar negociaciones, estabilidad y constancia con respecto a la publicidad que será promocionada en redes sociales y en la página web. Para tener más claridad con respecto al margen de la inversión se cotizo con un profesional sobre el tema, quien opera de manera particular y trabaja con al menos 2 empresas al mes para promocionarlas y que tenga mucho más alcance en el mercado el cual comentó que por lo general por todos los requerimientos que necesita IMPRAVE, los cuales fueron mencionados posteriormente, con un monto de \$200 mensuales se abastecerá todas las ideas mencionadas, más un video publicitario al mes sobre cualquier artículo que desee la importadora.

Otra estrategia la cual ya se había pensado hace algunos meses por el Gerente General de IMPRAVE fue posicionar la empresa o hacerla conocida a través de ferias en donde se promueven o promocionan insumos médicos modernos o muy serviciales, un dato muy servicial de estas ferias es que suelen acudir todo tipo de médicos particulares que están

interesados en la adquisición de nuevos materiales de trabajo, lo cual podría ser una gran oportunidad de crecimiento para IMPRAVE ya que ofrece productos muy serviciales a precios muy accesibles y de buena calidad, una desventaja de esta estrategia es que por lo general en Quito solo suelen haber dos o máximo tres ferias de estas al año y los cupos suelen redondear los \$500 así que se plantea la idea de tratar de promocionar los artículos de la empresa IMPRAVE al menos dos veces al año en estas ferias donde se pueden conseguir contratos o acuerdos que generaran mucha ganancia para la empresa.

Finalmente, la última estrategia que se planteó se basa en estudios hechos en países de primer mundo como en Estados Unidos que consiste en contratar a un visitador medico el cual tiene como rol principal publicitar y vender los insumos médicos o medicina que se reciba a través del método cara a cara con los posibles compradores, esta estrategia ha sido muy empleada en EE.UU ya que ha dado resultados positivos y se han concretado muchas más ventas, sin embargo el Gerente general de IMPRAVE deberá analizar bien los posibles nuevos trabajadores de esta área ya que se deberá buscar contratar a personal calificado y efectivo para que logre convencer al cliente a través de sus conocimientos sobre el insumo médico y creando la necesidad en el consumidor, por lo general este tipo de trabajadores solo suelen ganar por comisión por ventas.

3.6.4. Plaza

Este punto se refiere a los canales de distribución que tiene la empresa y en caso de esta importadora maneja el canal directo, es decir que no requiere de intermediarios ya que dispone un local físico en Calle Voz Andes N39-131 y América. Edificio Asoma. Cuarto piso – Oficina. 4I en Quito – Ecuador.

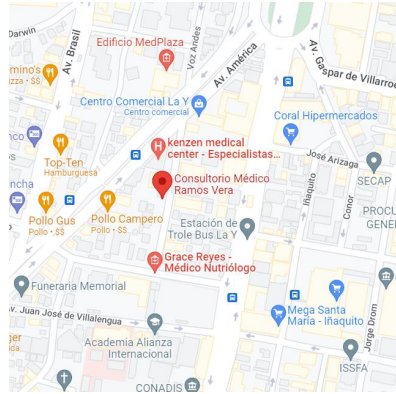


Figura 59. Croquis de la empresa

Fuente: Google Maps, 2022.

Aquí se encargan de todas las redes sociales como Facebook, Instagram, la página web y en las 3 se puede encontrar un enlace que te redirecciona a un chat de WhatsApp donde se mantiene la conversación con el cliente, se dan las cotizaciones y se cuadran los envíos lo cual facilita mucho la concertación de las ventas.

La empresa maneja todas las negociaciones digitales, es decir que no hay contacto físico con el cliente hasta el momento del intercambio o cuando se entrega el producto, esto se debe a que las primeras ventas y negociaciones significativas que tuvo la empresa fue cuando apenas iniciaba la pandemia por el COVID-19 lo cual prácticamente obligó a que la empresa maneje sus ventas y negociaciones por este medio y con el pasar del tiempo, a pesar de que la mayoría de cosas han vuelto a la normalidad, se mantienen este tipo de negociaciones ya que cuando se obtuvo la idea de que se haga de manera física hubieron muchas barreras no solo económicas, sino también por tiempos de los trabajadores de la empresa lo cual hizo que la empresa funcionara de esta manera lo cual hoy en día es muy común en empresas de comercialización de productos.

En cuanto a los procesos de entrega de los litotriptores, IMPRAVE se ha enfocado mucho en que los insumos médicos lleguen en las mejores condiciones al país después de todo el proceso respectivo de importación, en el cual se ha trabajado con una de las mejores empresas de envíos internacionales no solo por su rapidez, sino también por la calidad de empaquetamiento que manejan la cual se mantiene hasta llegar a las manos del cliente, ya que el envío no suele demorar más de 15 días y hacen que los pedidos sean enviados directo a las bodegas de IMPRAVE en donde se procede a la etiquetación respectiva y

después se la publica a la venta, o en caso de que haya sido un producto bajo pedido se inicia el proceso de envío al cliente.

Al momento de realizar las ventas, el Dr. Sebastián (Gerente General) lo considera como un proceso que inicia desde las primeras interacciones con el cliente que suelen ser por las redes sociales de la empresa ya que al momento de intentar comprar por este medio, la página muestra un enlace que redirecciona a un chat con asesor de la empresa el cual procederá con las cotizaciones respectivas, después de esto se llega a los acuerdos con el cliente con respecto a las formas de pago que son aceptadas y llegar a un acuerdo por costos de envío, fecha y hora; una vez cuadrado todo eso el producto sale desde las instalaciones de IMPRAVE en vehículos privados de la empresa hacia el punto de encuentro con el cliente en donde se realiza la entrega del producto y capacitación para su uso.

Un dato super importante es la inversión que realizó IMPRAVE en un vehículo en el cual se pueden movilizar este tipo de productos a los clientes sin necesidad de algún intermediario, pero cuando son artículos pequeños o no hay disponibilidad de repartidores también se suelen hacer entregas a través de Uber, los cuales no han traído complicaciones hasta la fecha ya que por lo general se entregan artículos médicos de bajos costos que suelen ser requeridos de manera urgente por el cliente.



