

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES**

**“PLAN DE MARKETING Y SU FINANCIAMIENTO PARA LA  
EMPRESA OQMED - MEDICINA OCUPACIONAL Y SEGURIDAD  
INDUSTRIAL EN LA CIUDAD DE QUITO”**

**TRABAJO DE TITULACIÓN DE GRADO PREVIA LA OBTENCIÓN  
DEL TÍTULO DE INGENIERÍA COMERCIAL**

**RAQUEL ALEJANDRA TORRES FLORES**

**DIRECTOR: MGTR. JAIME BENALCÁZAR**

**QUITO, 2015**



Profesor Director: Mgtr. Jaime Benalcázar Almeida

Profesor Informante 1: Ing. Marco Yánez Trujillo

Profesor Informante 2: Ing. Pablo Hernández Tinoco

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo principalmente a Dios, por permitirme haber llegado hasta este momento tan significativo de mi formación profesional y por darme fuerza para superar obstáculos y dificultades a lo largo de mi vida. A mis padres, por ser el pilar más importante en mi vida, por demostrarme siempre su cariño, apoyo y por guiar cada uno de mis pasos, inculcándome principios y valores que me han ayudado para alcanzar todas mis metas. A mis hermanas, quien han sido mi soporte y fortaleza desde que nací, brindándome su apoyo y comprensión día a día.

Y a mi familia y amigos, por que siempre estuvieron listos para brindarme toda su ayuda, por haber compartido muchos momentos de alegría, tristeza y diversión, convirtiéndose en experiencias que han llenado mi vida de felicidad.

## **AGRADECIMIENTO**

Deseo compartir mi inmensa gratitud a la Universidad Católica del Ecuador que me formó durante cuatro largos años, impartíendome día a día el conocimiento necesario para ser un profesional.

Quiero agradecer de manera especial a la empresa Oqmed, por darme la apertura de realizar este trabajo utilizando los recursos e información de la misma. Sin este apoyo no hubiera sido posible alcanzar esta meta tan anhelada.

De igual manera quiero agradecer a todos los docentes que conforman la Facultad de Ciencias Administrativas, quienes con su profesionalismo y dedicación han compartido su sabiduría para llevar una vida profesional plena, basada en la responsabilidad, sencillez y en la ética.

Además ofrezco mi completo agradecimiento al Mgrt. Jaime Benalcázar, que como director esta tesis me ha orientado, corregido y apoyado significativamente con su conocimiento para poder desarrollar y culminar con éxito este proyecto de investigación.

## ÍNDICE

### **INTRODUCCIÓN, 1**

#### **1. ANÁLISIS DE SITUACIONAL, 3**

##### **1.1 ANÁLISIS DEL PEST DEL PAÍS, 3**

###### **1.1.1 Factor Político – Legal, 3**

###### **1.1.2 Factor Económico, 5**

###### **1.1.3 Factor Social ,11**

###### **1.1.4 Factor Tecnológico, 13**

##### **1.2 ANÁLISIS DE LAS FUERZAS COMPETITIVAS DE PORTER, 14**

###### **1.2.1 Poder de negociación de los Clientes, 15**

###### **1.2.2 Poder de negociación de los Proveedores, 16**

###### **1.2.3 Amenaza de nuevos competidores, 16**

###### **1.2.4 Amenaza de productos sustitutos, 17**

###### **1.2.5 Rivalidad entre los competidores existentes, 18**

#### **2. PLAN ESTRATÉGICO, 21**

##### **2.1 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA, 21**

###### **2.1.1 Misión, 24**

2.1.2	<b>Visión, 24</b>
2.1.3	<b>Valores Corporativos, 25</b>
2.2	<b>OBJETIVOS, 26</b>
2.2.1	<b>Objetivo general, 26</b>
2.2.2	<b>Objetivos específicos, 26</b>
2.3	<b>ANÁLISIS FODA, 27</b>
2.3.1	<b>Fortalezas, 27</b>
2.3.2	<b>Oportunidades, 28</b>
2.3.3	<b>Debilidades, 28</b>
2.3.4	<b>Amenazas, 29</b>
2.4	<b>ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL, 30</b>
3.	<b>ANÁLISIS E INVESTIGACIÓN DE MERCADO, 32</b>
3.1	<b>OBJETIVOS DE ESTUDIO DE MERCADO, 32</b>
3.1.1	<b>Objetivo General, 32</b>
3.1.2	<b>Objetivos Específicos, 33</b>
3.2	<b>FUENTES DE INFORMACIÓN, 33</b>
3.2.1	<b>Fuentes primarias, 33</b>
3.2.2	<b>Fuentes secundarias, 34</b>
3.3	<b>DISEÑO DE INVESTIGACIÓN, 35</b>
3.3.1	<b>Investigación Exploratoria, 35</b>

3.3.1.1	Entrevista a un experto, 35
<b>3.3.2</b>	<b>Investigación Descriptiva, 38</b>
3.3.2.1	Enfoque, 38
3.3.2.2	Tipo de muestreo, 39
3.3.2.3	Tamaño de la muestra, 39
3.4	RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS, 41
<b>3.4.1</b>	<b>Análisis de resultados de las encuestas, 61</b>
3.5	RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS, 63
<b>3.5.1</b>	<b>Análisis de resultados de las Entrevistas, 64</b>
<b>4.</b>	<b>PLAN DE MARKETING, 67</b>
4.1	OBJETIVOS ESPECÍFICOS, 67
4.2	SEGMENTACIÓN, 68
<b>4.2.1</b>	<b>Selección del mercado meta, 78</b>
<b>4.2.2</b>	<b>Análisis de la demanda, 80</b>
4.3	POSICIONAMIENTO, 85
4.4	DIFERENCIACIÓN, 86
4.5	MARKETING MIX, 86
<b>4.5.1</b>	<b>Producto, 86</b>
4.5.1.1	Razón del nombre, 87
4.5.1.2	Razón de los colores y letra de la marca, 88

- 4.5.1.3 Servicio que ofrece Oqmed, 88
- 4.5.1.4 Diagrama de flujo del proceso, 100
- 4.5.2 Precio, 103**
- 4.5.3 Plaza, 106**
- 4.5.4 Promoción, 109**
- 4.5.5 Matriz de ventas, 121**
  - 4.5.5.1 Fuerza de Ventas, 121
  - 4.5.5.2 Servicio extra y Post- venta, 123
- 4.6 ESTRATEGIAS DE DESARROLLO, 125
  
- 5. PROYECCIÓN Y EVALUACIÓN FINANCIERA, 132**
  - 5.1 INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO, 133
  - 5.2 ESTADO DE RESULTADOS ACTUAL, 133
    - 5.2.1 Índice de Rentabilidad, 135**
  - 5.3 PRESUPUESTO DE VENTAS, 135
    - 5.3.1 Escenario de los presupuestos, 136**
      - 5.3.1.1 Presupuesto de ventas optimista, 136
      - 5.3.1.2 Presupuesto de ventas medio, 137
      - 5.3.1.3 Presupuesto de ventas pesimista, 138
  - 5.4 Presupuesto de costo de marketing, 139**
  - 5.5 ESTADO DE RESULTADOS BASADO EN APLICACIÓN DE ESTRATEGIAS, 140

**5.5.1 Índices de rentabilidad, 142**

5.6. EVALUACIÓN FINANCIERA, 143

**5.5.2 Flujos Netos de Caja, 143**

**5.5.3 Índice de Evaluación del proyecto, 144**

**6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES, 145**

6.1 CONCLUSIONES, 145

6.2 RECOMENDACIONES, 148

**BIBLIOGRAFÍA, 150**

**ANEXO, 152**

## **RESUMEN EJECUTIVO**

La empresa de Salud Ocupacional y Seguridad Industrial Oqmed Cía. Ltda. es una empresa joven dedicada a brindar servicios integrales de salud, medicina ocupacional y seguridad industrial en la ciudad de Quito.

Con el crecimiento que ha experimentado el sector de la salud y como fruto de los cambios e implementación de nuevas normas y reglamentos legales que velan la salud, seguridad y bienestar de los trabajadores, Oqmed Cía. Ltda. ha podido identificar un mercado potencial en donde puede involucrar sus actividades. Sin embargo al ser una empresa nueva, posee poca participación y posicionamiento en el mercado a pesar de ser una empresa que brinda un servicio de calidad.

A partir de este enfoque de crecimiento y sabiendo que Oqmed Cía. Ltda. existe un aumento de demanda, se realizó esta investigación de marketing, con el objetivo de identificar la demanda actual, gustos y preferencias de los futuros clientes, para generar cambios que ayuden a la empresa a mantenerse sólida, buscar rentabilidad, aumentar las ventas y lograr participación y posicionamiento en el mercado.

Para lograr todos estos objetivos de estudio se realizó un análisis interno y externo, que permitieron conocer información fundamental para el desarrollo de la investigación. En el análisis externo se dio a conocer la realidad del país, mediante el análisis PEST y se identificó las fuerzas competitivas de Porter, conociendo así la situación en que se encuentra el mercado de Salud y Seguridad Ocupacional. En el análisis interno se conoce de lleno a la empresa, se puntualiza detalladamente todos los servicios que Oqmed Cía. Ltda. brinda y además se realiza un análisis FODA en el que se conoce íntimamente a la empresa.

A demás se realizó una investigación de mercado en el que se conoce la demanda y oferta del mercado de medicina ocupacional y seguridad industrial en la ciudad de Quito, las necesidades y gustos del cliente, entre otros datos importantes, que permitieron a la investigación definir las estrategias y el camino a seguir en el plan de marketing. A partir de esta información se establecieron estrategias y planes de acción que permitan que Oqmed Cía. Ltda. cumpla con sus objetivos.

Y finalmente se efectuó un análisis financiero de las propuestas de marketing establecidas, en donde se identifica en números los cambios y mejoras que presenta la empresa al aplicar el plan de marketing propuesto.

## **INTRODUCCIÓN**

Los accidentes de trabajo y enfermedades profesionales son factores que interfieren en el desarrollo normal de la actividad empresarial, incidiendo negativamente en su productividad y por consiguiente amenazando la solidez y permanencia de la empresa en el mercado; conllevando además a graves implicaciones en el ámbito laboral, familiar y social.

Como fruto de este problema se implementaron reglamentos más estrictos, para prevenir y proteger la salud de los trabajadores, creando de esta manera una gran demanda en el negocio de la medicina ocupacional y seguridad industrial. Por esta razón Oqmed Cía. Ltda. decidió en el mes de noviembre del 2012 tomar esta necesidad como una ventaja para cumplir y satisfacer los requerimientos de las empresas de la ciudad de Quito.

“OQMED” Centro de Medicina Ocupacional y Seguridad Industrial, es una empresa joven dedicada a brindar servicios integrales de salud, medicina ocupacional y seguridad industrial.

Habiendo ya mencionado el servicio que presta la empresa y sabiendo que la demanda en el mercado es creciente, para Oqmed Cía. Ltda. surgen varias preocupaciones respecto al alcance de la empresa, si son o no conocidos en el mercado, como identifican los clientes al servicio, si cubren o no sus expectativas, entre otras preguntas que generan inestabilidad a la empresa, por esta razón se elaboró una investigación de marketing y su financiamiento, con el objetivo de identificar la demanda actual, gustos y preferencias de los futuros clientes, con cambios que ayuden a la empresa a mantenerse sólida y rentable, aumentar las ventas y lograr participación y posicionamiento en el mercado, todo esto basado en estrategias de marketing encaminadas al crecimiento de la empresa y la satisfacción total del cliente.

# CAPÍTULO I

## 1. ANÁLISIS DE SITUACIONAL

### 1.1 ANÁLISIS DEL PEST DEL PAÍS

#### 1.1.1 Factor Político – Legal

En términos generales, Ecuador en el período de gobierno del Presidente Rafael Correa ha estado caracterizado por un nivel de estabilidad política y económica muy alta, excepto entre fines del 2008 y 2009, durante la afectación económica, debido a la crisis financiera de los Estados Unidos y el remezón global, particularmente europeo. El gobierno ecuatoriano aplicó políticas contra-cíclicas que aplacaron los impactos de la crisis financiera. Si bien el Presidente de la República y su gobierno siguen teniendo amplia aceptación popular, el nuevo contexto de los resultados en los gobiernos

locales plantea un desafío importante para la consolidación de la estructura política de Alianza País en las localidades.

En este marco general y en términos políticos el año 2013 y el 2014 han sido políticamente activos. Uno de los cambios importantes es la reforma a la Ley que regula el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS), como la universalización de las coberturas sociales, otra de las reformas que se pretende hacer llegar al Legislativo es la inclusión de colectivos que no han tenido las facilidades para afiliarse al IESS, como amas de casa, trabajadores informales, campesinos, pescadores y otros sectores que no tienen ingresos fijos en una empresa establecida ni tienen un jefe.

Sin embargo uno de los retos de la normativa será la unificación de los servicios de Salud Pública que en la actualidad entregan de manera separada el Ministerio de Salud y el Instituto de Seguridad Social. Aunque Fernando Cordero, presidente del consejo directivo del organismo aclaró que esto no va a significar que una de las instituciones se vaya a apropiarse de las entidades o bienes de la otra.

Pero todavía no se anuncia la fórmula con la que se pretende unificar el sistema de salud, el tema es otro de los que causan inquietud entre los afiliados, ya que se teme una disminución en la calidad de los servicios médicos. (Explored, 2013)

Otro de los cambios importante de la Ley que regula el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS), se ve reflejado en el decreto ejecutivo 2393 de reglamento de seguridad y salud de los trabajadores y mejoramiento del medio ambiente de trabajo; en este decreto se establece las leyes, deberes y derechos que tiene tanto el empleador como el trabajador para hacer cumplir con sus obligaciones. (Prosigma, 2013)

### **1.1.2 Factor Económico**

La economía ecuatoriana ha presentado un robusto y continuo crecimiento en los últimos años, cultivando varios logros como no haber entrado en recesión durante la crisis económica global de 2009, a pesar de no tener moneda propia. A partir del 2007 se dio un cambio de timón en la economía, pagando toda la deuda con el FMI y alejándose de sus imposiciones que limitaban el gasto público en el país. Ecuador ha concentrado sus esfuerzos en diversificar su

matriz energética, pagar la enorme deuda social e incrementar la inversión pública en infraestructuras: hidroeléctricas, carreteras, aeropuertos, hospitales, colegios, etc. (Kozameth & Ray, 2012)

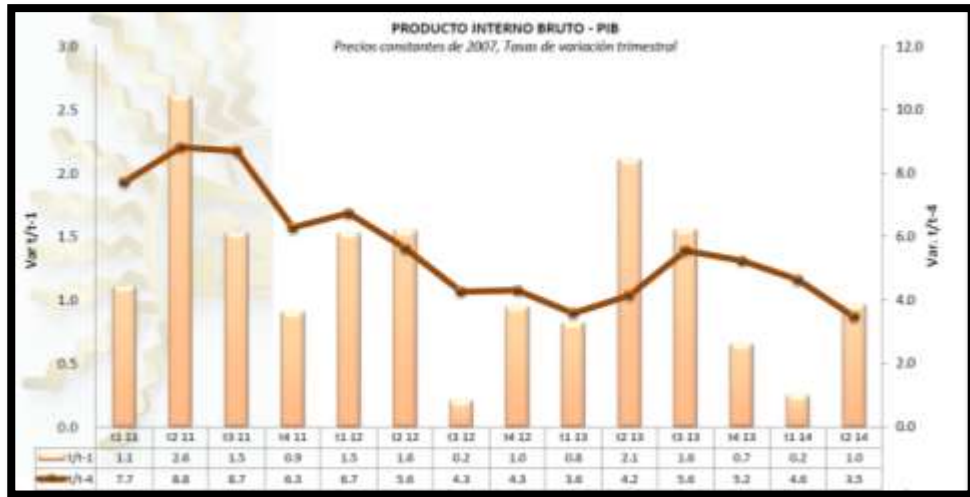
Ahora podemos notar que durante los últimos cuatro años, la República del Ecuador ha iniciado avances en la calidad de vida de sus ciudadanos y la economía del país notablemente, en gran parte debido a las políticas de la “Revolución Ciudadana” del Presidente Correa.

Según la Agencia de noticias Andes, el presidente del Ecuador, Rafael Correa, dijo que el 2014 y 2015 serán los años de mayores erogaciones en el presupuesto fiscal por el financiamiento de los megas proyectos hidroeléctricos. Sin embargo, anticipó que habrá indicadores económicos positivos para la economía nacional. “En el sector real la inflación será de 3,2 por ciento; el crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB) del 4,5 por ciento al 5,1 por ciento que es un crecimiento bastante bueno, superior al de América Latina, superior al histórico...; el sector no petrolero crecerá al 5,4 por ciento; y, el petrolero crecerá entre 1,9 por ciento a 2,5 por ciento”, dijo el mandatario, durante un Enlace Ciudadano.

El jefe del Estado indicó que el PIB nominal (sin ajuste para inflación) supera los 100.000 millones de dólares y el PIB por habitante será 6.364 dólares, lo cual convierte a Ecuador en un país de renta media.

El presidente dijo también que las inversiones serán para el sector productivo de 1.728 millones de dólares, siendo su mayor parte para el Ministerio de Transporte y Obras Públicas. Las colocaciones serán en carreteras, súper carreteras, innovación tecnológica, agricultora, programa nacional de cárnicos, semillas, turismo, entre otros. En los sectores estratégicos la inversión será de casi 1.500 millones de dólares que son principalmente en el sector eléctrico, proyectos multipropósito, entre otros. (Agencia de Noticias Andes, 2014)

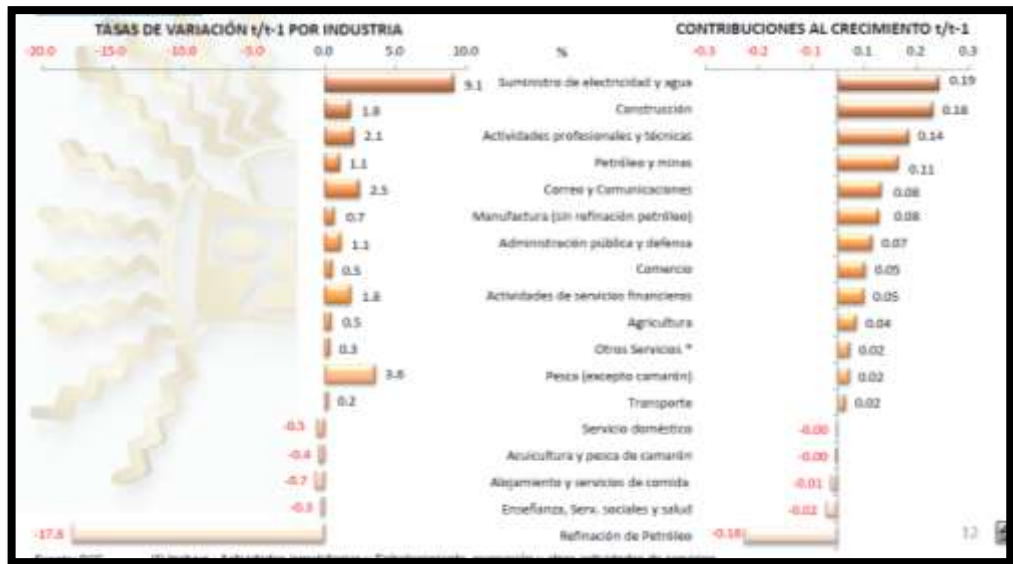
Según el Banco Central del Ecuador en el segundo trimestre de 2014, Ecuador mantiene la tendencia de crecimiento económico, con un resultado positivo de 1.0% en relación al trimestre anterior (t/t-1), lo que ubicó al PIB (a precios constantes) en USD 17,278 millones; asimismo, presentó una variación interanual (t/t-4 %, respecto al segundo trimestre de 2013) positiva de 3.5%.



**GRÁFICO N.- 1: Producto Interno Bruto-PIB**

Fuente: Banco Central del Ecuador, 2014

A demás las actividades económicas que presentaron una mayor contribución a la variación (t/t-1) de 1.0% del PIB fueron: Suministro de Electricidad y Agua, 0.19%; Construcción, 0.18%; y, Actividades Profesionales, 0.14%. (BCE, 2014)



**GRÁFICO N.-2: Tasa de variación-Contribuciones al crecimiento**  
Fuente: Banco Central del Ecuador, 2014

La inflación en el Ecuador se ha mantenido en altos niveles desde que se optó por la dolarización, siendo superior que Estados Unidos y los principales países con los que se negocia.



### GRÁFICO N.-3: Inflación Anual

Fuente: Banco Central del Ecuador, 2014

De acuerdo a estos datos según la última Encuesta Nacional de Empleo y Desempleo (ENEMDU) del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) el desempleo nacional del 2012 se ubicó en 4,65%, en junio de 2013 esta cifra fue 3,91%. Esta diferencia es estadísticamente significativa, la Ocupación Plena nacional llegó en junio 2014 a 44,02%, y el subempleo, a 51,07%, en comparación con el 38,35% y el 56,39%, respectivamente, de junio 2013. Estos cambios también son estadísticamente significativos. (INEC, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2014)

### 1.1.3 Factor Social

La población calculada en el último censo realizado en marzo del 2010 es de 14'483.499 habitantes dentro del territorio ecuatoriano, según las estadísticas del INEC. Existe una tasa de crecimiento poblacional del 1.95% hasta el 2010.

El Ecuador cuenta con cuatro regiones, Sierra, Costa, Amazonía y región Insular (Galápagos). Dentro de estas regiones la población se auto identifica de la siguiente manera: Mestizo 71.9%, Montubio 7.4%, Afro ecuatoriano (Afro descendiente) 7.2%, Indígena 7%, Blanco 6.1% y otros 0.4%. (INEC, Serie Histórica e Indices - Edificaciones, 2006)

En dicho censo también sobresalen datos importantes en cuanto a la población que se detallan a continuación:

- La edad promedio de la población ecuatoriana es de 28.4 años.
- Las personas que cuentan con cédula de ciudadanía son el 79.7%.
- El porcentaje de población con ocupación que posee seguro general es el 28.9%.

- Y las personas que tienen un seguro de salud privado es el 9.4%.

El idioma oficial es el español, con sus popularidades y modismos de cada región. El quichua, el shuar, entre otras lenguas indígenas son reconocidas como propias, sin embargo muy pocas personas las practican.

Las personas en nuestro país han enfrentado graves problemas en su desarrollo cultural, económico, político, espiritual, etc. Sin embargo Ecuador ocupa el décimo puesto dentro de un ranking de competitividad conformado por 18 países, los que fueron evaluados por aspectos sociales que pueden beneficiar a sus respectivos pobladores en un estudio efectuado por el Grupo Educativo Adén. Entre los aspectos que miden este ranking están la salud y la educación, en los que Ecuador demuestra avances positivos. Lo cual beneficia directamente al mercado de salud que pretende manejar Oqmed. (Diario El Telegrafo, 2012)

El factor social es de vital importancia en el análisis situacional de la empresa ya que el servicio que brinda Oqmed se relaciona directamente con el bienestar integral de las personas y principalmente la salud laboral y sus problemas o dificultades dentro de la sociedad.

#### **1.1.4 Factor Tecnológico**

La brecha digital entre los países desarrollados y en vías de desarrollo persiste y en América Latina el rezago es "evidente", según el último informe sobre tecnologías de la información y la comunicación (TIC).

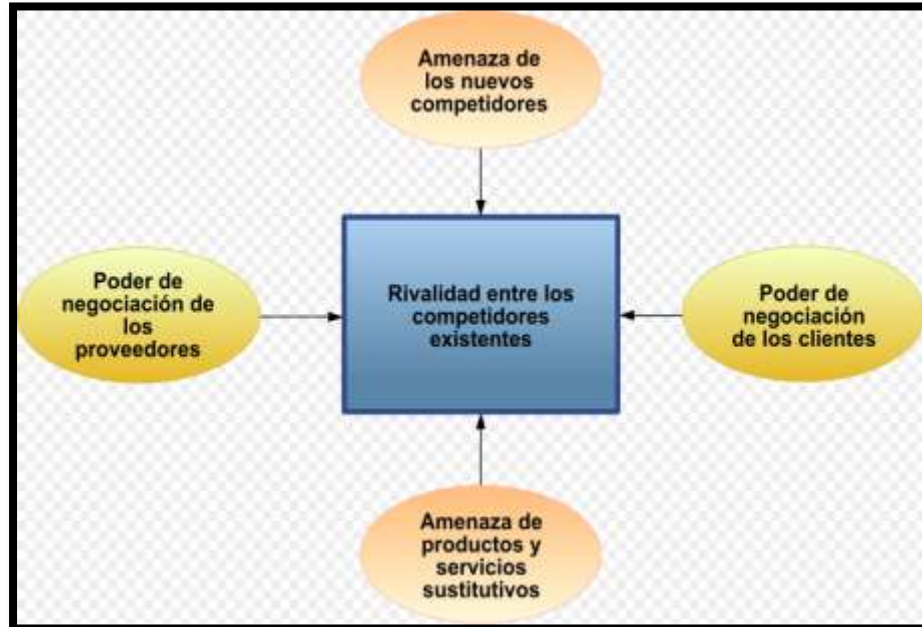
De un total de 142 países analizados en 2012, Ecuador se ubica en el puesto 96, subiendo doce escaños con relación al año anterior, fecha en la que según el informe del FEM del 2011, estaba en el 108. De acuerdo a Guido Caicedo, profesor de la Espae Graduate School of Management, adscrita al FEM, Ecuador ha subido en el ranking debido a sus mejoras en los componentes del Network Readiness Index (NRI), relacionados a la disposición para aprovechar las TICs (infraestructura, tarifas y habilidades de la población), aquí Ecuador subió 22 puestos (posición 91), señaló, además, el ascenso en la clasificación se debe a la inclusión de los componentes de impacto (económico y social), en donde se sitúa en la posición 95. (La Hora, 2012)

El Estado Ecuatoriano no dedica mucho presupuesto para la inversión en tecnología pues las condiciones económicas del mismo no le permiten, esta es una de las razones por la que existe un retraso en los avances tecnológicos, sin

embargo están dándose cambios e inversiones tecnológicas que generan crecimiento al país.

## 1.2 ANÁLISIS DE LAS FUERZAS COMPETITIVAS DE PORTER

“Existen cinco fuerzas que determinan las consecuencias de rentabilidad a largo plazo de un mercado o algún segmento de éste. La idea es que la empresa debe evaluar sus objetivos y recursos frente a éstas cinco fuerzas que rigen la competencia”. (Porter, 1980)



**GRÁFICO N.- 4: Las cinco fuerzas de Porter**

Fuente: Sinergia creativa, Federico Domingo, 2008

### **1.2.1 Poder de negociación de los clientes**

El poder de negociación de los clientes es alto ya que tienen algunas opciones para elegir en el mercado un servicio profesional que realice la misma actividad que ofrece Oqmed. Sin embargo los clientes pueden tener un cierto poder de negociación cuando están muy concentrados, asociados en grupos grandes o cuando compran cantidades muy importantes del servicio ofrecido por la empresa. También depende del número de clientes existentes, ya que entre menor número de clientes, mayor será su poder de negociación para presionar, bajar precios e imponer condiciones (descuentos, devoluciones en ventas, servicios, forma de pago, calidad del servicio, etc.), según sea su conveniencia.

Es normal que el cliente sea exigente por el servicio que quiere recibir, basándose en la calidad, la organización de las operaciones y el tiempo de respuesta a sus necesidades. Por lo general el cliente tiene la capacidad para negociar en el sentido de solicitar algún incentivo o reconocimiento por haber preferido el servicio de Oqmed, pero esto implica darle un plus, un valor agregado al cliente, para que se sienta satisfecho.

### **1.2.2 Poder de negociación de los proveedores**

Oqmed cuenta con un grupo de proveedores de insumos muy limitado, los cuales ofertan precios de acuerdo al volumen de compra y a la forma de pago. Los principales proveedores son: Farmavida (vacunas), Siemens (equipos de laboratorio), Inge Lab, Dt medical (equipos médicos), Pro audio, Sehiaca (rayos x), Roche (equipos de laboratorio y reactivos).

Este mercado restringido de proveedores limita la capacidad de negociación por lo que se obtiene mejores condiciones de precios, únicamente cuando los volúmenes de compra son altos y los pagos se hagan de contado.

### **1.2.3 Amenaza de nuevos competidores**

En respuesta a los controles que el Gobierno está implementando para que las empresas den cumplimiento a las normas de seguridad y salud ocupacional, entrarán al mercado nuevos proveedores de servicios médicos para cubrir estas necesidades, ante lo cual Oqmed deberá estar preparado para afrontar esa realidad.

Al potencializarse el mercado, empresas o instituciones que actualmente brindan un servicio de salud, como por ejemplo clínicas, institutos médicos, laboratorios, etc., podrían ampliar sus servicios hacia la medicina ocupacional, generando un mercado muy competitivo en precios y calidad de servicios.

#### **1.2.4 Amenaza de productos sustitutos**

Los requerimientos de servicio de salud ocupacional por parte de las empresas y trabajadores está enmarcado dentro de lo que la ley de salud y seguridad ocupacional exige, por tanto los proveedores de este servicio ofertaran los requerimientos que cada empresa o cliente requiera en este campo

Oqmed está consciente de que los servicios sustitutos limitan el potencial de una industria y provocan la facilidad de cambio del comprador, fijando un techo de precios, desestabilizando al mercado de la empresa y generando a nuestro cliente la disminución del uso del servicio.



### **1.2.5 Rivalidad entre los competidores existentes**

Actualmente en este mercado ya existe una rivalidad, la cual se evidencia en una oferta del mismo servicio a bajos precios, a través de campañas publicitarias agresivas y promociones que únicamente han dañado el mercado.

Esta rivalidad se potencializa en vista de que la mayoría de proveedores del servicio orientan sus esfuerzos hacia los mismos clientes dejando de lado mercados potenciales que no están siendo atendidos.

Para analizar la oferta del servicio de Medicina Ocupacional y Seguridad Industrial, se considerará como competencia directa a las empresas ubicadas en la ciudad de Quito, tanto en el perímetro rural como urbano Ecuamerican, Biodimed, Incora, Inmedical, HealthPreventy, Conrilab, Workmed, Veris, Kinnedmed entre otras.

A continuación analizaremos cinco competidores de Oqmed:

EMPRESA	LOGO	UBICACIÓN Y PAGINA WEB	SERVICIO QUE OFRECE	PRECIO	ANÁLISIS DE COMPETIDORES
<b>ECUAMERICA</b>		Av. América N33-42 y Rumipamba	Institución privada de salud, que brinda servicios de análisis de laboratorio clínico, histopatología, imagen diagnóstica y medicina ocupacional	Bajo	Ecuamerican es una de las empresas mas posicionadas en el mercado, brinda servicios completos de salud, unidades móviles, sucursales a nivel nacional y además tiene una gran experiencia y participación en el mercado
		<a href="http://www.ecua-american.com">www.ecua-american.com</a>			
<b>HEALTH PREVENTY</b>		Paris N43-212 y Río Coca	Servicios de salud preventiva familiar y empresarial	Bajo	Empresa relativamente nueva, tiene muchas debilidades en el servicio, atrae a sus clientes con precios muy bajos.
		<a href="http://www.healthpreventy.com">www.healthpreventy.com</a>			
<b>INMEDICAL</b>		Antonio de Ulloa N31-264 y Av. Mariana de Jesús	Asistencia médica prepagada corporativa, servicio médico, medicina preventiva, ocupacional y prepagada.	Medio	Institución prestigiosa, cuenta con una gran gama de servicios como asesorías en seguridad Industrial a diferencia de las demás y equipos de última tecnología.
		<a href="http://www.inmedical.com">www.inmedical.com</a>			
<b>BIODIMED</b>		Suiza 209 entre Eloy Alfaro y República del Salvador	Biodimed provee servicios en atención medica ambulatoria especializada, salud ocupacional, diagnostico en imagen y laboratorio clínico	Medio	Biomed se ha posicionado en el mercado, pero tiene varias debilidades en el servicio que le desfavorecen
		<a href="http://www.biodimed.com">www.biodimed.com</a>			
<b>VERIS</b>		Av. Shyris N44-26 y Río Coca	Brinda servicios de salud ocupacional y asesorías de la salud y seguridad laboral.	Alto	Empresa que adquirió prestigio en los últimos años, debido a la renovación de su infraestructura, de sus equipos y a la amplia gama de servicios,
		<a href="http://www.veris.com.ec">www.veris.com.ec</a>			

### GRÁFICO N. 5 Empresas competidoras

Fuente: Análisis de competidores Oqmed, 2014.

El servicio de medicina también existen competidores indirectos como: Consulssac (Servicios de Seguridad Industrias) Ecuasanitas (Seguros y Servicios de salud), Pazmiño y Narváez (Servicios de laboratorio), entre otros que ofrecen servicios parecidos a los de Oqmed pero no abarcan gran parte del mercado.

## **CAPÍTULO II**

### **2. PLAN ESTRATÉGICO**

#### **2.1 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA**

La empresa de Salud Ocupacional y Seguridad Industrial Oqmed Cía. Ltda. es una empresa joven dedicada a brindar servicios integrales de salud, medicina ocupacional y seguridad industrial, por medio de un servicio personalizado, innovador y de alta confiabilidad, ofrece servicios de asesoría, ejecución y control de actividades para promover la salud laboral así como la identificación y prevención de los riesgos en el trabajo.

Dentro de las instalaciones de cada empresa Oqmed brinda el servicio de monitoreo biológico, la evaluación médica de los empleados, la cual tiene como objeto determinar el estado de salud del empleado al momento de su ingreso a la organización, durante su permanencia en la empresa y al salir de la misma. Adicionalmente, brinda seguimiento

a enfermedades ocupacionales, investigación de los accidentes que ocurran y un programa de entrenamiento y divulgación de las normas para evitarlos.

Los servicios que brinda Oqmed Cía. Ltda. son:

### **Medicina Ocupacional**

- Consulta especializada para controles médicos de ingreso, periódicos, de reintegro y de retiro de los trabajadores.
- Exámenes de Laboratorio Clínico.
- Imágenes diagnósticas: Rayos X de tórax, columna cervical, dorsal y lumbar.
- Implementación del Dispensario Médico de la Empresa.
- Servicio de Médico para atención de sus trabajadores, mediante el modelo de Prestación de Servicios Profesionales.

### **Laboratorio Clínico**

### **Imagen Diagnóstica**

- Rayos X (Digital)

**Exámenes complementarios con orientación al tipo de riesgo**

- Oftalmología / Optometría.
- Audiometría
- Cardiología / Electrocardiografía
- Espirometría.
- Chequeo médico

Es importante mencionar que el servicio de seguridad e higiene industrial es un servicio tercerizado y consta de:

**Seguridad e Higiene Industrial**

- Mediciones de factores de riesgo: ruido, iluminación, temperatura, agentes químicos.
- Visita a la empresa para inspección y evaluación.
- Asesorías en prevención y control de riesgos.
- Estudio de accidentalidad.
- Ergonomía y valoración de los puestos de trabajo.
- Elaboración de panorama de riesgos: Análisis cualitativo y cuantitativo.
- Asesoría en la conformación del comité paritario de salud ocupacional.
- Elaboración del reglamento de higiene y seguridad ocupacional.