Figura 60. Instalaciones de IMPRAVE
Fuente: IMPRAVE, 2022

Esta es una imagen de cuando se estaba preparando un litotriptor para ser movilizado de la bodega a la camioneta de la empresa para llevársela al comprador, esta es una estrategia que se ha comenzado a implementar mucho desde inicios de la pandemia ya que significa un gran ahorro para las empresas que no tienen envíos fijos o diarios ya que por lo general, o al menos la importadora IMPRAVE al momento de realizarlos por intermediarios, el costo del envío lo paga el cliente pero cuando ya es una compra significativa de alto valor económico la empresa se encarga personalmente de hacer que los productos lleguen al cliente por seguridad y para ganar la fidelidad del cliente demostrando el interés que esta empresa pone de parte para envíos seguros.



Figura 61. Edificio donde se encuentra la empresa

Fuente: Google Maps, 2022.

En cuanto al lugar en donde se encuentran las instalaciones de IMPRAVE, el Gerente general comentó que la búsqueda e inversión para sus instalaciones fue algo complicada ya que buscó lugares estratégicos en donde se pudo haber establecido permaneciendo cerca de clínicas o de donde se encuentran varios consultorios de doctores ya que ellos son la mayoría de sus clientes, también le costó encontrar una instalación tan céntrica que contenga un ascensor lo suficientemente amplio y servicial en donde pueda movilizar sus importaciones al lugar en donde almacena sus productos, sin embargo el edificio Asoma, cumplió con todas las necesidades y requerimientos necesarios como para poder establecerse de una forma exitosa y manteniéndose en un lugar estratégico de la ciudad para comercializar sus productos.

4. PRESUPUESTO Y BENEFICIOS

4.1. Presupuesto

Para formular un presupuesto de manera efectiva se realizaron varias cotizaciones en cuanto el crecimiento en redes sociales, inversión en otro equipo litotriptor para poder cubrir una mayor demanda y contratación de una empresa de marketing para manejo de la página web, pero también servirá para el cumplimiento de algunas otras acciones como creación de flyers y repartición de publicidad en ferias de equipos médicos las cuales también entran en la parte de la inversión ya que los cupos en este tipo de ferias también son pagadas y finalmente buscar aumentar los canales de distribución contratando a personal como visitadores médicos que sean capaces de llevar la información del producto litotriptor a los urólogos del Distrito Metropolitano de Quito y tratar de concretar ventas o alquileres con los mismos.

A continuación, se detalla el presupuesto que se necesitará para llevar las actividades propuestas y después se analizarán los beneficios que se podrán obtener.

Tabla 6. Inversión para el proyecto

Actividad	Valor	Frecuencia	Valor Anual
Publicidad pagada en Red Social	\$20	MENSUAL	\$ 240,00
Compra de nuevo Litotriptor exclusivo para renta	\$16.000	UNA SOLA VEZ	No aplica
Contratación de empresa de marketing	\$200	MENSUAL	\$ 2.400,00
Cupos para ferias de insumos médicos	\$500	SEMESTRAL	\$ 1.000,00
Contratación de visitador médico	COMISIONES	X VENTA	-
TOTAL			\$ 19.640,00

Las 5 estrategias presentadas fueron analizadas y descritas en la sección de Marketing mix, la primera estrategia es la publicidad pagada en Instagram, la cual garantiza que las publicaciones realizadas por la red social de IMPRAVE van a potenciar su alcance hacia posibles consumidores lo cual generará muchos más clientes o captará la atención de usuarios que después de que la red social analice sus perfiles, los redireccionará y enseñará las publicaciones a estas personas que están o podrían estar interesados en los insumos médicos ofrecidos por la importadora, la inversión de esta estrategia es super económica ya que por promocionar dentro de los días laborables del mes, el costo es de \$20. Como segunda propuesta se estableció la adquisición de un nuevo equipo litotriptor, que a pesar de tener un costo que redondea los \$16000 es un gasto que solo se realizará por una única vez pero es muy necesario ya que con el continuo avance en el mercado y el crecimiento en la demanda que se presentará en la empresa con la adquisición de nuevos clientes, se podrán presentar casos en el que dos o más clientes requieran hacer uso de estos equipos en la misma semana y el tener otro aparato permitirá a la empresa cubrir la demanda de ambos clientes, sin dejarlos en lista de espera y cubriendo sus necesidades de una manera veloz y efectiva lo cual generará fidelidad por parte del cliente y se generará un punto muy importante para IMPRAVE que es la satisfacción del cliente. La tercera estrategia es la contratación de una empresa de marketing que siempre esté al pendiente de las redes sociales de la empresa y la página web, manteniéndolas en continua actualización y siempre innovando la publicidad de la empresa para que sea mucho más llamativa para el cliente, además las empresas de marketing también presentan estrategias de publicidad como la creación de flyers, publicaciones, imágenes llamativas, videos, entre otras ideas que tienen como finalidad llamar la atención de clientes y promocionar a la empresa, se realizó cotizaciones con empresas que realizan este tipo de trabajos y el costo promedio es de \$200 mensuales. La cuarta estrategia partió de una conversación con el Gerente general la cual consiste en posicionarse en el mercado y darse a conocer a posibles clientes potenciales a través de ferias de insumos médicos las cuales suelen darse en la ciudad de Quito 2 o máximo 3 veces al año, en donde se podría tener un mayor alcance a los consumidores presentando los productos de la empresa de manera semestral y por lo general un cupo en este tipo de ferias suele redondear los \$500 lo cual se suele recuperar con las ventas que se dan en las mismas ferias. Finalmente la última estrategia propuesta

es la contratación de prestadores médicos, los cuales se encargaran de promocionar y llevar la información de los insumos médicos más valiosos que maneja la empresa a las clínicas, hospitales, consultorios o incluso a las casas de posibles clientes que podrían estar interesados en adquirir uno de estos insumos, esta estrategia parte de una investigación realizada en estrategias aplicadas en otros países en donde se demuestra que es una gran acción para aumentar las ventas de la empresa y generando muchas más ganancias.

Lo cual deja como una inversión inicial un valor de \$19.640 para dar inicio al proyecto, sin embargo, como ya se mencionó antes, este valor es un poco alto por la estrategia número 2 que consiste en la compra de un nuevo litotriptor, después de esta compra, para lograr mantener las estrategias funcionales cada año la inversión será mucho más económica como se presenta a continuación:

Tabla 7. Inversión para el proyecto a partir del 2do año

Actividad	Valor	Frecuencia	Valor Anual
Publicidad pagada en Red Social	\$20	MENSUAL	\$ 240,00
Contratación de empresa de marketing	\$200	MENSUAL	\$ 2.400,00
Cupos para ferias de insumos médicos	\$500	SEMESTRAL	\$ 1.000,00
Contratación de visitador medico	COMISIONES	X VENTA	\$ -
TOTAL			\$ 3.640,00

Como se aprecia en la tabla 7, a partir del segundo año la inversión anual será de \$3640 o en caso de que la empresa descarte la estrategia número 2, será la inversión desde el primer año, sin embargo, la adquisición de un nuevo litotriptor si generará un gran porcentaje de ganancia como ya se explicó en la descripción de la estrategia.

4.2. Beneficios proyectados

4.2.1. Proyección de ventas

Para la realización de las proyecciones de las ventas que tendrá la importadora IMPRAVE con la aplicación de las estrategias de marketing se utilizó la información histórica de ventas y alquileres de litotriptores desde el 2020 que fue la fecha en donde se comenzó con la importación de estos equipos y la comercialización de estos en el Distrito Metropolitano de Quito, realizando dos escenarios posibles en donde se aprecia uno aplicando las estrategias propuestas y otro en donde no se las aplica. Al no manejar ningún tipo de contabilidad dentro de la empresa se hizo la recolección de datos de las ganancias anuales que ha tenido la empresa con respecto a los litotriptores y se procederá hacer las proyecciones en base a estos datos.

A continuación, se presentan las ganancias obtenidas por la comercialización de litotriptores que fueron obtenidas de los registros de la empresa IMPRAVE en los últimos dos años.

Tabla 8 y 9. Ganancias actuales de IMPRAVE

2020	Ganancia
VENDIERON 4	\$ 20.000,00
ALQUILARON 1	\$ 350,00
Ganancia Total	\$ 20.350,00

2021	Ganancia
VENDIERON 3	\$ 15.000,00
ALQUILARON 17	\$ 5.950,00
Ganancia Total	\$ 20.950,00

Fuente: IMPRAVE (2022)

Se presentan los dos posibles escenarios ya mencionados con relación a los próximos 5 años:

Tabla 10. Proyección de ventas escenario sin inversión

	AÑOS DE REFERENCIA		ESCENARIO SIN INVERSIÓN				
	Ventas 2020	Ventas 2021	Ventas 2022 SIN INVERSIÓN	Ventas 2023 SIN INVERSIÓN	Ventas 2024 SIN INVERSIÓN	Ventas 2025 SIN INVERSIÓN	Ventas 2026 SIN INVERSIÓN
Total Ventas	\$ 20.350,00	\$20.950,00	\$ 21.567,69	\$ 22.203,59	\$ 22.858,24	\$ 23.532,20	\$ 24.226,02

Elaborado por: Jorge Benalcázar

En esta primera tabla se puede apreciar el crecimiento en ventas en cuanto a los litotriptores que ha mantenido la empresa IMPRAVE los primeros dos años de funcionamiento y a partir de esto, se realizan las proyecciones con relación al margen de ganancia que se obtuvo de los datos que mantiene la empresa hasta la fecha realizando la comercialización de estos productos.

Tabla 11. Proyección de ventas con inversión

	AÑOS DE REFERENCIA		ESCENARIO CON INVERSIÓN				
	Ventas 2020	Ventas 2021	Ventas 2022 CON INVERSIÓN	Ventas 2023 CON INVERSIÓN	Ventas 2024 CON INVERSIÓN	Ventas 2025 CON INVERSIÓN	Ventas 2026 CON INVERSIÓN
Total Ventas	\$ 20.350,00	\$20.950,00	\$ 26.187,50	\$ 32.734,38	\$ 40.917,97	\$ 51.147,46	\$ 63.934,33

Elaborado por: Jorge Benalcázar

Las ventas estimadas para el 2022 después de usar como base las ganancias de los dos años posteriores sería de \$26.187,50 teniendo un incremento del 25% con la aplicación del plan de marketing, lo cual se estima como un margen mínimo de incremento de ganancias para IMPRAVE una vez que se lleven a cabo las estrategias propuestas y estos márgenes de ganancias tendrán un continuo incremento porcentual con el pasar de los años.

4.2.2. *Proyección de las utilidades*

Las utilidades proyectadas se basan de acuerdo con la ganancia que genera la empresa por sus ventas por año, es decir en su segundo año \$950 más de utilidad en relación del primero y a continuación se dará la proyección de utilidad del proyecto sin realizar ninguna inversión y después la proyección si se lleva a cabo el proyecto.

Tabla 12. Utilidades proyectadas sin inversión en base a las ventas

ESCENARIO SIN INVERSIÓN					
	2022	2023	2024	2025	2026
= Utilidad	\$ 617,69	\$ 1.253,59	\$ 1.908,24	\$ 2.582,20	\$ 3.276,02

Elaborado por: Jorge Benalcázar

Tabla 13. Utilidades proyectadas con inversión en base a las ventas

ESCENARIO CON INVERSIÓN					
	2022	2023	2024	2025	2026
= Utilidad	\$ 5.237,50	\$ 11.784,38	\$ 19.967,97	\$ 30.197,46	\$ 42.984,33

Elaborado por: Jorge Benalcázar

Como se puede observar el margen de ganancia proyectado para los próximos 5 años es muy notoria la diferencia que se dará si es que se lleva a cabo el proyecto.