- Capacitación en Programación de Seguridad.
- Examen de Toxicología en Líquidos Biológicos.

### **2.1.1 Misión**

Oqmed es una institución sólida dedicada a brindar servicios integrales de salud, medicina ocupacional y seguridad industrial, por medio de un servicio personalizado, innovador y de alta confiabilidad, con los mayores estándares de calidad que nos permita caminar hacia la excelencia y la satisfacción del cliente.

### **2.1.2 Visión**

Ser la institución de salud de mayor reconocimiento a nivel nacional en el desarrollo, implementación y mejoramiento continuo de los procesos de Salud Ocupacional y Seguridad Industria a través del trabajo multidisciplinario y especializado para la satisfacción permanente de los clientes perpetuando así nuestro nombre a través de los años.

### 2.1.3 Valores Corporativos

#### **Con nuestros CLIENTES**

- La calidad
- El servicio
- La innovación
- La tecnología
- La seguridad

#### **Con nuestra GENTE**

- El respeto
- El aprendizaje continuo
- La calidad de vida
- El conocimiento

#### **Con nuestra EMPRESA**

- El trabajo en equipo
- La comunidad
- La confianza
- El compromiso

#### **Con la COMUNIDAD**

##### **USUARIA**

- La responsabilidad social.
- La ética

## 2.2 OBJETIVOS

### 2.2.1 Objetivo general

Captar un mayor segmento de mercado promoviendo un servicio innovador y de excelente calidad en el sector de la seguridad y salud ocupacional, que sobrepase las expectativas de sus clientes, garantice la efectividad en sus servicios y genere fidelidad en ellos, así como una mayor rentabilidad para la empresa.

### 2.2.2 Objetivos específicos

- Incrementar las ventas anuales de Oqmed
- Aumentar la satisfacción del cliente en un 10% semestralmente, reduciendo tiempos de espera, ofreciendo un servicio de calidad y utilizando herramientas eficientes.
- Expandir el mercado a nivel nacional por medio de sucursales en las principales ciudades del país, dentro de 3 años.
- Obtener una rentabilidad anual de al menos un 10%, que permita el desarrollo, crecimiento y sostenibilidad de la empresa.

- Lograr una participación del mercado.
- Crear una cultura de prevención de accidentes laborales y concientización de los riesgos de trabajo, para mejorar la calidad de vida de nuestros clientes.

## 2.3 ANÁLISIS FODA

### 2.3.1 Fortalezas

- Dispone de equipos médicos y de laboratorio de última tecnología.
- Existe un agradable ambiente laboral, con una buena relación entre los miembros de la empresa.
- Posee personal médico altamente capacitado y con vasta experiencia.
- El centro médico se encuentra en una zona estratégica del norte de Quito.
- Se realizan prácticas y métodos médicos de vanguardia.
- Brinda un servicio personalizado a cada uno de los clientes.
- Cuenta con unidad móvil para el servicio a domicilio.
- Cuenta con un laboratorio clínico propio para la realización de los exámenes.
- Las instalaciones cuentan con todo lo necesario para brindar un servicio completo e integral.
- Alianzas estratégicas con proveedores eficientes y responsables.

### **2.3.2 Oportunidades**

- Mercado creciente debido a la puesta en marcha del reglamento de seguridad y salud de los trabajadores y mejoramiento del medio ambiente de trabajo.
- Falta de disponibilidad y eficiencia de los servicios brindados por el Seguro Social.
- Desarrollo de una cultura preventiva.
- Alianza con otras empresas dedicadas a brindar servicios similares.
- Oportunidad para aprovechar nuevas tecnologías.
- Gran cantidad de mano de obra capacitada disponible en el mercado.
- Ofrecer servicios complementarios a los que actualmente se brinda, explotando otras necesidades como son las asesorías en prevención y control de riesgos.
- Creación de nuevas políticas y ordenanzas gubernamentales respecto a la seguridad industrial y salud ocupacional.

### **2.3.3 Debilidades**

- No hay dirección estratégica clara.
- No implementar normas de calidad.
- Número de trabajadores insuficiente por temporadas.
- Falta de un plan de mercadeo y desarrollo.

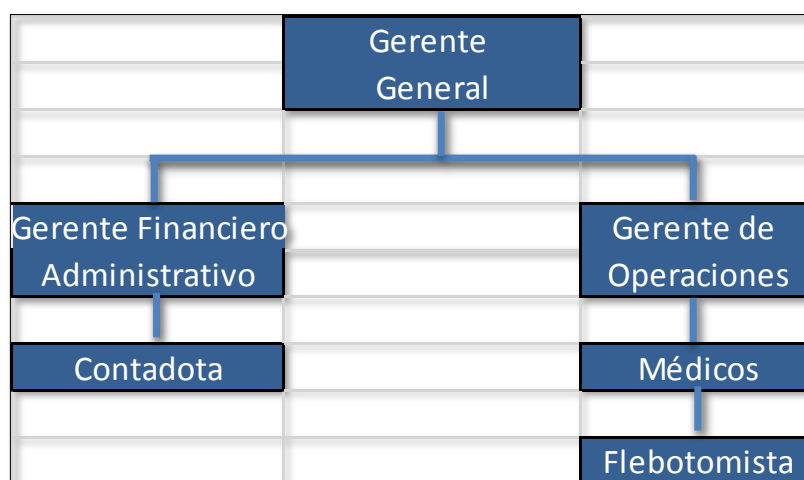
- Falta de capacitación y experiencia del personal administrativo.
- No cuenta con recursos económicos suficientes.
- Mal manejo de recursos.
- No existe un seguimiento y evaluación post venta.

#### **2.3.4 Amenazas**

- Mejoras en la infraestructura y servicios que ofrece el IESS.
- Altos costos en los equipos y suministros médicos y de laboratorio.
- Elevados costos de honorarios de médicos especialistas.
- Empresas competidoras con costes más bajos en los últimos años.
- Incremento de barreras y requisitos reglamentarios costosos.
- Implementación de leyes y reglamentos que incrementen la responsabilidad de médicos e instituciones de salud.
- Creciente poder de negociación de clientes y/o proveedores.
- Utilización de estrategias agresivas por parte de la competencia.

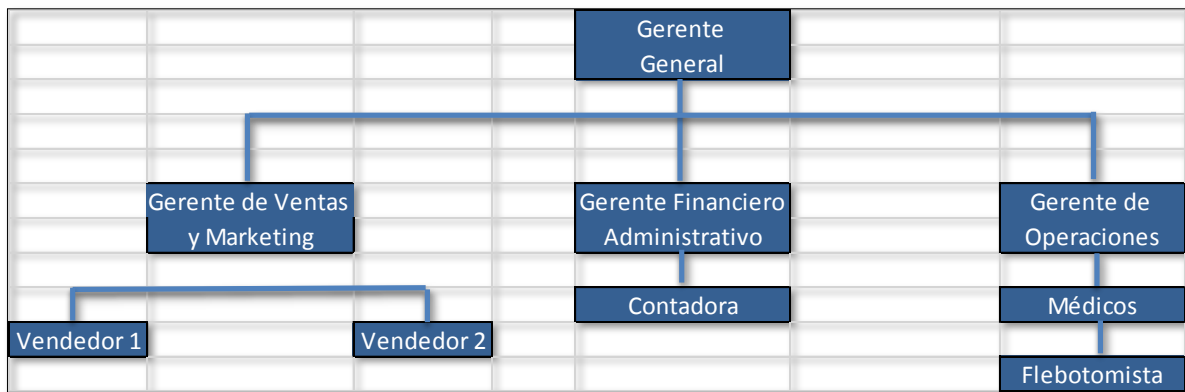
## 2.4 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Oqmed Cía. Ltda. es una empresa nueva en el mercado por lo que por el momento existe poco personal trabajando en la misma, a continuación se mostrará el organigrama actual de la empresa y el organigrama que se requiere lograr dentro de un par de años.



**GRÁFICO N. 6. Organigrama actual empresa Oqmed. Cía. Ltda.**

Fuente: Datos de la empresa Oqmed, 2014



**GRÁFICO N. 7. Organigrama propuesto empresa Oqmed Cía. Ltda.**

Fuente: Datos de la empresa Oqmed, 2014

## **CAPÍTULO III**

### **3. ANÁLISIS E INVESTIGACIÓN DE MERCADO**

#### **3.1 OBJETIVOS DE ESTUDIO DE MERCADO**

##### **3.1.1 Objetivo General**

Determinar cuál es la demanda y oferta del mercado de medicina ocupacional y seguridad industrial en la ciudad de Quito, conocer las necesidades y gustos del cliente, entre otros datos importantes, con el fin de generar estrategias y planes de acción que permitan que la empresa Oqmed Cía. Ltda. aumente sus ventas, logre mayor rentabilidad y reconocimiento a nivel nacional por su excelente calidad en el servicio.

### **3.1.2 Objetivos Específicos**

- Identificar las características del cliente y realizar un perfil del cliente
- Determinar la existencia de necesidades insatisfechas en el mercado de salud ocupacional y seguridad industrial
- Determinar la aceptación del servicio por parte de los clientes
- Conocer cuáles son las exigencias de los clientes
- Conocer la oferta y demanda actual del mercado
- Definir estrategias para llegar al mercado
- Realizar un análisis comparativo de la competencia directa
- Determinar la situación actual de la empresa.

## **3.2 FUENTES DE INFORMACIÓN**

### **3.2.1 Fuentes primarias**

Las principales fuentes de información primaria que se utilizarán en la investigación serán las encuestas dirigidas a las empresas medianas y grandes de la ciudad de Quito, para obtener información, opiniones, actitudes o sugerencias. Además se aplicarán entrevistas individuales, entrevistas a

funcionarios de alto nivel directamente relacionados a la contratación del servicio de Medicina Ocupacional y Seguridad Industrial, para conocer más a fondo los factores internos y externos que afectan el comportamiento del consumidor.

### **3.2.2 Fuentes secundarias**

Las fuentes secundarias que se utilizarán en la investigación son principalmente las enciclopedias y libros especializados en marketing, bibliografía y páginas de internet relacionadas con marketing, publicaciones de diferentes autores y algunas normas que tengan que ver con la investigación.

### 3.3 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

#### **3.3.1 Investigación Exploratoria**

##### 3.3.1.1 Entrevista a un experto

Una entrevista es una técnica de investigación, dedicada a obtener información mediante un sistema de preguntas, a través de la interrelación verbal entre dos o más personas que en este caso serán profesionales expertos en Medicina Ocupacional y Seguridad Industrial.

Las entrevistas serán dirigidas a personas que conozcan el mercado de Salud y Seguridad Ocupacional y específicamente que estén encargados de contratar y analizar empresas que brinden estos servicios.

## **Modelo de Entrevista**

Saludo

Buenos días/ tardes

### **Presentación**

Soy Estudiante de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, estoy realizando un estudio para la implementación de un plan de marketing para una empresa que brinda Medicina Ocupacional y Seguridad Industrial.

### **Objetivo**

La intención de la entrevista es conocer las necesidades, experiencias y preferencias del cliente en el mercado de Medicina Ocupacional y Seguridad Industrial.

### **Conversación/ Entrevista**

Razón social:

Número de trabajadores:

Nombre del entrevistado:

Cargo:

1. ¿Actualmente está trabajando con una empresa que le brinde servicio de Medicina Ocupacional?
2. ¿Actualmente está trabajando con una empresa que le brinde servicio de Seguridad Industrial?
3. ¿En el transcurso del próximo año tiene planificado contratar el servicio de Medicina Ocupacional y/o Seguridad Industrial?
4. ¿Conoce las normativas sobre seguridad y salud ocupacional vigentes en el país? ¿Qué opina al respecto?

5. ¿Considera que es importante contratar a una empresa prestadora del servicio de Medicina Ocupacional y/o Seguridad Industrial?  
(Si/No, Por qué?)
  
6. ¿Cuáles son los factores que considera más importantes al momento de contratar el servicio de Medicina Ocupacional y Seguridad Industrial?
  
7. ¿Qué empresas conoce usted que brindan el servicio de Medicina Ocupacional y Seguridad Industrial?

### **3.3.2 Investigación Descriptiva**

#### 3.3.2.1 Enfoque

Para lograr los objetivos de estudio, el presente proyecto se apoyará en la metodología de investigación cuantitativa y cualitativa. Cualitativa al ser una investigación que busca conocer las características, causas, y consecuencias del problema, para buscar alternativas de solución y establecer planes de acción; e investigación cuantitativa por ser un

proyecto que necesita de la recopilación de datos numéricos que describan la situación en la que se encuentra la empresa.

### 3.3.2.2 Tipo de muestreo

Para la investigación se apoyará en métodos de muestreo probabilístico, al ser una investigación en la que todos los individuos tienen la misma probabilidad de ser elegidos para formar parte de una muestra y, consecuentemente, todas las posibles muestras de tamaño "n" tienen la misma probabilidad de ser elegidas.

### 3.3.2.3 Tamaño de la muestra

La población de esta investigación estará integrada por las empresas medianas y grandes registradas en la base de datos de la Superintendencia de Compañías que se encuentran ubicadas en la ciudad de Quito. Según estos datos existen 3,876 empresas medianas y 1,445 empresas grandes, que suman un total de 5,321 empresas. (Superintendencia de Compañías y Valores, 2014)

Para determinar el tamaño de la muestra a investigar, se utilizará la fórmula para universos finitos:

$$n = \frac{Z^2 \times p \times q \times N}{(N-1)e^2 + Z^2 \times p \times q}$$

n = tamaño de la muestra = ?

N = universo = 5,321 empresas

Z = nivel de confianza = 1.96

e = error permitido = 6%

p = variabilidad positiva = 0,50

q = variabilidad negativa = 0,50

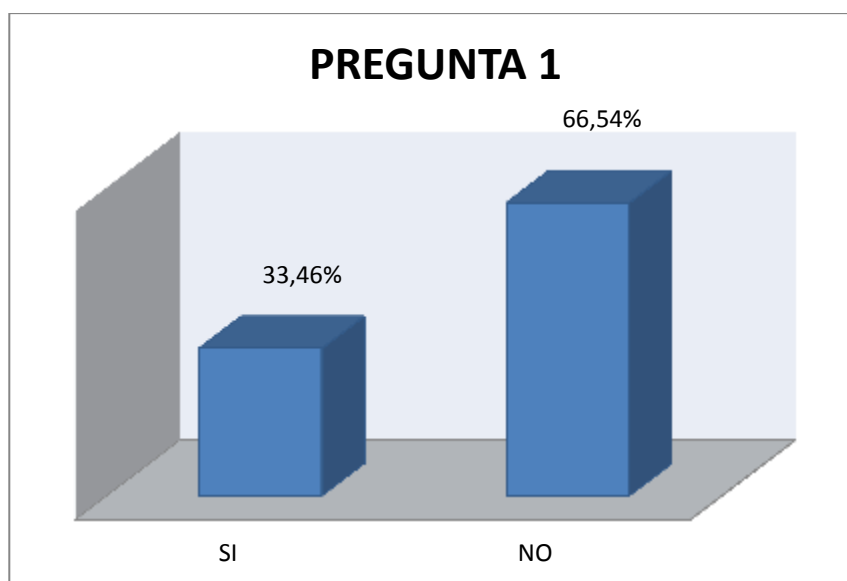
El total de empresas grandes y medianas en la ciudad de Quito es de 5,321 que representa el universo para el presente proyecto y en base a la fórmula de muestra se determina que se necesitan 254 encuestas para obtener resultados claros y reales.

### 3.4 RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS

1. ¿Actualmente está trabajando con una empresa que le brinde servicio de Medicina Ocupacional?

PREGUNTA N 1			
RESPUESTA	NUMERO DE RESPUESTAS	DE	PORCENTAJE
<b>SI</b>		85	33,46%
<b>NO</b>		169	66,54%
Total general		<b>254</b>	<b>100,00%</b>

**CUADRO N. 1. Pregunta N. 1**  
Fuente: Análisis de las encuestas



**GRÁFICO N 8. Pregunta N. 1**  
Fuente: Análisis de las encuestas

El 66.54% de las personas encuestadas respondieron que actualmente la compañía a la que pertenece no está trabajando con ninguna empresa que brinde servicios de Medicina ocupacional. Y el 33.46% de encuestados respondieron que sí están trabajando con alguna empresa que brinde este servicio.

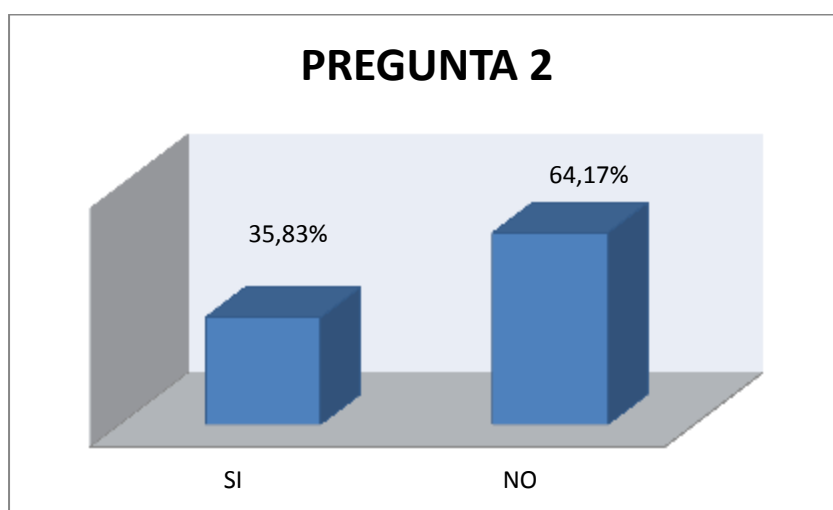
2. ¿Actualmente está trabajando con una empresa que brinde servicio de Seguridad Industrial?