4.2.3. Estado de Resultados

El estado de resultados, también conocido como cuenta de resultados o cuenta de pérdidas y ganancias, recoge los ingresos y gastos que ha tenido una empresa durante un periodo de tiempo. (Arias, 2014) IMPRAVE es una empresa la cual hasta el día de hoy no maneja mucho lo que es la contabilidad dentro de la empresa, lo cual podría generar problemas financieros en un futuro, sin embargo para demostrar la factibilidad de este proyecto y después de realizar un análisis financiero a la empresa, se logró conseguir los valores necesarios para armar un estado de resultados a base de los costos que maneja la empresa por la adquisición de litotriptores, manutención del local, entre otros y también en cuanto a los ingresos que ha recibido anualmente . A continuación, se presentará el estado de resultados actual resumido, más las proyecciones a los siguientes 5 años en caso de no usar la propuesta.

Tabla 14. Estado de resultados proyectado en caso de no aceptar la propuesta

ESTADO DE RESULTADOS SIN LA PROPUESTA							
	Año	Año	Año	Año	Año	Año	Año
	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Comercialización de otros productos	\$ 30.000,00	\$ 32.000,00	\$ 34.000,00	\$ 36.000,00	\$ 38.000,00	\$ 40.000,00	\$ 42.000,00
Ventas de litotriptores	\$ 20.000,00	\$ 15.000,00	\$ 17.000,00	\$ 19.000,00	\$ 20.000,00	\$ 15.000,00	\$ 19.000,00
Alquiler de litotriptores	\$ 350,00	\$ 5.950,00	\$ 4.567,69	\$ 3.203,59	\$ 2.858,24	\$ 8.532,20	\$ 5.226,02
<i>Total ingresos por litotriptores</i>	<i>\$ 20.350,00</i>	<i>\$ 20.950,00</i>	<i>\$ 21.567,69</i>	<i>\$ 22.203,59</i>	<i>\$ 22.858,24</i>	<i>\$ 23.532,20</i>	<i>\$ 24.226,02</i>
(+) TOTAL INGRESOS	\$ 50.350,00	\$ 52.950,00	\$ 55.567,69	\$ 58.203,59	\$ 60.858,24	\$ 63.532,20	\$ 66.226,02
Gastos Administrativos	\$ 12.400,00	\$ 12.400,00	\$ 12.400,00	\$ 12.400,00	\$ 12.400,00	\$ 12.400,00	\$ 12.400,00
Gastos de ventas	\$ 3.000,00	\$ 3.500,00	\$ 4.000,00	\$ 4.500,00	\$ 5.000,00	\$ 5.500,00	\$ 6.000,00
Gastos de marketing	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
Gastos de producción	\$ 33.040,00	\$ 34.720,00	\$ 36.400,00	\$ 38.080,00	\$ 39.760,00	\$ 41.440,00	\$ 43.120,00
(-) COSTOS DE PRODUCCIÓN	\$ 49.640,00	\$ 51.820,00	\$ 54.000,00	\$ 56.180,00	\$ 58.360,00	\$ 60.540,00	\$ 62.720,00
UTILIDAD NETA	\$ 710,00	\$ 1.130,00	\$ 1.567,69	\$ 2.023,59	\$ 2.498,24	\$ 2.992,20	\$ 3.506,02

Como se puede observar en caso de no llevar a cabo la propuesta, en el estado de resultados se proyectan ganancias mínimas con el pasar de los años para la empresa IMPRAVE en base a las ganancias que ha obtenido en sus primeros años, sin embargo, en caso de aceptar la propuesta su estado de resultados proyectado para los siguientes 5 años, se estima que sea de la siguiente manera:

Tabla 15. Estado de resultados proyectado en caso de aceptar la propuesta

ESTADO DE RESULTADOS CON LA PROPUESTA							
	Año	Año	Año	Año	Año	Año	Año
	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Comercialización de otros productos	\$ 30.000,00	\$ 32.000,00	\$ 35.000,00	\$ 38.000,00	\$ 41.000,00	\$ 44.000,00	\$ 47.000,00
Ventas de litotriptores	\$ 20.000,00	\$ 15.000,00	\$ 18.750,00	\$ 23.437,50	\$ 29.296,88	\$ 36.621,09	\$ 45.776,37
Alquiler de litotriptores	\$ 350,00	\$ 5.950,00	\$ 7.437,50	\$ 9.296,88	\$ 11.621,09	\$ 14.526,37	\$ 18.157,96
<i>Total ingresos por litotriptores</i>	\$ 20.350,00	\$ 20.950,00	\$ 26.187,50	\$ 32.734,38	\$ 40.917,97	\$ 51.147,46	\$ 63.934,33
(+) TOTAL INGRESOS	\$ 50.350,00	\$ 52.950,00	\$ 61.187,50	\$ 70.734,38	\$ 81.917,97	\$ 95.147,46	\$110.934,33
Gastos Administrativos	\$ 12.400,00	\$ 12.400,00	\$ 12.400,00	\$ 12.400,00	\$ 12.400,00	\$ 12.400,00	\$ 12.400,00
Gastos de ventas	\$ 3.000,00	\$ 3.500,00	\$ 6.618,75	\$ 12.683,59	\$ 15.229,49	\$ 18.286,87	\$ 21.983,58
Gastos de marketing	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 3.640,00	\$ 3.640,00	\$ 3.640,00	\$ 3.640,00	\$ 3.640,00
Gastos de producción	\$ 33.040,00	\$ 34.720,00	\$ 40.320,00	\$ 35.840,00	\$ 36.400,00	\$ 36.960,00	\$ 36.960,00
(-) Costos de producción	\$ 49.640,00	\$ 51.820,00	\$ 62.978,75	\$ 64.563,59	\$ 67.669,49	\$ 71.286,87	\$ 74.983,58
UTILIDAD NETA	\$ 710,00	\$ 1.130,00	\$ -1.791,25	\$ 6.170,78	\$ 14.248,48	\$ 23.860,60	\$ 35.950,74

Elaborado por: Jorge Benalcázar

En la tabla 15 se puede apreciar la proyección del estado de resultados de la empresa IMPRAVE en caso de que decida tomar la propuesta y a pesar de que en el primer año se ve una utilidad neta negativa, esto se debe por la inversión que se va a realizar ya que una de las estrategias más costosas es la adquisición de un nuevo litotriptor exclusivo para rentarlo cuya inversión será recuperada aproximadamente al tercer mes del segundo año de proyecciones lo cual, como se aprecia en la tabla, generará un potencial aumento en la comercialización de estos productos para alcanzar más demanda, también se ve un incremento potencial en la comercialización de otros productos ya que por más que las estrategias fueron implementadas para un producto en particular, afecta a las ventas de todos los artículos de la importadora de una manera positiva ya que la empresa ganará más clientela quienes muy probablemente también se interesen por otros insumos médicos que ofrece la empresa.

4.2.4. Costo – Beneficio

En este punto se demostrará la relación costo – beneficio que tiene el proyecto.

Tabla 16. Relación Costo / Beneficio

Relación Costo / Beneficio al aceptar la propuesta					
INVERSIÓN	Año	Año	Año	Año	Año
\$ 19.640,00	0	1	2	3	4
VENTAS	\$ 61.187,50	\$ 70.734,38	\$ 81.917,97	\$ 95.147,46	\$ 110.934,33
Costo de Producción	\$ 62.978,75	\$ 64.563,59	\$ 67.669,49	\$ 71.286,87	\$ 74.983,58
Flujo de caja	\$ -1.791,25	\$ 6.170,78	\$ 14.248,48	\$ 23.860,60	\$ 35.950,74

Tasa de descuento	15%
VAN	\$63.633,24
Costo Beneficio	1,33

Elaborado por: Jorge Benalcázar

Las siglas VAN corresponden al Valor Actual Neto, mientras que el TIR es la Tasa Interna de Retorno. Ambas fórmulas se relacionan de forma directa con el flujo de caja de los negocios y buscan hacer más preciso el cálculo del tiempo que un negocio tardará en recuperar su inversión inicial. (Pérez, 2021)

Aquí se puede apreciar principalmente la inversión del proyecto en el año 0, lo cual produce que el flujo de caja sea negativo y se refleja que en caso de aceptar la propuesta del plan de estrategias de marketing, se puede determinar que el VAN (Valor Actual Neto) será de \$63.633,24 que quiere decir que el proyecto es factible y con respecto a la parte de Costo – Beneficio es 1,33 lo cual significa que por cada dólar que se invierte, se obtiene la ganancia de 0,33 centavos de dólar.

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

Gracias a los análisis, investigaciones y estrategias aplicadas en este proyecto, se ha podido conseguir la elaboración de un plan de marketing que generará beneficios para la importadora IMPRAVE en cuanto a sus ventas y utilidad financiera, lo cual se conseguirá a través del posicionamiento de la empresa mediante la aplicación de las estrategias propuestas.

Sin embargo, después de analizar el diagnóstico situacional de la empresa, el cual fue fundamental para analizar los procesos que mantiene en cuanto a su funcionamiento y el comportamiento de sus áreas, se identificaron varias debilidades y amenazas que tiene la empresa, las cuales no permiten que se desarrolle de una manera exitosa por los obstáculos que se presentan a la hora de buscar expandirse en todos los ámbitos, en base a estos altercados se plantearon ideas para mejorar el funcionamiento de la compañía y que pueda superarlos.

Por medio de la investigación de mercados, se logró la obtención de datos cruciales para establecer el nicho de mercado que se plantea alcanzar y el comportamiento del mismo a través de la elaboración de encuestas y entrevistas que se enfocaron en los trabajadores, clientes y posibles consumidores que tiene la empresa, con los resultados se logró comprender mejor las intenciones de compra de los consumidores y también conocer cuáles son los aspectos que permiten que el cliente se sienta satisfecho, con el fin de desarrollar herramientas que se deberán aplicar al momento de tener que actuar ante situaciones específicas.

El marketing en la empresa ha tenido falencias debido a que no se le ha dado mucha importancia ni seguimiento, es por eso que la empresa no ha podido progresar en sus ventas y tampoco abarcar un mercado superior por lo cual se han implementado una metodología para llegar a muchos más consumidores lo cual ya se ha ido reflejando en

las ventas que ha tenido la empresa a lo largo de este 2022, no solo en litotriptores sino en varios de sus productos.

Las estrategias de investigación para la obtención de datos fueron realizadas con el fin de lograr que la empresa se afiance en el mercado. Para lograr esto, como primer punto se analizaron las características claves que permiten que IMPRAVE se diferencie de la competencia y la forma en las que estas pueden ser potenciadas mediante el uso de la técnica de marketing mix que consiste en la descripción de los aspectos del producto, precio, promoción y plaza. Al aplicar esta técnica se encontraron varias inconsistencias que deben ser mejoradas para que estos 4 recursos sean un complemento entre sí y funcionen de forma fluida para conseguir los objetivos planteados.

En cuanto a las proyecciones se ha podido llegar a la conclusión de que por más que la empresa se pueda mantener estable en los próximos 5 años, no conseguirán potenciar sus ventas y tampoco posicionarse como los primeros en el mercado si es que no aplican estrategias como las planteadas, que demuestra que para el 5to año podrían obtener una ganancia hasta de 5 veces más de lo esperado.

Se pronostica un escenario positivo para la importadora si se lleva a cabo este proyecto ya que el costo de inversión no es muy elevado en comparación al ingreso que mantiene la empresa y el margen de ganancia se lo aprecia en el estado de resultados desarrollado en donde se demuestra la viabilidad del proyecto

5.2. Recomendaciones

Después del estudio realizado a la empresa y a su mercado, se recomienda lo siguiente:

- Es fundamental para la empresa que comience a tener una contabilidad más completa de sus ingresos y egresos para poder obtener la información de los resultados financieros y económicos de la compañía durante periodos de tiempo que servirán para la toma de decisiones administrativas.
- Se debe ir planteando la idea de abrir sucursales en la ciudad, ya que para poder abarcar más mercado estos locales deberán estar ubicados en puntos estratégicos para tener más espacio de almacenamiento de productos y facilitar las entregas a puntos lejanos de la ciudad lo cual hará que generará mucha más demanda por parte de los consumidores y tener un mayor alcance demográfico.
- Mantener siempre la mejor calidad posible en cuanto a los productos y los mejores precios ya que al ser las fortalezas más destacadas de la empresa, permitirán un posicionamiento rápido en el mercado, lo cual generará más clientes y un aumentando en sus ganancias.
- Al momento de llevar a cabo las estrategias de marketing, se recomienda que se focalice el esfuerzo en un correcto manejo de redes sociales y su página web, ya sea por medio de la contratación de una empresa o brindando más atención a este proceso que hoy en día esta es la manera de alcanzar la atención de los consumidores y el medio por el cual ellos buscan satisfacer sus necesidades.
- Optimizar el recurso humano y tecnológico, buscando incrementar las ventas y posicionamiento en el mercado ya que serán los medios por los cuales se conseguirán nuevos consumidores, y también se deberá mantener una continua actualización de los medios digitales y siempre responder de una manera puntual y rápida a las consultas de los clientes. También se tendrá que mantener personal calificado que maneje las nuevas áreas de la empresa como la creación de un área de entregas o una persona encargada específicamente de manejar el área de bodegas ya que entre los pocos trabajadores que tiene la empresa, es difícil cumplir con todos los requerimientos.

Bibliografía

- Arias, A. S. (20 de Noviembre de 2014). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia web site: <https://economipedia.com/definiciones/cuenta-de-resultados.html>
- Espinosa, R. (2016). *RobertoEspinosa*. Obtenido de Matriz de Ansoff, estrategias de crecimiento: <https://robertoepinosa.es/2015/05/31/matriz-de-ansoff-estrategias-crecimiento/>
- FCD. (5 de Diciembre de 2021). *FCD ciudadanía y desarrollo*. Obtenido de <https://www.ciudadaniaydesarrollo.org/2021/12/03/la-economia-ecuatoriana-registra-un-crecimiento-sostenido/#:~:text=La%20econom%C3%ADa%20ecuatoriana%20se%20recupera,e cuatoriana%20debido%20a%20la%20pandemia.>
- Hurtado, A. S. (31 de Enero de 2018). *Curso demba*. Obtenido de <https://cursodemba.com/la-oferta-y-sus-caracteristicas/>
- IMPRAVE. (15 de febrero de 2021). *IMPRAVE-EC*. Obtenido de <https://imprave-ec.com/>
- J.E, B. A. (2005). El marketing de redes y los mercados electrónicos. En G. A. Ana, *Marketing en Internet, Estrategia y empresa* (págs. 143-173). Madrid: Ed. Pirámide.
- Jinping, X. (03 de Noviembre de 2020). *XINHUA*. Obtenido de http://spanish.xinhuanet.com/2020-11/03/c_139488147.htm
- Kloter, P. (2017). *Fundamentos del Marketing*. México D.F.. México: Pearson Educación de México.
- M., I. D. (25 de Marzo de 2016). *Litolaser S.A*. Obtenido de <https://litolaser.com/litolaser/>
- MasqueMedicos. (1 de junio de 2022). *masquemedicos*. Obtenido de + masquemedicos: https://masquemedicos.ec/urologos_quito/
- Mayoline, K. (16 de octubre de 2019). *RDstation*. Obtenido de <https://www.rdstation.com/es/marketing-digital/>
- Ministerio de Salud. (11 de Febrero de 2022). *Salud Gob Ec*. Obtenido de <https://www.salud.gob.ec/ecuador-detecta-anualmente-60-casos-nuevos-de-pacientes-pediatricos-con-problemas-renales/>
- Núñez, J. A. (08 de Mayo de 2022). *Blog Continental*. Obtenido de Google Forms: Una Herramienta que nos ayudará con las Encuestas: <https://blog.continental.edu.pe/uc-virtual/una-herramienta-que-nos-ayudara-con-las-encuestas/>
- OMS. (Octubre de 2014). *OPS/OMS*. Obtenido de https://www3.paho.org/hq/index.php?option=com_content&view=article&id=3418:2010-medical-devices-

ANEXOS

ANEXO A. ENCUESTA N°1

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSf5Mn7Nl2a8ic94AoyYE8DeaMZBU-JRFt1oizQHLTznMbeikQ/viewform?usp=sf_link

Encuesta N°1 desarrollada en GoogleForms para los urólogos de la ciudad de Quito

Instrucciones

Leer cada pregunta y contestar de acuerdo con su opinión o requerimiento del insumo médico

1. Lugar donde ejerce su profesión
 - () Hospital Público
 - () Hospital Privado
 - () Consultorio médico
 - () Centro de Salud
 - () Clínica
2. ¿En qué sector de Quito se encuentra ubicado su establecimiento?
 - () Valle
 - () Norte
 - () Centro-Norte
 - () Centro
 - () Sur
3. ¿En cuál de estas tiendas ha comprado o alquilado litotriptores?
 - () RomacMedical
 - () LITOLASER S.A

IMPRAVE

Otro,

4. ¿Qué tipo de litotriptores es de su preferencia?

Electrohidráulicos

Electro - magnéticos

Piezoeléctricos

Electroconductivos

Todos

5. ¿Cada qué periodo de tiempo alguno de sus pacientes requiere un tratamiento que se lleva a cabo con un litotriptor?

Al menos de 1 a 3 al mes

Al menos de 4 a 6 al mes

Más de 6 al mes

6. ¿Cuál de estos servicios cree que es el más servicial y requerido a la hora de adquirir un litotriptor?

Capacitación de cómo usarlo

Instalación

Mantenimiento

Otro,

7. ¿Qué beneficios le gustaría recibir al comprar un litotriptor?

Garantía

Descuento en próxima compra

Promociones en mantenimientos

Otro,

8. ¿Cuál es el principal parámetro toma en cuenta para realizar la compra de un litotriptor?

Calidad

Precio

Mantenimiento

El más moderno

Garantía

Otro,

9. Al momento de recibir soporte técnico ¿Qué parámetro le parece más importante recibir por parte del técnico?

Nivel de preparación del personal

Trato al cliente

Velocidad y efectividad

Otro,

10. A la hora de requerir un insumo médico ¿A través de que medio busca información de alguno de ellos?

Facebook Market

Mercado Libre

Instagram

Buscador de Google

Otro,

11. ¿Qué le resulta más Económico?