PREGUNTA N2		
RESPUESTAS	NUMERO	DE PORCENTAJE

RESPUESTAS		
SI	91	35,83%
NO	163	64,17%
Total general	<b>254</b>	<b>100,00%</b>

**CUADRO N. 2. Pregunta N 2**

Fuente: Análisis de las encuestas



**GRÁFICO N 9. Pregunta N. 2**

Fuente: Análisis de las encuestas

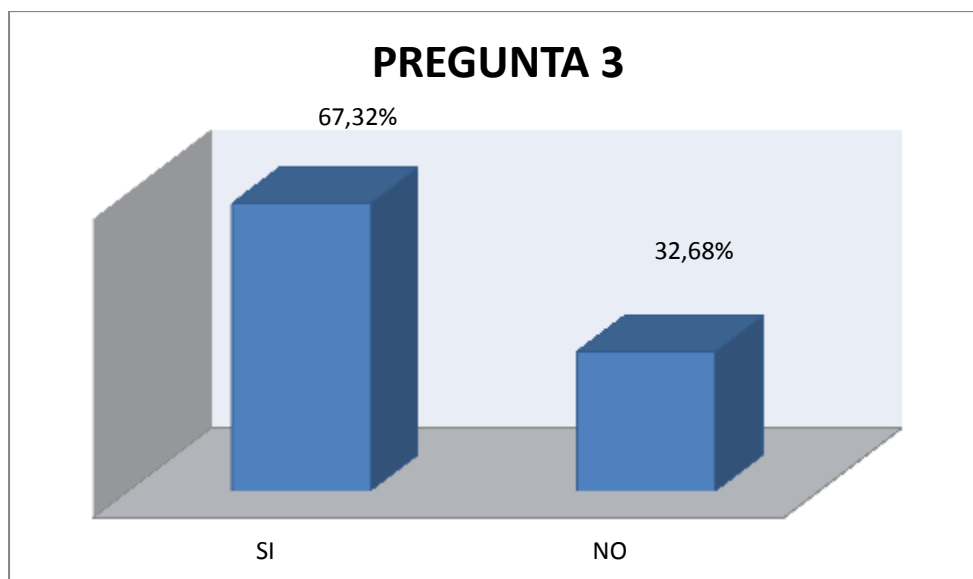
El 64.17% de las personas encuestadas respondieron que actualmente la compañía a la que pertenece no está trabajando con ninguna empresa que brinde servicios de Seguridad Industrial. Y el 35.83% de encuestados respondieron que sí están trabajando con alguna empresa que brinde este servicio.

3. ¿En el transcurso del próximo año tiene planificado contratar el servicio de Medicina Ocupacional y/o Seguridad Industrial?

PREGUNTA N 3			
RESPUESTAS	NUMERO	DE	PORCENTAJE
	RESPUESTAS		
<b>SI</b>		171	67,32%
<b>NO</b>		83	32,68%
Total general		<b>254</b>	<b>100,00%</b>

**CUADRO N. 3. Pregunta N 3**

Fuente: Análisis de las encuestas



**GRÁFICO N 10. Pregunta N. 3**

Fuente: Análisis de las encuestas

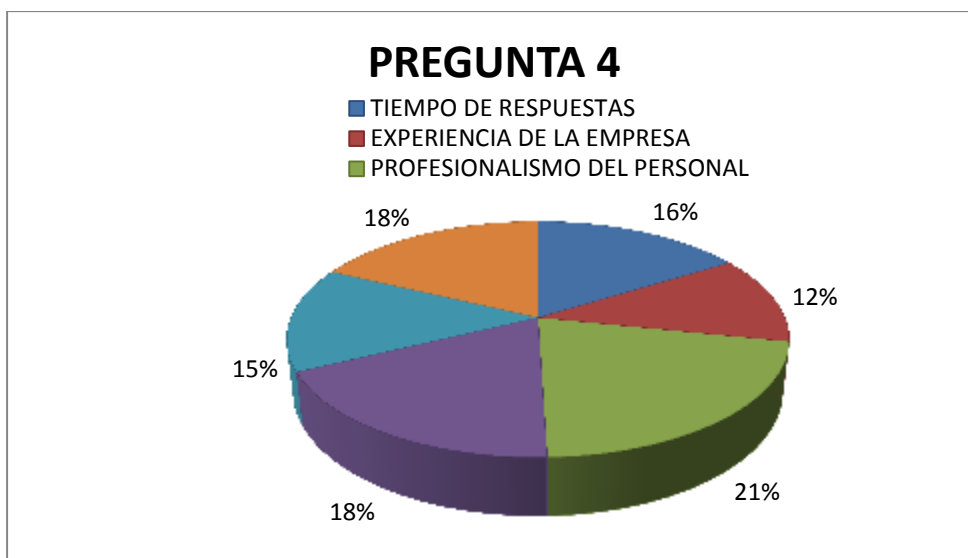
De acuerdo a las encuestas realizadas el 67.32% de empresas en la ciudad de Quito están dispuestas a contratar o cambiar de empresa en el caso de que ya trabajaran con una y tan solo el 32,68% de los encuestados respondieron que no están interesados en contratar o cambiar de proveedor que brinde este servicio.

4. Al momento de contratar un proveedor de Medicina Ocupacional y Seguridad Industrial, que aspectos consideraría más importantes. Califique en una escala del 1 al 6, (siendo el 6 el más importante y 1 el de menor importancia)

RESPUESTAS	
TIEMPO DE RESPUESTAS	862
EXPERIENCIA DE LA EMPRESA	645
PROFESIONALISMO PERSONAL	DEL 1134
PRECIOS DEL SERVICIO	973
FIABILIDAD DE LA EMPRESA	767
SERVICIO INTEGRAL	953

**CUADRO N. 4. Pregunta N 4**

Fuente: Análisis de las encuestas



**GRÁFICO N 11. Pregunta N. 4**

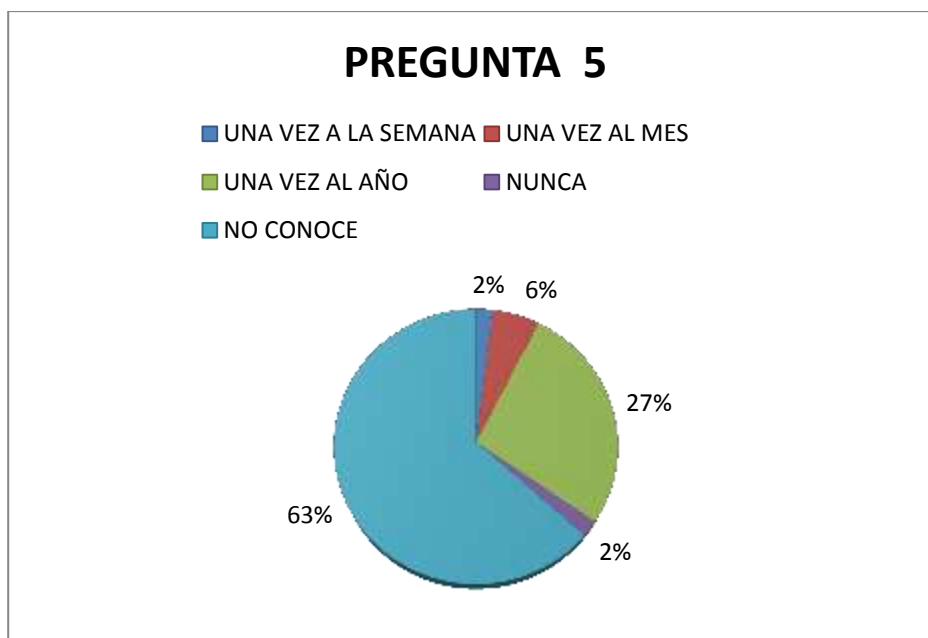
Fuente: Análisis de las encuestas

El factor más importante para los clientes al contratar una empresa que brinde servicios de Medicina Ocupacional y Seguridad Industrial es el profesionalismo del personal con el 21%, el precio del servicio le sigue con un 18% , al igual que un servicio integral; el tiempo de respuesta con un 16%, luego de la fiabilidad de la empresa con el 15%.Y por último como factor que consideran menos importante al momento de contratar a una empresa es la experiencia con un 12%.

5. ¿Con qué frecuencia los empleados se ausentan a causa de problemas de salud?

PREGUNTA N 5		
RESPUESTAS	NÚMERO DE RESPUESTAS	PORCENTAJE
UNA VEZ A LA SEMANA	5	1,97%
UNA VEZ AL MES	14	5,51%
UNA VEZ AL AÑO	69	27,17%
NUNCA	5	1,97%
NO CONOCE	161	63,39%
Total general	<b>254</b>	<b>100,00%</b>

**CUADRO N. 5. Pregunta N 5**  
Fuente: Análisis de las encuestas



**GRÁFICO N 12. Pregunta N. 5**

Fuente: Análisis de las encuestas

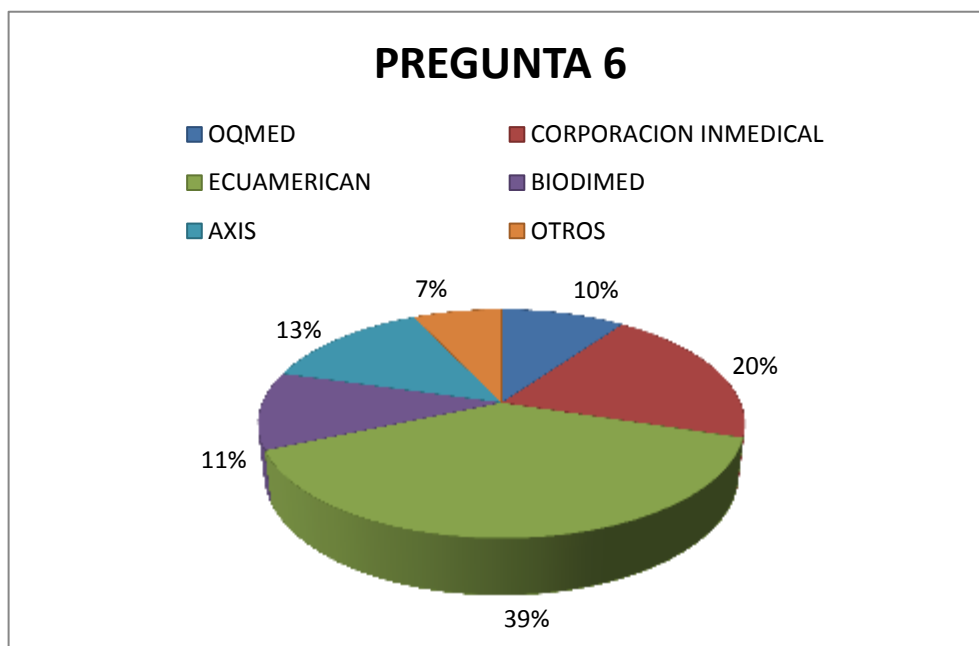
Según las encuestas, los empleados se ausentan por motivos de salud una vez a la semana con el 2%, con el 5.51% se ausentan vez al mes, los trabajadores se ausentan en el año un 27%, el 2% de los encuestados dicen que sus trabajadores nunca se ausentan y el 63% de los encuestados dicen no conocer el número de trabajadores que se ausentan razones de salud.

6. ¿Qué empresas de Medicina Ocupacional y Seguridad Industrial conoce?

<b>PREGUNTA N 6</b>			
<b>RESPUESTAS</b>	<b>NÚMERO DE RESPUESTAS</b>	<b>DE</b>	<b>PORCENTAJES</b>
<b>OQMED</b>		35	9,86%
<b>CORPORACIÓN INMEDICAL</b>		71	20,00%
<b>ECUAMERICAN</b>		137	38,59%
<b>BIODIMED</b>		39	10,99%
<b>AXIS</b>		48	13,52%
<b>OTROS</b>		25	7,04%
Total general		<b>355</b>	<b>100,00%</b>

**CUADRO N. 6. Pregunta N 6**

Fuente: Análisis de las encuestas



**GRÁFICO N 13. Pregunta N. 6**

Fuente: Análisis de las encuestas

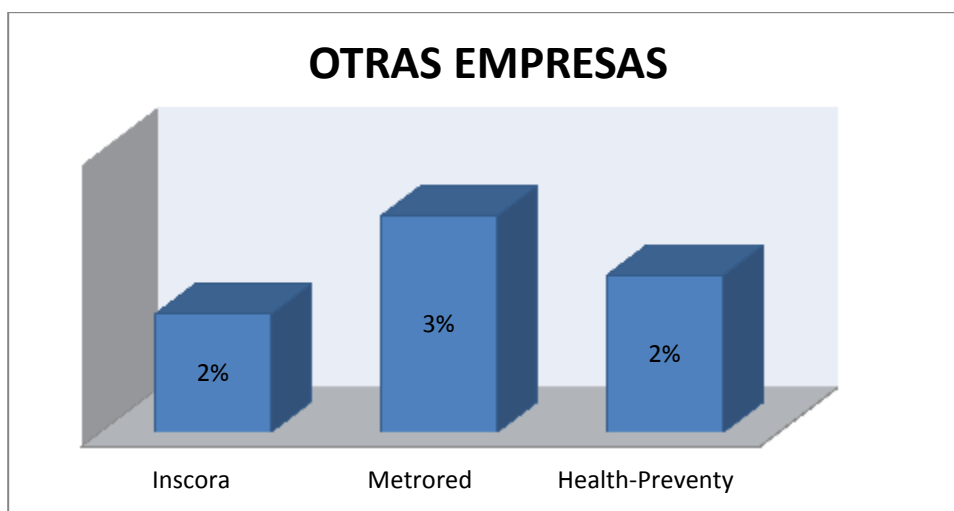
La empresa más conocida en el mercado de Medicina Ocupacional y Seguridad Industrial es Ecuamerican obteniendo el 39%. Después de una gran diferencia le sigue la empresa Corporación Inmedical con un 20%, seguido de Axis con un 13%; está también Oqmed con un 10% y por último el 7% que representa las otras empresas conocidas por los encuestados.

Las otras empresas conocidas son:

OTROS	NÚMERO DE RESPUESTAS	DE PORCENTAJES
<b>Inscora</b>	6	2%
<b>Metrored</b>	11	3%
<b>Health-Preventy</b>	8	2%
Total general	<b>25</b>	<b>7%</b>

**CUADRO N. 7. Pregunta N 6**

Fuente: Análisis de las encuestas



**GRÁFICO N 14. Pregunta N. 6**

Fuente: Análisis de las encuestas

Dentro de las empresas que también son conocidas en el mercado por los encuestados son Metrored con un 3% y HealthPreventy con un 2%, al igual que Inscora.

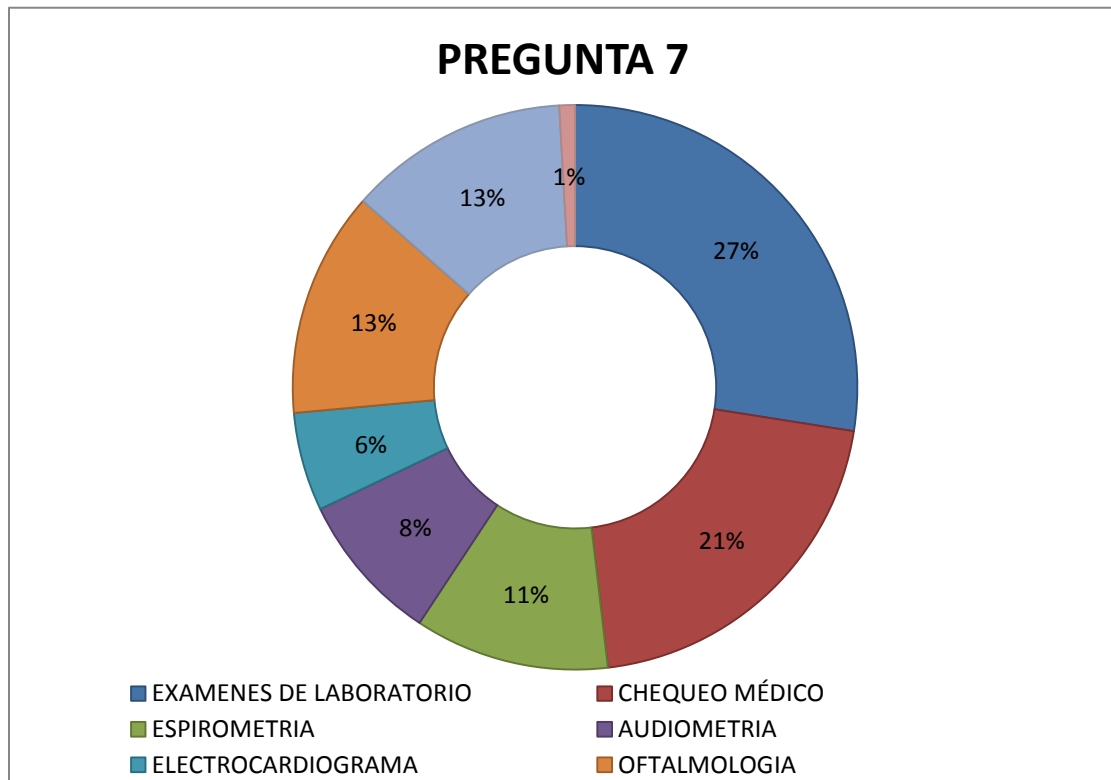
7. ¿De acuerdo a los riesgos laborales de su empresa qué exámenes médicos necesita?