Comprar un litotriptor

Rentar las veces necesarias un litotriptor

12. ¿Tiene alguna sugerencia o comentario que dejaría a la importadora IMPRAVE para que siga mejorando y creciendo como empresa ya sea en cuanto al producto o la forma de manejar la compañía?

.....

ANEXO B. ENCUESTA N°2

<https://forms.gle/ThEhhxNRbhdjK4T4A>

Encuesta N°2 desarrollada en Google Forms enfocada en los clientes actuales de la empresa

Se desarrollo una encuesta enfocada en los clientes actuales de IMPRAVE donde se buscar obtener datos en cuanto a la satisfacción que tienen cada uno de ellos en cuanto:

- 1.Trato al cliente y publicidad
- 2.Calidad y precio del producto
- 3.Garantía y servicio técnico

PREGUNTAS

1. ¿Cómo calificaría el trató qué recibió por parte de la importadora IMPRAVE a la hora de iniciar la negociación?

 Malo

 Regular

 Bueno

 Excelente
2. ¿Cómo calificaría la funcionalidad del litotriptor que adquirió en IMPRAVE?

 Malo

 Regular

 Bueno

 Excelente

3. ¿Cómo calificaría el nivel de alcance de publicidad y manejo de plataformas digitales con el nombre de IMPRAVE? En donde se encuentran la información de los insumos médicos que están a la venta.
- Malo
- Regular
- Bueno
- Excelente
4. ¿Cómo calificaría la calidad de litotriptores que ofrece la importadora IMPRAVE?
- Malo
- Regular
- Bueno
- Excelente
5. ¿Cómo calificaría el precio de los litotriptores que ofrece la importadora IMPRAVE en comparación a otras empresas?
- Malo
- Regular
- Bueno
- Excelente
6. Suponiendo que ustedes son los dueños de la empresa ¿Cómo calificaría a los proveedores de la empresa IMPRAVE?
- Malo
- Regular
- Bueno
- Excelente

7. ¿Cómo calificaría la garantía que ofrece la importadora IMPRAVE al momento de adquirir un litotriptor?
- Malo
 - Regular
 - Bueno
 - Excelente
8. ¿Cómo calificaría al técnico que se encarga de las labores de mantenimiento a los litotriptores que brinda IMPRAVE?
- Malo
 - Regular
 - Bueno
 - Excelente
 - No aplica
9. ¿Cómo calificaría el sistema de facturación y los métodos de pago que se manejan en IMPRAVE?
- Malo
 - Regular
 - Bueno
 - Excelente
10. ¿Tiene alguna sugerencia o comentario que dejaría a la importadora IMPRAVE para que siga mejorando y creciendo como empresa ya sea en cuanto al producto o la forma de manejar la compañía?

ANEXO C. ENTREVISTA 1

Se adjunta el enlace de la grabación de la entrevista realizada al Dr. Sebastián Ramos, Gerente general de IMPRAVE.

https://drive.google.com/file/d/1JK4s3Ixnuy_7RsJ8_ERWfJsYG71Q5cL/view?usp=drivesdk

ANEXO D. ENTREVISTA 2

Se adjunta el enlace de la grabación de la entrevista realizada al personal técnico de IMPRAVE.

https://drive.google.com/file/d/13VCwIb9Wt_2QwgcQjNfQGeSrDAKAYQsV/view?usp=drivesdk

ANEXO E. ENTREVISTA 3

Se adjunta el enlace de la grabación de la entrevista realizada al Doctor Córdova, cliente frecuente de la importadora IMPRAVE.

https://drive.google.com/file/d/15VCdswIb9RTWt_4QwgcQjNfQdtfGNXdfgview?usp=drivesdk

ANEXO F: Estado de Resultados sin la propuesta

ESTADO DE RESULTADOS SIN LA PROPUESTA							
	Año	Año	Año	Año	Año	Año	Año
	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Comercialización de otros productos	\$ 30.000,00	\$ 32.000,00	\$ 34.000,00	\$ 36.000,00	\$ 38.000,00	\$ 40.000,00	\$ 42.000,00
Ventas de litotriptores	\$ 20.000,00	\$ 15.000,00	\$ 17.000,00	\$ 19.000,00	\$ 20.000,00	\$ 15.000,00	\$ 19.000,00
Alquiler de litotriptores	\$ 350,00	\$ 5.950,00	\$ 4.567,69	\$ 3.203,59	\$ 2.858,24	\$ 8.532,20	\$ 5.226,02
<i>Total ingresos por litotriptores</i>	<i>\$ 20.350,00</i>	<i>\$ 20.950,00</i>	<i>\$ 21.567,69</i>	<i>\$ 22.203,59</i>	<i>\$ 22.858,24</i>	<i>\$ 23.532,20</i>	<i>\$ 24.226,02</i>
TOTAL INGRESOS	\$ 50.350,00	\$ 52.950,00	\$ 55.567,69	\$ 58.203,59	\$ 60.858,24	\$ 63.532,20	\$ 66.226,02
Gastos Administrativos	\$ 12.400,00	\$ 12.400,00	\$ 12.400,00	\$ 12.400,00	\$ 12.400,00	\$ 12.400,00	\$ 12.400,00
Administrador	\$ 7.000,00	\$ 7.000,00	\$ 7.000,00	\$ 7.000,00	\$ 7.000,00	\$ 7.000,00	\$ 7.000,00
Personal Técnico	\$ 5.400,00	\$ 5.400,00	\$ 5.400,00	\$ 5.400,00	\$ 5.400,00	\$ 5.400,00	\$ 5.400,00
Gastos de ventas	\$ 3.000,00	\$ 3.500,00	\$ 4.000,00	\$ 4.500,00	\$ 5.000,00	\$ 5.500,00	\$ 6.000,00
Vendedor (comisión)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Entregas	\$ 3.000,00	\$ 3.500,00	\$ 4.000,00	\$ 4.500,00	\$ 5.000,00	\$ 5.500,00	\$ 6.000,00
Gastos de marketing	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
Controlde página web	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
Inversión en redes	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Contratación de empresa de marketing	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Cupos en ferias para promocionar productos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Gastos de producción	\$ 33.040,00	\$ 34.720,00	\$ 36.400,00	\$ 38.080,00	\$ 39.760,00	\$ 41.440,00	\$ 43.120,00
Importación de otros productos	\$ 15.000,00	\$ 15.500,00	\$ 16.000,00	\$ 16.500,00	\$ 17.000,00	\$ 17.500,00	\$ 18.000,00
Importación de Litotriptores	\$ 14.500,00	\$ 15.500,00	\$ 16.500,00	\$ 17.500,00	\$ 18.500,00	\$ 19.500,00	\$ 20.500,00
IVA	\$ 3.540,00	\$ 3.720,00	\$ 3.900,00	\$ 4.080,00	\$ 4.260,00	\$ 4.440,00	\$ 4.620,00
Costos de producción	\$ 49.640,00	\$ 51.820,00	\$ 54.000,00	\$ 56.180,00	\$ 58.360,00	\$ 60.540,00	\$ 62.720,00
UTILIDAD NETA	\$ 710,00	\$ 1.130,00	\$ 1.567,69	\$ 2.023,59	\$ 2.498,24	\$ 2.992,20	\$ 3.506,02

ANEXO G: Estado de Resultados con la propuesta

ESTADO DE RESULTADOS CON LA PROPUESTA							
	Año	Año	Año	Año	Año	Año	Año
	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Comercialización de otros productos	\$ 30.000,00	\$ 32.000,00	\$ 35.000,00	\$ 38.000,00	\$ 41.000,00	\$ 44.000,00	\$ 47.000,00
Ventas de litotriptores	\$ 20.000,00	\$ 15.000,00	\$ 18.750,00	\$ 23.437,50	\$ 29.296,88	\$ 36.621,09	\$ 45.776,37
Alquiler de litotriptores	\$ 350,00	\$ 5.950,00	\$ 7.437,50	\$ 9.296,88	\$ 11.621,09	\$ 14.526,37	\$ 18.157,96
<i>Total ingresos por litotriptores</i>	<i>\$ 20.350,00</i>	<i>\$ 20.950,00</i>	<i>\$ 26.187,50</i>	<i>\$ 32.734,38</i>	<i>\$ 40.917,97</i>	<i>\$ 51.147,46</i>	<i>\$ 63.934,33</i>
TOTAL INGRESOS	\$ 50.350,00	\$ 52.950,00	\$ 61.187,50	\$ 70.734,38	\$ 81.917,97	\$ 95.147,46	\$ 110.934,33
Gastos Administrativos	\$ 12.400,00	\$ 12.400,00	\$ 12.400,00	\$ 12.400,00	\$ 12.400,00	\$ 12.400,00	\$ 12.400,00
Administrador	\$ 7.000,00	\$ 7.000,00	\$ 7.000,00	\$ 7.000,00	\$ 7.000,00	\$ 7.000,00	\$ 7.000,00
Personal Técnico	\$ 5.400,00	\$ 5.400,00	\$ 5.400,00	\$ 5.400,00	\$ 5.400,00	\$ 5.400,00	\$ 5.400,00
Gastos de ventas	\$ 3.000,00	\$ 3.500,00	\$ 6.618,75	\$ 12.683,59	\$ 15.229,49	\$ 18.286,87	\$ 21.983,58
Vendedor (comisión)	\$ -	\$ -	\$ 2.618,75	\$ 8.183,59	\$ 10.229,49	\$ 12.786,87	\$ 15.983,58
Entregas	\$ 3.000,00	\$ 3.500,00	\$ 4.000,00	\$ 4.500,00	\$ 5.000,00	\$ 5.500,00	\$ 6.000,00
Gastos de marketing	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 3.640,00	\$ 3.640,00	\$ 3.640,00	\$ 3.640,00	\$ 3.640,00
Controlde página web	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Inversión en redes	\$ -	\$ -	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00
Contratación de empresa de marketing	\$ -	\$ -	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00
Cupos en ferias para promocionar productos	\$ -	\$ -	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
Gastos de producción	\$ 33.040,00	\$ 34.720,00	\$ 40.320,00	\$ 35.840,00	\$ 36.400,00	\$ 36.960,00	\$ 36.960,00
Importación de otros productos	\$ 15.000,00	\$ 15.500,00	\$ 16.000,00	\$ 16.500,00	\$ 17.000,00	\$ 17.500,00	\$ 18.000,00
Importación de Litotriptores	\$ 14.500,00	\$ 15.500,00	\$ 20.000,00	\$ 15.500,00	\$ 15.500,00	\$ 15.500,00	\$ 15.000,00
IVA	\$ 3.540,00	\$ 3.720,00	\$ 4.320,00	\$ 3.840,00	\$ 3.900,00	\$ 3.960,00	\$ 3.960,00
Costos de producción	\$ 49.640,00	\$ 51.820,00	\$ 62.978,75	\$ 64.563,59	\$ 67.669,49	\$ 71.286,87	\$ 74.983,58
UTILIDAD NETA	\$ 710,00	\$ 1.130,00	\$ -1.791,25	\$ 6.170,78	\$ 14.248,48	\$ 23.860,60	\$ 35.950,74

ANEXO H: Cálculo completo de Costo - Beneficio

Relación Costo / Beneficio al aceptar la propuesta					
INVERSIÓN	Año	Año	Año	Año	Año
\$ 19.640,00	0	1	2	3	4
VENTAS	\$ 61.187,50	\$ 70.734,38	\$ 81.917,97	\$ 95.147,46	\$ 110.934,33
Costo de Producción	\$ 62.978,75	\$ 64.563,59	\$ 67.669,49	\$ 71.286,87	\$ 74.983,58
Flujo de caja	\$ -1.791,25	\$ 6.170,78	\$ 14.248,48	\$ 23.860,60	\$ 35.950,74

Tasa de descuento	15%
VAN	\$63.633,24
Costo Beneficio	1,25

VAN INGRESOS	\$270.109,10
VAN EGRESOS	\$197.054,49
VAN +	\$216.694,49
INVERSION	
Costo Beneficio	1,25