<b>PREGUNTA N 7</b>		
<b>RESPUESTAS</b>	<b>NÚMERO DE RESPUESTAS</b>	<b>DE PORCENTAJE</b>
<b>EXÁMENES DE LABORATORIO</b>	185	27,49%
<b>CHEQUEO MÉDICO</b>	139	20,65%
<b>ESPIROMETRIA</b>	75	11,14%
<b>AUDIOMETRÍA</b>	58	8,62%
<b>ELECTROCARDIOGRAMA</b>	38	5,65%
<b>OFTALMOLOGÍA</b>	87	12,93%
<b>RAYOS X</b>	85	12,63%

<b>OTROS</b>	6	0,89%
<b>Total general</b>	<b>673</b>	<b>100,00%</b>

**CUADRO N. 8. Pregunta N 7**

Fuente: Análisis de las encuestas

**GRÁFICO N 15. Pregunta N. 7**

Fuente: Análisis de las encuestas

Los exámenes ocupacionales que más señalaron los encuestados son los exámenes de laboratorio y el chequeo, con el 27,49% y el 20,65% respectivamente, debido a que algunas empresas solo deben cumplir un perfil básico de exámenes ocupacionales. Por

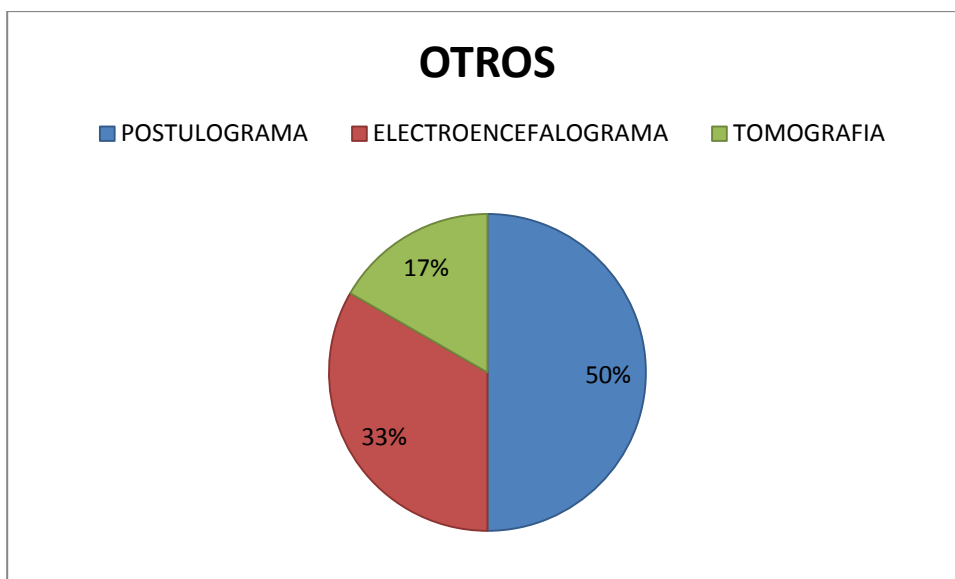
otro lado están las empresas que necesitan realizarse otros exámenes médicos y de acuerdo a esto se obtuvo lo siguiente: oftalmología obtuvo un 12,93%, rayos X 12,63%, espirometría obtuvo 11.14%, audiometría con un 8.62% y electrocardiograma con 5.65%, siendo éste el examen que menos utilizan los consumidores.

A demás tenemos más exámenes señalados como otros con un porcentaje del 0.89%.

<b>PREGUNTA 7</b>		
<b>RESPUESTAS</b>	<b>NÚMERO DE RESPUESTAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>POSTULOGRAMA</b>	3	0,45%
<b>ELECTROENCEFALOGRAMA</b>	2	0,30%
<b>TOMOGRAFIA</b>	1	0,15%
Total general	<b>6</b>	<b>0,89%</b>

**CUADRO N. 9. Pregunta N 7**

Fuente: Análisis de las encuestas



**GRÁFICO N 16. Pr egunta N. 7**

Fuente: Análisis de las encuestas

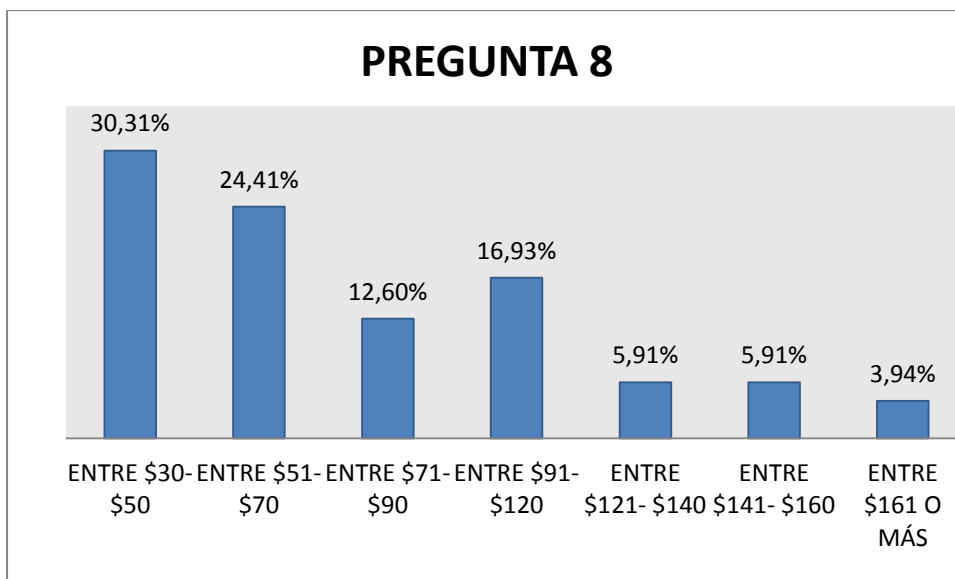
8. ¿Cuál es el valor de la inversión que estaría dispuesto a pagar por los servicios seleccionados en la pregunta 7, por empleado al año?

PREGUNTA N 8			
RESPUESTAS	NÚMERO DE RESPUESTAS	DE	PORCENTAJE
ENTRE \$30-\$50	77		30,31%
ENTRE \$51-\$70	62		24,41%
ENTRE \$71-\$90	32		12,60%

<b>ENTRE \$91-\$120</b>	43	16,93%
<b>ENTRE \$121- \$140</b>	15	5,91%
<b>ENTRE \$141- \$160</b>	15	5,91%
<b>ENTRE \$161 O MÁS</b>	10	3,94%
<b>Total general</b>	<b>254</b>	<b>100,00%</b>

**CUADRO N. 10. Pregunta N 8**

Fuente: Análisis de las encuestas

**GRÁFICO N 17. Pregunta N. 8**

Fuente: Análisis de las encuestas

Con respecto a la pregunta 7 el mayor porcentaje de encuestados (30.31%) están dispuestos a pagar entre 30 y 50. Un 24.41% están dispuestos a pagar entre 51 y 70 dólares. Un 12,60% paga entre 71 y 90 dólares. Un 16,93% pagarían entre 91 y 120 dólares, entre 121 y 140 dólares eligen un 5,91% al igual que 141 y 160 dólares y un 3.94% está dispuesto a pagar de 161 o más de dólares por los exámenes ocupacionales elegidos en la pregunta anterior.

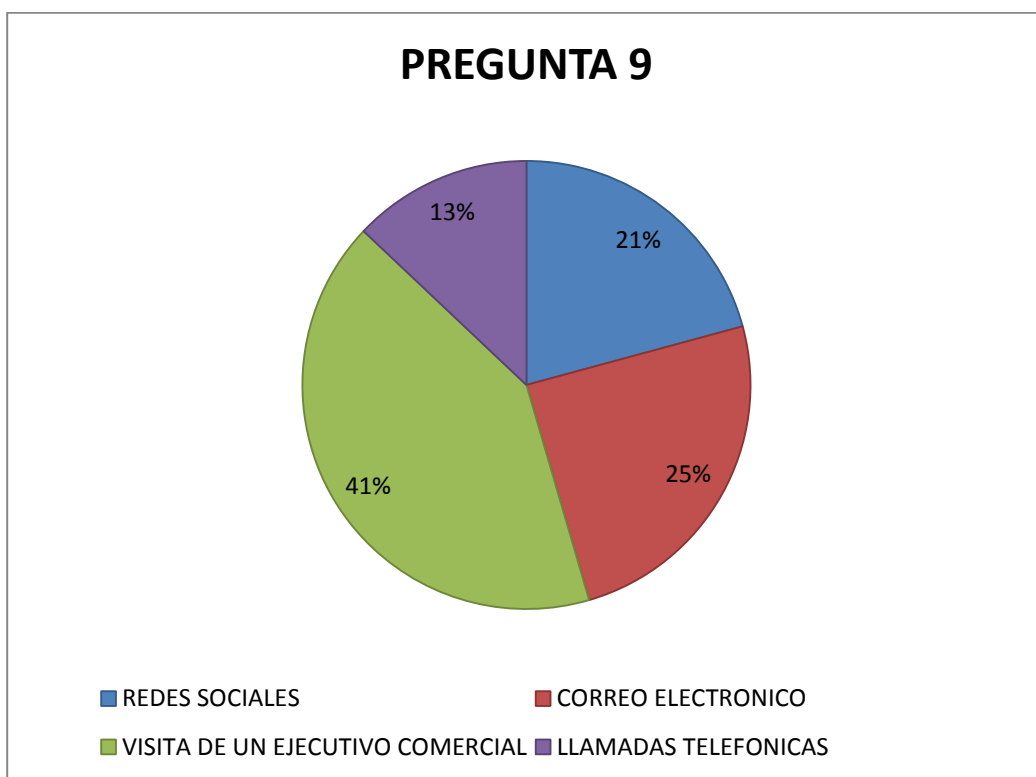
9. ¿A través de qué medios le gustaría recibir información sobre el servicio de Medicina Ocupacional y Seguridad Industrial?

<b>PREGUNTA N 9</b>			
<b>RESPUESTAS</b>	<b>NÚMERO</b>	<b>DE</b>	<b>PORCENTAJE</b>
	<b>RESPUESTAS</b>		
<b>REDES SOCIALES</b>		69	20,78%
<b>CORREO ELECTRÓNICO</b>		82	24,70%
<b>VISITA DE UN EJECUTIVO COMERCIAL</b>		138	41,57%
<b>LLAMADAS TELEFÓNICAS</b>		43	12,95%

Total general	332	100,00%
---------------	-----	---------

**CUADRO N. 11. Pregunta N 9**

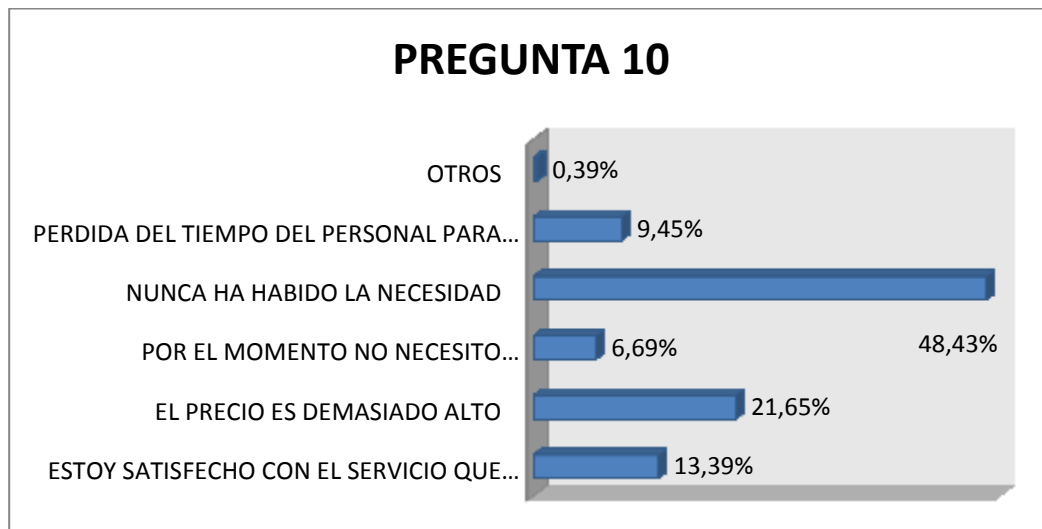
Fuente: Análisis de las encuestas

**GRÁFICO N 18. Pregunta N. 9**

Fuente: Análisis de las encuestas

La preferencia de los encuestados para recibir información es a través de visitas de un ejecutivo comercial con un 41%, el correo electrónico con el 25%, redes sociales con un 21% y por último se encuentran las llamadas telefónicas con un 13%.

10. ¿Cuál sería el motivo por el que su empresa no requiera el servicio de Medicina Ocupacional y Seguridad Industrial?



**GRÁFICO N 19. Pregunta N. 10**

Fuente: Análisis de las encuestas

El 48.43% de los encuestados respondieron que la razón por la que no contratarían a una empresa de Medicina Ocupacional y Seguridad Industrial es porque nunca han tenido la necesidad de adquirir el servicio, el segundo factor por el que no adquirirían el servicio es el precio que deben pagar por el mismo con un 21,65%. El 13,39% está satisfecho con el servicio que brinda el IESS, el 9.45% no contrata el servicio por la pérdida de tiempo de los trabajadores al realizarse los exámenes, un 6.69%

respondieron que por el momento no necesitan adquirir este servicio y como otros con un porcentaje de 0.39 dicen que sus trabajadores se realizan estos servicios de forma particular.

### **3.4.1 Análisis de resultados de las encuestas**

- De la muestra tomada de las empresas medianas y grandes se obtiene un promedio de 73 empleados por empresa.
- La mayoría de empresas encuestadas no contratan actualmente ningún servicio de medicina ocupacional ni seguridad industrial, sin embargo en su programación para el siguiente año los porcentajes se revierten, es decir la mayoría de empresas tienen planificado contratar este servicio.
- La preferencia para elegir a qué empresa contratar está definida por el profesionalismo del personal de salud que brinda el servicio, seguido por los costos y fiabilidad de los resultados.
- La mayoría de empresas no lleva estadísticas del ausentismo por razones médicas, por tanto no evalúan las pérdidas causadas por este motivo.

- Las empresas más conocidas que brindan el servicio de medicina ocupacional son Ecuamerican con un 38.59%, seguida por Corporación Inmedical con un 20%, lo cual es un reflejo del tiempo que están en el mercado.
- La mayoría de empresas encuestadas pretenden únicamente cumplir con los requerimientos exigidos en el reglamento de trabajo, por lo que realizarían los exámenes de laboratorio básicos y algunos chequeos médicos. En cambio empresas internacionales están dispuestos a realizar todos los exámenes necesarios para asegurar el cumplimiento del reglamento y mantener un alto nivel de salud de sus empleados.
- La mayoría de empresas prefieren recibir la información sobre los servicios a través de un ejecutivo de ventas pues se visualiza un desconocimiento de la forma como puede darse el servicio para evitar pérdidas de tiempo en horas/trabajador y también se aprovecha para una negociación de precios y exámenes requeridos.
- Las otras formas de llegar con la información al cliente tienen menor porcentaje de aceptación pero nos permitirían acercarnos al cliente para una posterior visita, con el objetivo de cerrar la negociación.

- Un alto porcentaje de empresas (48.43%) dice no necesitar el servicio de medicina ocupacional y seguridad industrial, dentro de este grupo se encuentran la mayoría de empresas medianas con un número de trabajadores cercano a 50.
- Es importante también considerar el 9.45% de los encuestados que no realizan los exámenes por el tiempo que pierde el personal en realizarse cada examen, los cuales desconocen que Oqmed puede brindarles el servicio a domicilio.

### 3.5 RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS

Las entrevistas fueron realizadas con la finalidad de conocer las necesidades, gustos y preferencias de nuestro mercado objetivo, que son las empresas medianas y grandes en la ciudad de Quito, así mismo para conocer de manera general los factores y características importantes por los cuales se deciden a contratar el servicio de Medicina ocupacional y Seguridad Industrial.

Por esta razón se realizaron cinco entrevistas, las cuales fueron dirigidas a Jefes de Seguridad Industrial o Gerentes de Recursos Humanos que son las personas que generalmente toman las decisiones al momento de contratar el servicio.

La entrevista se realizó a las siguientes personas:

**TABLA N. 1. Personas entrevistadas**

<b>RAZÓN SOCIAL</b>	<b>NÚMERO DE TRABAJADORES</b>	<b>NOMBRE DEL ENTREVISTADO</b>	<b>CARGO EN LA EMPRESA</b>
<b>Merck</b>	172	Julio Andrés Bastidas	Gerente de Recursos Humanos
<b>Petrobell</b>	80	José Paez	Jefe de Seguridad Industrial y Salud Ocupacional
<b>Emdiquin</b>	80	Doris Reyes	Jefe de Recursos Humanos
<b>Noroccidental</b>	550	Alfredo Rojas	Gerente de HSE
<b>Octopaint</b>	60	Daniel Vega	Gerente de Recursos Humanos

Fuente: Análisis de las encuestas

### 3.5.1 Análisis de resultados de las Entrevistas

- De acuerdo a las cinco entrevistas realizadas es notable ver que en la actualidad la mayoría de empresas medianas y grandes en la ciudad de Quito poseen ya

desde hace algunos años una empresa prestadora de Servicios de Medicina Ocupacional y Seguridad Industrial, debido a las exigencias impuestas por el nuevo Gobierno.

- Las empresas cierran las negociaciones con un contrato firmado a un tiempo máximo dos años, por lo que los entrevistados mostraron factibilidad en cambiar de empresa prestadora de este servicio a la finalización del contrato.
- Las empresas medianas y grandes conocen sobre la normativa vigente de Seguridad y Salud Ocupacional; esta es la primera razón por la cual las organizaciones buscan empresas privadas que brinden servicios de Medicina Ocupacional y Seguridad industrial.
- Los entrevistados están de acuerdo con las normas de Seguridad y Salud Ocupacional actuales, afirman que es necesario implementar una normativa que regule las operaciones y las actividades como tal, además es importante que el bienestar de los trabajadores sea velado y amparado por un reglamento legal.
- Para todas las empresas es importante tener el servicio de Medicina Ocupacional y Seguridad industrial, ya que a más de cumplir con las normas se mejora la relación interpersonal entre trabajadores y la empresa, creando un mejor ambiente de trabajo y una mayor productividad.

- Los factores más importantes según las entrevistas para decidir el proveedor del servicio son: el profesionalismo y experiencia tanto de la empresa, como del personal que trabaja en la misma, el tiempo de respuesta, tener un servicio personalizado, es decir asesoría y ayuda continua, el costo también es un factor importante ya que todas las empresas manejan un presupuesto al que se deben regir y por último la fiabilidad de la empresa, es decir la veracidad de los resultados, tecnología de los equipos y conocimiento de los profesionales de la salud.
  
- Las empresas que brindan este servicio más conocidas por los entrevistados son: Ecuamerican, Biodilab, Inmedical, San Francisco, el Hospital de Valles, Metrored, Axis, Oqmed, Conclina e Inscora.
  
- A pesar de que el mercado de Medicina Ocupacional y Seguridad Industrial es relativamente nuevo, existen ya varias empresas en la ciudad de Quito que han crecido rápidamente, una de ellas es Ecuamerican que fue nombrada por todos los entrevistados.

## CAPÍTULO IV

### 4. PLAN DE MARKETING

#### 4.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Aumentar las ventas progresivamente desde el año 2015 en adelante.
- Lograr una participación del mercado, de modo tal que la empresa pueda liderar el mercado.
- Se espera cumplir con un crecimiento en ventas proyectadas en los estados financieros.
- Proponer estrategias que permitan el continuo crecimiento de la empresa, innovación del servicio e investigación continua del mercado para lograr la satisfacción plena del cliente.
- Maximizar las fortalezas de la empresa y eliminar debilidades, para construir una empresa sólida y competitiva en el mercado.
- Posicionar a la empresa Oqmed como una empresa que brinda servicios de calidad a precios competitivo
- Captar nuevos clientes.

- Lograr que las actividades de promoción cumplan con el objetivo de informar, persuadir y/o recordar
- Lograr un alto grado de fidelidad por parte de los consumidores, a través, de monitoreo y seguimiento, por medio de visita periódicas, evaluaciones del servicio dado, para conocer sus requerimientos, sugerencias u observaciones.
- Captar un mayor segmento de mercado promoviendo un servicio innovador y de excelente calidad en el sector de la seguridad y salud ocupacional
- Obtener rentabilidad, que permita el desarrollo, crecimiento y sostenibilidad de la empresa.

#### 4.2 SEGMENTACIÓN

Al ser Oqmed una empresa del tipo B2B, la variable que utilizamos para la segmentación es: “El giro de Negocio”, es decir según el sector al que pertenece y la actividad que realice.

A continuación se muestra un cuadro clasificado por sectores en la cual especifica número de casos, porcentaje y acumulación de porcentaje en la ciudad de Quito, en la cual podemos ver que el sector más explotado es el comercial con el 49.31%. (Censo Nacional Económico 2010, 2014)

SECTORES	Casos	%	Acumulado %
<b>Manufactura</b>	10,450	10.45	10.46
<b>Comercio</b>	49,291	49.31	59.77
<b>Servicios</b>	40,039	40.06	99.83
<b>Otros (Agricultura, Minas, Organizaciones y Órganos extraterritoriales)</b>	172	0.17	100.00
<b>Total</b>	<b>99,952</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>

**CUADRO N. 12. Clasificación por sectores**

Fuente: Censo Nacional Económico 2010

En el siguiente cuadro se detalla el tipo de actividad de las empresas en la ciudad de Quito, el número de empresas por actividad, porcentajes y el acumulado en porcentaje. (Censo Nacional Económico 2010, 2014)

DESCRIPCIÓN CIU PRINCIPAL A DOS DÍGITOS	Casos	%	Acumulado %
<b>Agricultura, ganadería, caza y</b>	93	0.09	0.09

<b>actividades de servicios conexas.</b>			
<b>Silvicultura y extracción de madera.</b>	1	0.00	0.09
<b>Pesca y acuicultura.</b>	3	0.00	0.10
<b>Extracción de carbón de piedra y lignito.</b>	1	0.00	0.10
<b>Extracción de petróleo crudo y gas natural.</b>	21	0.02	0.12
<b>Extracción de minerales metalíferos.</b>	2	0.00	0.12
<b>Explotación de otras minas y canteras.</b>	3	0.00	0.12
<b>Actividades de servicios de apoyo para la explotación de minas y canteras.</b>	34	0.03	0.16
<b>Elaboración de productos alimenticios.</b>	1,922	1.92	2.08
<b>Elaboración de bebidas.</b>	31	0.03	2.11
<b>Elaboración de productos de tabaco.</b>	1	0.00	2.11
<b>Fabricación de productos textiles.</b>	486	0.49	2.60
<b>Fabricación de prendas de vestir.</b>	1,665	1.67	4.27
<b>Fabricación de cueros y productos conexos.</b>	190	0.19	4.46

<b>Producción de madera y fabricación de productos de madera y corcho, excepto muebles; fabricación de artículos de paja y de materiales trenzables.</b>	624	0.62	5.08
<b>Fabricación de papel y de productos de papel.</b>	141	0.14	5.22
<b>Impresión y reproducción de grabaciones.</b>	775	0.78	6.00
<b>Fabricación de coque y de productos de la refinación del petróleo.</b>	2	0.00	6.00
<b>Fabricación de sustancias y productos químicos.</b>	125	0.13	6.12
<b>Fabricación de productos farmacéuticos, sustancias químicas medicinales y productos botánicos de uso farmacéutico.</b>	30	0.03	6.15
<b>Fabricación de productos de caucho y plástico.</b>	136	0.14	6.29
<b>Fabricación de otros productos minerales no metálicos.</b>	438	0.44	6.73

<b>Fabricación de metales comunes.</b>	74	0.07	6.80
<b>Fabricación de productos elaborados de metal, excepto maquinaria y equipo.</b>	1,718	1.72	8.52
<b>Fabricación de productos de informática, electrónica y óptica.</b>	18	0.02	8.54
<b>Fabricación de equipo eléctrico.</b>	51	0.05	8.59
<b>Fabricación de maquinaria y equipo n.c.p.</b>	102	0.10	8.69
<b>Fabricación de vehículos automotores, remolques y semirremolques.</b>	77	0.08	8.77
<b>Fabricación de otros tipos de equipos de transporte.</b>	7	0.01	8.78
<b>Fabricación de muebles.</b>	1,206	1.21	9.98
<b>Otras industrias manufactureras.</b>	320	0.32	10.30
<b>Reparación e instalación de maquinaria y equipo.</b>	311	0.31	10.61
<b>Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado.</b>	30	0.03	10.64

<b>Captación, tratamiento y distribución de agua.</b>	19	0.02	10.66
<b>Evacuación de aguas residuales.</b>	5	0.01	10.67
<b>Recolección, tratamiento y eliminación de desechos, recuperación de materiales.</b>	56	0.06	10.72
<b>Actividades de descontaminación y otros servicios de gestión de desechos.</b>	2	0.00	10.73
<b>Construcción de edificios.</b>	170	0.17	10.90
<b>Obras de ingeniería civil.</b>	79	0.08	10.97
<b>Actividades especializadas de la construcción.</b>	319	0.32	11.29
<b>Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas.</b>	5,423	5.43	16.72
<b>Comercio al por mayor, excepto el de vehículos automotores y motocicletas.</b>	1,772	1.77	18.49
<b>Comercio al por menor, excepto el de vehículos automotores y motocicletas.</b>	42,096	42.12	60.61
<b>Transporte por vía terrestre y por</b>	487	0.49	61.10

<b>tuberías.</b>			
<b>Transporte por vía acuática.</b>	12	0.01	61.11
<b>Transporte por vía aérea.</b>	61	0.06	61.17
<b>Almacenamiento y actividades de apoyo al transporte.</b>	298	0.30	61.47
<b>Actividades postales y de mensajería.</b>	157	0.16	61.62
<b>Actividades de alojamiento.</b>	500	0.50	62.12
<b>Servicio de alimento y bebida.</b>	10,236	10.24	72.36
<b>Actividades de publicación.</b>	211	0.21	72.58
<b>Actividades de producción de películas cinematográficas, vídeos y programas de televisión, grabación de sonido y edición de música.</b>	56	0.06	72.63
<b>Actividades de programación y transmisión.</b>	80	0.08	72.71
<b>Telecomunicaciones.</b>	4,084	4.09	76.80
<b>Programación informática, consultoría de informática y actividades conexas.</b>	121	0.12	76.92

<b>Actividades de servicios de información.</b>	18	0.02	76.94
<b>Actividades de servicios financieros, excepto las de seguros y fondos de pensiones.</b>	513	0.51	77.45
<b>Seguros, reaseguros y fondos de pensiones, excepto los planes de seguridad social de afiliación obligatoria.</b>	186	0.19	77.64
<b>Actividades auxiliares de las actividades de servicios financieros.</b>	119	0.12	77.76
<b>Actividades inmobiliarias.</b>	505	0.51	78.26
<b>Actividades jurídicas y de contabilidad.</b>	1,925	1.93	80.19
<b>Actividades de oficinas principales; actividades de consultoría de gestión.</b>	188	0.19	80.37
<b>Actividades de arquitectura e ingeniería; ensayos y análisis técnicos.</b>	412	0.41	80.79
<b>Investigación científica y desarrollo.</b>	59	0.06	80.85
<b>Publicidad y estudios de mercado.</b>	283	0.28	81.13
<b>Otras actividades profesionales,</b>	484	0.48	81.61

<b>científicas y técnicas.</b>			
<b>Actividades veterinarias.</b>	153	0.15	81.77
<b>Actividades de alquiler y arrendamiento.</b>	362	0.36	82.13
<b>Actividades de empleo.</b>	45	0.05	82.17
<b>Actividades de agencias de viajes, operadores turísticos, servicios de reservas y actividades conexas.</b>	340	0.34	82.51
<b>Actividades de seguridad e investigación.</b>	190	0.19	82.70
<b>Actividades de servicios a edificios y paisajismo.</b>	67	0.07	82.77
<b>Actividades administrativas y de apoyo de oficina y otras actividades de apoyo a las empresas.</b>	633	0.63	83.40
<b>Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria.</b>	482	0.48	83.89
<b>Enseñanza.</b>	2,624	2.63	86.51

<b>Actividades de atención de la salud humana.</b>	3,158	3.16	89.67
<b>Actividades de atención en instituciones.</b>	106	0.11	89.78
<b>Actividades de asistencia social sin alojamiento.</b>	262	0.26	90.04
<b>Actividades creativas, artísticas y de entretenimiento.</b>	66	0.07	90.11
<b>Actividades de bibliotecas, archivos, museos y otras actividades culturales.</b>	52	0.05	90.16
<b>Actividades de juegos de azar y apuestas.</b>	290	0.29	90.45
<b>Actividades deportivas, de esparcimiento y recreativas.</b>	475	0.48	90.92
<b>Actividades de asociaciones.</b>	747	0.75	91.67
<b>Reparación de computadores y de efectos personales y enseres domésticos.</b>	4,027	4.03	95.70
<b>Otras actividades de servicios personales.</b>	4,285	4.29	99.99
	<b>3473</b>	14	0.01
			100.00

Total	99,952	100.00	100.00
-------	--------	--------	--------

**CUADRO N. 13. Tipo de actividad de la empresa**

Fuente: Censo Nacional Económico 2010

**4.2.1 Selección del mercado meta**

El mercado meta seleccionado lo constituye la ciudad de Quito y dentro de ella las 3,876 empresas medias y 1,445 empresas grandes, de todo tipo de sector y giro de negocio.

En Ecuador, de acuerdo a su tamaño, las empresas tienen las categorías siguientes:

**TABLA N. 2. Clasificación por tamaño de empresa**

No de Trabajadores	Clasificación	Descripción
<b>1 a 9</b>	Microempresas	El capital fijo (descontado edificios y terrenos) puede ir hasta 20 mil dólares.
<b>10 a 49</b>	Pequeñas empresas	El capital fijo (descontado edificios y terrenos) puede ir desde 20 mil dólares
<b>50 a 99</b>	Mediana empresa	El capital fijo no debe sobrepasar de 120 mil dólares
<b>100 o mas</b>	Gran empresa	El capital fijo sobre 120 mil dólares en activos fijos

Fuente: Dirección General de Riesgos del Trabajo y Dirección de Desarrollo Institucional del IESS.

#### 4.2.2 Análisis de la demanda

El IESS tiene como objetivo proteger al afiliado y al empleador de los riesgos derivados del trabajo, por lo tanto, todo empleador tiene la obligación de velar por la seguridad y salud de cada trabajador y el empleado está en la obligación de cumplir con las prevenciones y deberes que como trabajador posee.

Tasa de Incidencia de Accidentes del Trabajo en la Población Afiliada al IESS por Rango de Edad. (Tasa por cien mil habitantes) - Ecuador 2008. (Jiménez, 2011)

GRUPOS DE EDAD (años)	POBLACION AFILIADA	ACCIDENTES	TASA DE INCIDENCIA
Menos de 26	307.160	2.536	825,00
26 a 35	533.348	2.320	434,00
36 a 45	396.117	1.733	437,00
46 a 55	291.834	1.031	353,00
56 a 65	141.357	347	245,00
66 y más	29.486	61	206,00
TOTAL	1.699.302	8.028	472,00

**GRÁFICO N. 20. Tasa de Incidencia de Accidentes del Trabajo**  
Fuente: Diagnostico Situacional en Seguridad y Salud en el Trabajo

A continuación se categorizará el riesgo por sectores y por actividades productivas

<b>CODIGO</b>	<b>SECTOR</b>	<b>ACTIVIDAD</b>	<b>PUNTUACION</b>	<b>RIESGO</b>
<b>B</b>	<b>PESCA</b>	Pesca de altura Actividades de servicios relacionados con la pesca	9	ALTO
<b>C</b>	<b>EXPLORACION DE MINAS Y CANTERAS</b>	Extracción de carbón, lignito, turba Minerales de uranio y torio Minerales metalíferos Explotación de minas y canteras	9	ALTO
<b>F</b>	<b>CONSTRUCCION</b>	Movimiento de tierras, excavación, cimentación, estructuras, instalaciones eléctricas, sanitarias e hidráulicas, mampostería, revestimiento y enlucidos, empotramiento de mobiliario, pintura y acabados.	9	ALTO
<b>O</b>	<b>SERVICIOS COMUNITARIOS SOCIALES Y PERSONALES</b>	Eliminación de desperdicios y aguas residuales, saneamiento, recolección de basura y actividades similares.	9	ALTO
<b>A</b>	<b>AGRICULTURA, GANADERIA, CAZA Y SILVICULTURA</b>	Cultivos agrícolas Cría de animales, combinación de los dos, servicios agrícolas y pecuarios, excepto veterinarios. Caza y captura de animales vivos, repoblación de animales de caza y servicios conexos. Silvicultura, extracción de madera y servicios conexos.	8	ALTO
<b>C</b>	<b>EXTRACCIÓN DE PETRÓLEO, CRUDO Y GAS NATURAL</b>	Extracción de petróleo crudo y gas natural, actividades y servicios relacionados con la extracción de petróleo y gas, excepto prospección.	8	ALTO
<b>D</b>	<b>INDUSTRIAS MANUFACTURERAS</b>	Curtido y adobo de cueros Fabricación de sustancias y productos químicos Fabricación de productos de caucho y plástico Fundición de metales comunes Fabricación de productos de metal, excepto maquinaria y equipo Fabricación de muebles;	8	ALTO

		Reciclamiento		
<b>G</b>	<b>REPARACION DE VEHICULOS, AUTOMOTORES, MOTOCICLETAS, EFECTOS PERSONALES Y ENSERES DOMÉSTICOS</b>	Mantenimiento y reparación de vehículos, automotores, motocicletas, Venta al por menor de combustible para automotores.	8	ALTO
<b>L</b>	<b>ADMINISTRACION PÚBLICA, DEFENSA, SEGURIDAD SOCIAL</b>	Vigilancia privada Guardianía	8	ALTO
<b>N</b>	<b>SERVICIOS SOCIALES Y DE SALUD</b>	Servicios de salud, <u>intra y extrahospitalario</u> Laboratorio clínico, gabinete, rayos x Y uso de radiaciones ionizantes.	8	ALTO
<b>B</b>	<b>PESCA</b>	Explotación de criaderos de peces y granjas piscícolas	7	ALTO
<b>D</b>	<b>INDUSTRIAS MANUFACTURERAS</b>	Fabricación de productos textiles Fabricación de productos de tagua Fabricación de papel y productos de papel Fabricación de coque, productos de refinación del petróleo y combustible Fabricación de productos minerales no metálicos Fabricación de vehículos automotores, remolques y <u>semiremolques</u> y otros tipos de equipo de transporte Actividades de edición e impresión y reproducción de grabaciones. Fabricación de maquinaria y equipo Fabricación de aparatos eléctricos Fabricación de maquinaria de oficina, contabilidad e informática Fabricación de equipos y aparatos de radio, televisión y comunicaciones Fabricación de instrumentos médicos, ópticos y de precisión, relojes.	7	ALTO
<b>I</b>	<b>TRANSPORTE, ALMACENAMIENTO Y COMUNICACIONES</b>	Transporte <u>via</u> terrestre Transporte acuático Correos y telecomunicaciones	7	ALTO
<b>E</b>	<b>SUMINISTRO DE ELECTRICIDAD, GAS, VAPOR Y AGUA</b>	Instalación eléctrica de alta tensión Instalación eléctrica de baja tensión, suministro de gas, vapor y agua caliente. Captación, depuración y distribución de agua	7	ALTO

O	SERVICIOS COMUNITARIOS, SOCIALES Y PERSONALES	Limpieza en seco	7	ALTO
M	ENSEÑANZA	Enseñanza que requiera de desplazamiento diario	7	ALTO
D	INDUSTRIAS MANUFACTURERAS	Elaboración de productos alimenticios y bebidas Fabricación de prendas de cuero, maletas, bolsos de mano, artículos de talabartería y calzado. Fabricación manual de productos de madera y corcho excepto muebles Fabricación de artículos de paja y materiales trenzables.	6	MEDIO
G	COMERCIO AL POR MAYOR Y MENOR	Venta y comisión de vehículos, automotores y motocicletas, enseres domésticos, Reparación de efectos personales y enseres domésticos.	6	MEDIO
H	HOTELES Y RESTAURANTES	Actividades de prestación del servicio en hoteles y restaurantes. Servicios de dietética	6	MEDIO
M	ENSEÑANZA	Enseñanza que no requiera de desplazamiento diario	6	MEDIO
O	SERVICIOS COMUNITARIOS, SOCIALES Y PERSONALES	Servicios de peluquería y tratamiento de belleza	6	MEDIO
P	SERVICIO DOMÉSTICO	Servicios doméstico	6	MEDIO
I	TRANSPORTE, ALMACENAMIENTO Y COMUNICACIONES	Transporte por vía aérea Actividades de transporte complementarias y auxiliares Agencias de viaje	5	MEDIO
J	INTERMEDIACION FINANCIERA	Financiación de planes de seguros y pensiones excepto seguridad social y afiliación obligatoria	5	MEDIO
K	ACTIVIDADES INMOBILIARIAS, EMPRESARIALES Y DE ALQUILER	Informática y actividades conexas	5	MEDIO
O	SERVICIOS COMUNITARIOS, SOCIALES Y PERSONALES	Lavado y limpieza de artículos de tela, cuero y/o piel excepto limpieza en seco	5	MEDIO

<b>J</b>	<b>INTERMEDIACION FINANCIERA</b>	Actividad bancaria	4	LEVE
<b>K</b>	<b>ACTIVIDADES INMOBILIARIAS, EMPRESARIALES Y DE ALQUILER</b>	Investigación y desarrollo Actividades inmobiliarias Alquiler de maquinaria y efectos personales y enseres domésticos	4	LEVE
<b>O</b>	<b>SERVICIOS COMUNITARIOS, SOCIALES Y PERS.</b>	Esparcimiento y actividades culturales	3	LEVE

**GRÁFICO N. 21. Categorización de riesgo por sector**

Fuente: Dirección General de Riesgos del Trabajo y Dirección de Desarrollo Institucional del IESS.

### 4.3 POSICIONAMIENTO

Oqmed es una empresa que quiere hacerse conocer como una empresa única, que brinda servicios personalizados, profesionales y de calidad, por lo que se enfocara el posicionamiento por diferenciación.

De acuerdo a los resultados de las encuestas realizadas para las empresas, los aspectos más importantes al momento de contratar una empresa son el profesionalismo del personal, que conlleva a la calidad del servicio prestado y el segundo factor más importante es el precio, por lo que el posicionamiento de la empresa Oqmed se enfoca en optimizar estos factores para llegar a la mente del consumidor como tal.



**GRÁFICO N. 22. Posicionamiento**

Fuente: Análisis de posicionamiento de la empresa, 2014

#### 4.4 DIFERENCIACIÓN

Oqmed será una empresa que se diferenciara por el profesionalismo del personal que conforma la empresa, tanto empleados al brindar un servicio personalizado, atento y de calidad como los doctores que trabajan por cuidar la salud de cada paciente. A demás el enfoque de diferenciación de la empresa se concentrara en ofrecer precios justos y cómodos para los consumidores, con el objetivo de ser competitivos en el mercado.

#### 4.5 MARKETING MIX

##### **4.5.1 Producto**

Nombre del servicio: OQMED

Logo del servicio:



**GRÁFICO N. 23. Logo de la empresa Oqmed**

Fuente: Empresa Oqmed, 2014

#### 4.5.1.1 Razón del nombre

Oqmed escogió el nombre pensando en buscar la mejor forma de atraer la atención de los clientes, definiendo a sí a la empresa como Oqmed, en donde “Oq” significa ocupacional, escogiendo la letra Q como representación de la “cu” en la palabra ocupacional y por razones de estética. Y “med” de medicina, ya que el servicio que brinda la empresa es el de servicios médicos ocupacionales enfocados a medianas empresas de la ciudad de Quito.

#### 4.5.1.2 Razón de los colores y letra de la marca

Se escogió el color azul por que representa confianza, reserva, afecto, amistad, fidelidad, amor y el color celeste por que representa armonía y generosidad. El celeste es el color que con más dificultad se encuentra en el aura de las personas, denotando la rareza con que aparecen en este mundo personas capaces de interesarse por sí mismos y buscar su felicidad en el bienestar propio y en el de los demás.

Con respecto a las letras, la empresa enfoco su tipografía en buscar el tipo de letra más legible y comprensible para los clientes, utilizando también un estetoscopio para representar de mejor manera el servicio de medicina ocupacional que brinda Oqmed.

#### 4.5.1.3 Servicio que ofrece Oqmed

Oqmed, es un centro de Medicina Ocupacional y Seguridad Industrial, equipado con la más alta tecnología para la atención de todo tipo de empresas, además de la atención a pacientes particulares.

La institución está distribuida de siguientes manera:

### **Medicina Ocupacional**

La medicina ocupacional es una actividad multidisciplinaria que consiste en la planeación, organización, ejecución, control y evaluación de todas aquellas actividades tendientes a preservar, mantener y mejorar la salud individual y colectiva de los trabajadores con el fin de evitar accidentes de trabajo, enfermedades profesionales, determinar medidas preventivas e incrementar la productividad de los miembros de una organización, sus familias y comunidades

La Medicina Ocupacional abarca todos estos estudios:

- Consulta especializada para controles médicos de ingreso, periódicos, de reintegro y de retiro de los trabajadores.
- Exámenes de Laboratorio Clínico.

- Imágenes diagnósticas: Rayos X de tórax, columna cervical, dorsal y lumbar.
- Implementación del Dispensario Médico de la Empresa.
- Servicio de Médico para atención de sus trabajadores, mediante el modelo de Prestación de Servicios Profesionales.

### **Laboratorio Clínico**

En la especialidad de laboratorio clínico existen un sin número de exámenes médicos que se pueden determinar con la toma de sangre, pero a continuación serán detallados un grupo de exámenes básicos y los exámenes más comunes por los clientes.

<b>HEMATOLOGÍA</b>
<b>BIOMETRÍA HEMÁTICA AUTOMATIZADA</b>
<b>HEMATOCRITO</b>
<b>HEMOGLOBINA</b>
<b>FÓRMULA LEUCOCITARIA</b>
<b>MORFOLOGÍA LEUCOCITARIA Y ERITROCITARIA</b>
<b>RECUENTO DE GLÓBULOS ROJOS</b>
<b>RECUENTO DE GLÓBULOS BLANCOS</b>
<b>CONCENTRACIÓN DE HEMOGLOBINA CORPUSCULAR MEDIA</b>
<b>VOLUMEN CORPUSCULAR MEDIA MCH</b>
<b>RECUENTO Y VOLÚMENES DE PLAQUETAS</b>
<b>GRUPO SANGUÍNEO</b>
<b>QUÍMICA SANGUÍNEA</b>
<b>GLUCOSA(EN AYUNAS)</b>
<b>CREATININA</b>

<b>ACIDO ÚRICO</b>
PERFIL LIPIDICO
<b>COLESTEROL</b>
<b>TRIGLICÉRIDOS</b>
<b>ELEMENTAL Y MICROSCÓPICO DE ORINA (EMO)</b>
HECES
<b>COPROPARASITARIO</b>

**TABLA N.3. Exámenes de Laboratorio Clínico**

Fuente: Empresa Oqmed, 2014

### **Imagen Diagnóstica**

#### **Rayos X (Digital)**

Oqmed posee equipos de alta calidad con tecnología de punta los cuales emiten imágenes en medio magnético y las ubican en la historia clínica del paciente de forma digital, logrando mayor

resolución radiográfica, menor radiación al paciente, mejora los procesos entre el médico y el especialista.

Al igual que la especialidad de Laboratorio Clínico, en la especialidad de imagen diagnóstica existe varios tipos de radiografías y tomas que se le puede hacer a una persona en las distintas partes del cuerpo, pero vamos a señalar el examen más utilizado por las empresas.

**TABLA N. 4. Rayos x**

<b>IMAGEN DIAGNOSTICA - RAYOS X DIGITAL</b>
<b>RX COLUMNA LUMBAR APL</b>

Fuente: Empresa Oqmed, 2014

**Exámenes complementarios con orientación al tipo de riesgo.**

- Oftalmología / Optometría

Oftalmología es la especialidad médica que estudia las enfermedades del globo ocular, la musculatura ocular, sistema lagrimal, párpados, prevención y sus tratamientos.

- Audiometría

Audiometría es una prueba que permite realizar una valoración precisa de la audición, para determinar si una persona oye bien o no, aportándonos información adicional sobre el problema subyacente, posible causante de la pérdida auditiva.

- Cardiología / Electrocardiografía

La cardiología es la especialidad médica que se ocupa de las afecciones del corazón y del aparato circulatorio, sus funciones y patologías. Su función es prevenir problemas futuros en pacientes con alto riesgo de enfermedades cardíacas y ayudar a solucionar los problemas de salud a aquellos pacientes que ya tienen o han tenido problemas cardíacos de gravedad.

- Espirometría.

La Espirometría consiste en medir el volumen de aire que puede expulsar el paciente en una espiración forzada, mediante un pequeño aparato, la cual mide la función del sistema respiratorio.

- Chequeo Médico

El control médico es una medida preventiva para conservar la salud. Consiste en el chequeo de las funciones vitales tales como: presión arterial, análisis de sangre (hemograma, hematocrito, conteo de corpúsculos, medida de colesterol, glucosa, triglicéridos, etc.),

examen de vista, etc. Sirve generalmente para descartar alguna enfermedad o disfunción orgánica.

El Control médico integra un chequeo médico completo y una evaluación de riesgos a cada paciente, a cargo de especialistas en medicina.

Como resultado se elabora a cada participante su perfil de salud con las recomendaciones básicas. Se entrega a la empresa las historias clínicas en medio escritas y digital y se presenta un informe estadístico con una clasificación por grupos de riesgo muy útil para seguimiento y control.

Es importante mencionar que el servicio de seguridad e higiene industrial es un servicio tercerizado y consta de:

## **Seguridad e Higiene Industrial**

La Seguridad Industrial es un conjunto de técnicas multidisciplinarias que se encarga de anticipar, identificar, reconocer y controlar factores de riesgo, determinar su significado y evaluar las medidas correctivas disponibles.

El principal objetivo del programa de seguridad industrial es proveer la protección, bienestar y atención a los empleados en el desempeño de su trabajo, por esta razón Oqmed se convierte en el apoyo fundamental de las organizaciones para lograr un desarrollo seguro, sano y eficiente.

- Mediciones de factores de riesgo: ruido, iluminación, temperatura y agentes químicos.
- Visita a la empresa para inspección y evaluación.
- Asesorías en prevención y control de riesgos.
- Estudio de accidentalidad.
- Ergonomía y valoración de los puestos de trabajo.

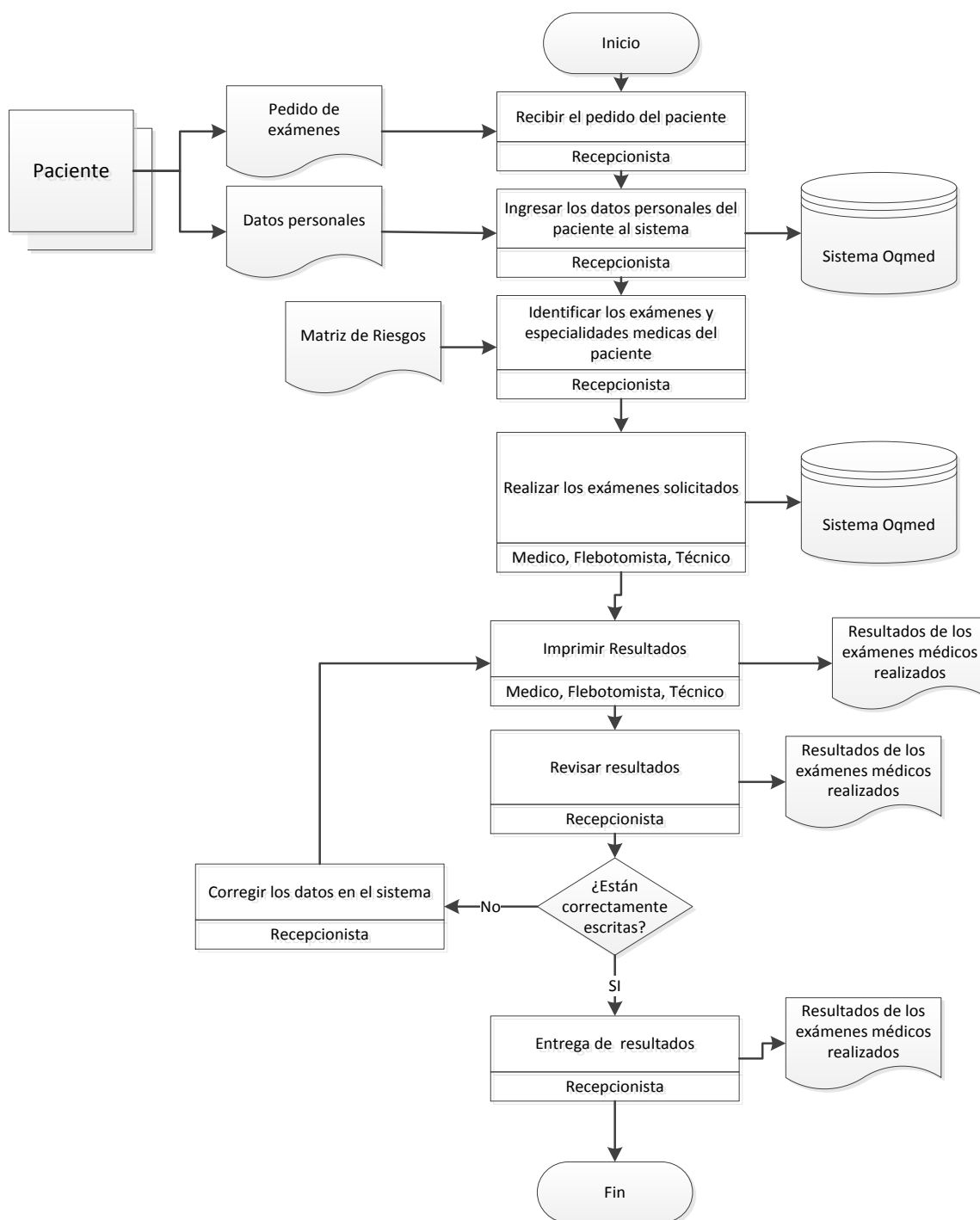
- Elaboración de panorama de riesgos: Análisis cualitativo y cuantitativo.
- Asesoría en la conformación del comité paritario de salud ocupacional.
- Elaboración del reglamento de higiene y seguridad ocupacional.
- Capacitación en Programación de Seguridad.
- Examen de Toxicología en Líquidos Biológicos.

#### Actividades de cumplimiento legal en seguridad y salud en el trabajo

- Elaboración de Reglamento de Seguridad y Salud en el Trabajo y legalización del mismo en el MRL.
- Diagnóstico inicial de riesgos relacionado con la actividad.
- Elaboración de Matriz de Identificación de Riesgos.
- Medición industrial de tres puestos (los más críticos) para elaboración de matriz de riesgos.
- Designación y Registro en el MRL del Responsable de Seguridad y Salud en el Trabajo.
- Elección y Registro en el MRL de Comité Paritario de Seguridad y Salud en el Trabajo.

- Comunicación de la Política Empresarial de SST a todo el personal.
- Entrega de política impresa a ser publicada en lugar visible de la empresa.
- Elaboración de Mapa de Riesgos.
- Capacitación en SST a todo el personal



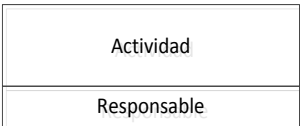

4.5.1.4 Diagrama de flujo del proceso








**GRÁFICO N. 24. Diagrama de Flujo de proceso**

Fuente: Empresa Qmed, 2014

**TABLA N.5. Símbolos de un proceso**

<b>SÍMBOLO</b>	<b>REPRESENTA</b>
	<p><b>Terminal:</b> Indica el inicio o el final del flujo del proceso</p>
	<p><b>Documento:</b> es el documento que se utiliza (utilice, se genere o ingrese o salga) en la actividad y en el proceso</p>
	<p><b>Actividad:</b> Representa la actividad llevada a cabo en el proceso y quien ejecuta esa actividad o el responsable de ella.</p>
	<p><b>Base de datos/aplicación:</b> utilizado para representar la grabación de datos ya sea en un programa o sistema.</p>
	<p><b>Fuente:</b> Representa la fuente (ya sea el material, persona o recurso) del cual se despliega el proceso.</p>

	
	<b>Conector de página:</b> indica la continuidad del diagrama en otra página.
	<b>Conector de proceso:</b> representa el enlace con otro proceso diferente, en la que continua el diagrama de flujo.
	<b>Línea de Flujo:</b> indica sobre el sentido del flujo del proceso
	<b>Decisión:</b> indica un punto dentro del flujo en el que son posibles dos caminos alternativos “si” o “no”.

Fuente: Datos aprendidos por Ing. Freddy Arévalo, 2014

#### **4.5.2 Precio**

El objetivo al fijar el precio es la maximización de participación de mercado utilizando una estrategia de fijación de precio orientada a la competencia, esta estrategia se enfocara a la diferenciación de los competidores con precios inferiores, la idea principal es de estimular la demanda de los segmentos actuales y los segmentos potenciales de clientes que son sensibles al precio.

EXÁMENES BÁSICOS DE LABORATORIO	Precios competencia						Promedio precios competencia	Costos OQMED	Utilidad Mínima 40%	Precios OQMED
	ECUAMERICAN	BIODIMED	MSO	INNOVA SALUD	CRUZ VITAL	METRORED				
BIOMETRÍA HEMÁTICA	\$ 3,85	\$ 3,50	\$ 3,99	\$ 3,85	\$ 4,00	\$ 3,31	\$ 3,75	\$ 2,50	\$ 3,50	\$ 3,70
GLUCOSA	\$ 1,75	\$ 2,00	\$ 1,60	\$ 1,04	\$ 2,13	\$ 1,33	\$ 1,64	\$ 0,70	\$ 0,98	\$ 1,60
COLESTEROL	\$ 2,25	\$ 2,10	\$ 1,95	\$ 1,67	\$ 3,00	\$ 1,47	\$ 2,07	\$ 1,10	\$ 1,54	\$ 2,15
TRIGLICÉRIDOS	\$ 2,25	\$ 2,20	\$ 1,95	\$ 1,84	\$ 2,00	\$ 1,59	\$ 1,97	\$ 1,20	\$ 1,68	\$ 2,15
COLESTEROL HDL	\$ 2,50	\$ 2,80	\$ 2,70	\$ 2,60	\$ 2,50	\$ 2,50	\$ 2,60	\$ 1,30	\$ 1,82	\$ 2,35
COLESTEROL LDL	\$ 2,50	\$ 2,00	\$ 1,95	\$ 2,60	\$ 2,50	\$ 2,50	\$ 2,34	\$ 1,30	\$ 1,82	\$ 2,35
ELEMENTAL MICROSCÓPICA DE ORINA	\$ 1,98	\$ 2,00	\$ 1,75	\$ 2,07	\$ 2,28	\$ 2,33	\$ 2,07	\$ 1,50	\$ 2,10	\$ 2,00
COPROPASITARIO	\$ 1,55	\$ 1,90	\$ 1,20	\$ 1,93	\$ 2,14	\$ 2,02	\$ 1,79	\$ 1,10	\$ 1,54	\$ 1,50
<b>VALOR EXÁMEN BASICOS LABORATORIO</b>	<b>\$ 18,63</b>	<b>\$ 18,50</b>	<b>\$ 17,09</b>	<b>\$ 17,60</b>	<b>\$ 20,55</b>	<b>\$ 17,05</b>	<b>\$ 18,24</b>	<b>\$ 10,70</b>	<b>\$ 14,98</b>	<b>\$ 17,80</b>

**GRÁFICO N. 25. Precios competidores**

Fuente: Análisis de precios de los competidores

ESPECIALIDADES	Precios competencia						Promedio precios competencia	Costos OQMED	Utilidad Mínima 40%	Precios OQMED
	ECUAMERICAN	BIODIMED	MSO	INNOVA SALUD	CRUZ VITAL	METRORED				
CHEQUEO MEDICO	\$ 22,00	\$ 16,00	\$ 25,00	\$ 18,00	\$ 20,00	\$ 17,00	\$ 19,67	\$ 9,92	\$ 13,89	\$ 18,00
ESPIROMETRIA	\$ 14,00	\$ 15,00	\$ 16,00	\$ 15,00	\$ 14,50	\$ 16,00	\$ 15,08	\$ 10,12	\$ 14,17	\$ 15,00
AUDIOMETRÍA	\$ 14,00	\$ 14,00	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 14,00	\$ 16,00	\$ 13,67	\$ 12,07	\$ 16,90	\$ 15,00
OFTALMOLOGIA	\$ 14,00	\$ 13,00	\$ 12,00	\$ 15,00	\$ 13,00	\$ 14,00	\$ 13,50	\$ 11,05	\$ 15,47	\$ 15,00
ELECTROCARDIOGRAMA	\$ 19,00	\$ 16,00	\$ 12,00	\$ 20,00	\$ 15,00	\$ 25,00	\$ 17,83	\$ 12,14	\$ 17,00	\$ 17,50
RAYOS X	\$ 23,00	\$ 25,00	\$ 15,90	\$ 19,00	\$ 20,00	\$ 21,00	\$ 20,65	\$ 14,69	\$ 20,57	\$ 21,50
<b>VALOR ESPECIALIDADES</b>	<b>\$ 106,00</b>	<b>\$ 99,00</b>	<b>\$ 92,90</b>	<b>\$ 99,00</b>	<b>\$ 96,50</b>	<b>\$ 109,00</b>	<b>\$ 100,40</b>	<b>\$ 69,99</b>	<b>\$ 97,99</b>	<b>\$ 102,00</b>
<b>VALOR TOTAL</b>	<b>\$ 124,63</b>	<b>\$ 117,50</b>	<b>\$ 109,99</b>	<b>\$ 116,60</b>	<b>\$ 117,05</b>	<b>\$ 126,05</b>	<b>\$ 118,64</b>	<b>\$ 80,69</b>	<b>\$ 112,97</b>	<b>\$ 119,80</b>

**GRÁFICO N. 26. Precios competidores**

Fuente: Análisis de precios de los competidores

Para establecer el precio se tomó como referencia principal al mayor competidor en el mercado que es Ecuamerica, esta empresa obtuvo el 39% de respuestas afirmativas al decir que Ecuamerica es la empresa más conocida en el mercado que brinda servicios de Medicina Ocupacional y Seguridad Industrial. A demás se estableció un porcentaje mínimo del 40% de utilidad, como guía para establecer el precio a partir de los costos que tiene Oqmed al realizar cada examen.

#### **4.5.3 Plaza**

El canal de distribución que la empresa Oqmed maneja es un canal directo, utilizando la estrategia push, esta estrategia es aquella que va desde la organización hasta el mercado, esta estrategia se utilizara puesto que la fuerza de ventas se centra en hacer negociaciones directamente con el cliente, de esta manera podemos lograr una comunicación más efectiva con el cliente.

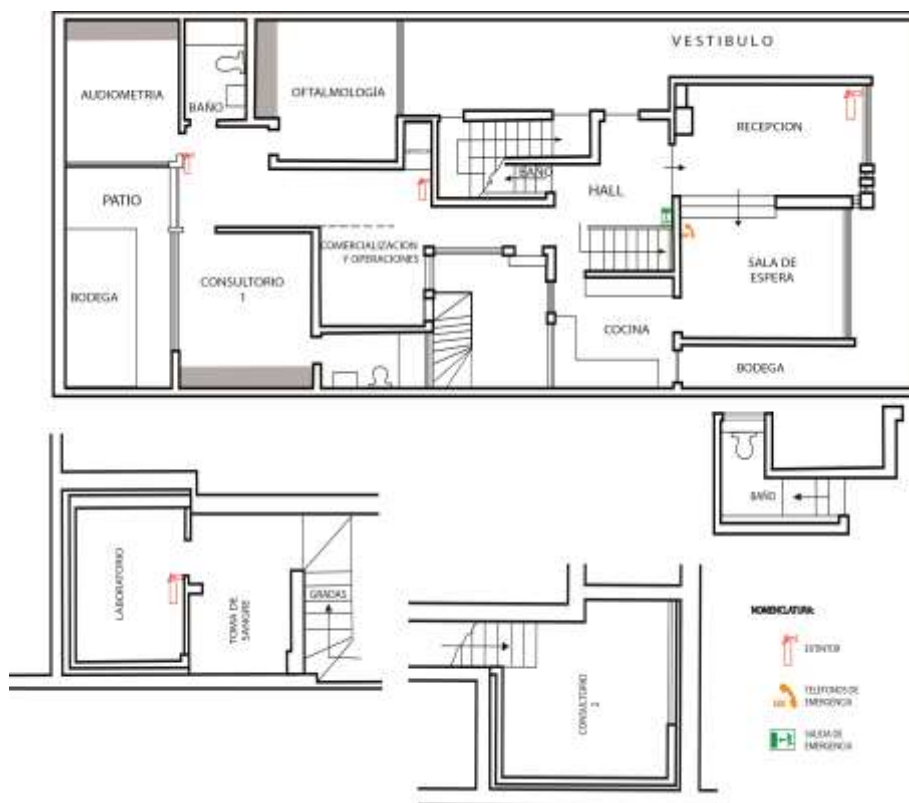
El canal de distribución de la empresa será en la ciudad de Quito, con proyecciones futuras a crear sucursales en ciudades estratégicas del país.

El primer canal de distribución de la empresa es a través de su propia oficina-consultorio, la misma que está ubicada en el sector norte de la ciudad de Quito entre las calles Isla Santa Fe N 41-57 e Isla Floreana donde se encuentra todas las instalaciones y equipos necesarios, con todos los requerimientos municipales para su funcionamiento.



**GRÁFICO N. 27. Croquis de la ubicación de la empresa**

Fuente: Instalaciones de la empresa Oqmed, 2014



### GRÁFICO N. 28. Distribución de la planta

Fuente: Instalaciones de la empresa Oqmed, 2014

Además Oqmed brinda un servicio personalizado a cada uno de sus clientes para lo cual utiliza el canal de distribución in company que quiere decir servicio puerta a puerta o servicio a domicilio. Oqmed moviliza todo el equipo médico y el personal para brindar esta atención al lugar donde el cliente lo requiere, oficina, local, fábrica, etc.

#### 4.5.4 Promoción

Para dar a conocer en el mercado la empresa Oqmed se realizara estrategias que nos permitan llegar a la mente de cada uno de los clientes.

Las estrategias estarán enfocadas en el estudio de mercado realizado, en el que según las encuestas se llega a la conclusión de que los medios que les gustaría recibir información sobre el servicio de Medicina Ocupacional y Seguridad Industrial a los clientes son visitas puerta a puerta de un ejecutivo comercial, mediante correos electrónicos, redes sociales y como una opción final las llamadas telefónicas.

- Redes sociales

Las redes sociales tienen una gran apertura dentro del mercado y ayudan a llegar al cliente de una manera directa, rápida y económica.

Las redes sociales que se utilizaran para hacer conocer a la empresa son Facebook, Twitter, página web.

Facebook será usado como un medio dinámico en el cual las empresas pueden ver fotos del servicio que presta la empresa, videos, promociones, información de la empresa y noticias actuales de todo lo relacionado a salud, seguridad y medicina ocupacional.

A demás se elaborará un anuncio promocional con información de la empresa, servicios y beneficios que ofrece; este anuncio aparecerá continuamente con circulación de manera ininterrumpida, en la sección de noticias del público elegido, es decir de todas las empresas medianas y grandes del Ecuador que posean una cuenta en Facebook. El costo del anuncio depende del número de clics o impresiones que se hagan del anuncio, estableciendo un monto al día de 5 dólares, en el cual pueden hacer de 35 a 75 clics diarios. Para esta promoción se presupuesta gastar 1500 dólares es decir pagar por 300 visitas al año.

Twitter será un medio más informativo, en donde se publicara noticias actuales relacionado a salud, seguridad y medicina ocupacional de manera detallada, promociones, consejos de salud, con el objetivo de generar una red de información con el que el cliente se sienta identificado e informado de cualquier noticia.

Y por último está la página web, este medio ya está creado por la empresa pero se realizarán cambios y se añadirán nuevas pestañas en donde el consumidor puede encontrar toda la información de la empresa y puede hacer sugerencias, requerimientos y quejas. Este medio tendrá un enfoque total a dar a conocer de forma dinámica toda la información de la empresa y lograr mediante este medio recopilar información que ayude a la empresa a realizar cambios y mejoras en el servicio.

Lo que se presupuesta gastar en redes sociales es:

REDES SOCIALES	GASTO	
<b>Promoción Facebook</b>	\$	1.500,00
<b>Mantenimiento redes sociales</b>	\$	840,00
<b>TOTAL GASTO REDES SOCIALES</b>	<b>\$</b>	<b>2.340,00</b>

**CUADRO N. 14. Redes Sociales**

Fuente: Propuesta gastos de Marketing

- Mailing

Este medio nos permite llegar directamente al contacto de cada una de las empresas a las que nos vayamos a dirigir, con el objetivo de obtener respuestas medibles en el mercado meta.

Esta vía es una de las más rápidas, ya que hoy en día gracias a la tecnología todas las empresas cuentan con direcciones electrónicas, permitiendo acceder ágilmente y a su vez es una publicidad muy económica.

Para establecer los contactos se deberá levantar una base de datos con la razón social, actividad que realiza la empresa, teléfonos, correos electrónicos y nombre de contacto de todas las empresas.

Una vez obtenida la base de datos, esta será distribuida por sectores a los ejecutivos comerciales, de tal manera que se pueda abarcar la ciudad de Quito en su totalidad.

Los ejecutivos comerciales harán llegar una carta de presentación a cada uno de sus contactos vía correo electrónico, esta presentación será dinámica, concreta y personalizada para lograr captar la atención de quien lo recibe, induciendo a que lo lea. El contenido del correo tendrá un pdf adjunto de la presentación de la empresa, con todos los servicios que brinda, imágenes, teléfonos y dirección para que el cliente conozca y sepa todo lo que Oqmed puede brindarle y en el cuerpo del mail habrá un mensaje dirigiéndose a la persona que recibirá el mail con una explicación muy corta del servicio que brinda Oqmed junto con algunas imágenes para atraer la atención del cliente. Cada vendedor debe tener constancia de que el correo ha sido enviado y recibido correctamente.

Después de 24 horas de haber enviado la presentación de la empresa, el ejecutivo comercial deberá ponerse en contacto con la persona a quien fue dirigido el mail, explicándole el motivo de la llamada y explicándole brevemente las características y beneficios que tiene la empresa Oqmed y de ser posible establecer una reunión para identificar mejor sus necesidades y poderle explicar más a fondo los servicios que ofrece Oqmed.

Los gastos que se incurrirá por medio de este método de promoción son muy económicos, se toma en cuenta solo los gastos de internet con los de mantenimiento:

MAILING	GASTO	
<b>Mantenimiento – Internet</b>	\$	360,00
<b>TOTAL GASTO MAILING</b>	<b>\$</b>	<b>360,00</b>

#### **CUADRO N. 15. Mailing**

Fuente: Propuesta gastos de Marketing

- Ventas Directas

Este método es complementario al mercado directo de mailing, debido a que por medio de este se logra contactar a la persona indicada para ofrecerle nuestro servicio.

La venta directa consiste en visitar personalmente al cliente y obtener información detallada del giro del negocio de la empresa y de las necesidades que tiene la misma. Durante la visita el ejecutivo comercial deberá hacer una pequeña introducción de la empresa ayudándose con la carta de presentación y diapositivas explicativas y gráficas de lo que consiste el servicio que brinda Oqmed, luego de ello se debe establecer las

necesidades básicas del cliente para poder determinar qué tipo de servicio es el más conveniente para su empresa.

El ejecutivo comercial debe tratar de consultar las necesidades de corto, mediano y largo plazo para así comprometer a cada vendedor a dar seguimiento y un enfoque adecuado que cada empresa necesita y poder contactarse con los clientes y servirles oportunamente.

El ejecutivo deberá realizar un informe semanal de todas las visitas realizadas durante este tiempo, en el cual detalle la empresa visitada, el perfil de exámenes que necesite, entre otros requerimientos fundamentales para levantar una base de datos y los costos incurridos en movilización para que la empresa reembolse este dinero utilizado. Con esto se podrá analizar mensualmente las ventas y datos obtenidos de cada ejecutivo comercial.

Los gastos que se incurrirán mediante esta promoción son:

VENTAS DIRECTAS	DESCRIPCIÓN	GASTO
<b>2 Ejecutivos comerciales</b>	Sueldo	\$ 12.000,00
	Transporte	\$

	4.800,00
TOTAL GASTOS VENTAS DIRECTAS	\$ <b>16.800,00</b>

**CUADRO N. 16. Ventas Directas**

Fuente: Propuesta gastos de Marketing

- Capacitaciones

Oqmed realizará capacitaciones gratuitas semestralmente invitando a clientes potenciales de la ciudad de Quito, las capacitaciones serán dictadas serán de temas que respecten a seguridad y salud ocupacional:

**1ra capacitación:** Reglamento del Seguro General de Riesgos de Trabajo

**Expositor:** Ing. Doris Reyes – Psicóloga

**2da capacitación:** Planificación, dirección y evaluación de riesgos según el sector al que pertenece.

**Expositor:** Dr. Alfredo Rojas – Medico Ocupacional

A la capacitación asistirán 30 representantes de empresas situadas en la ciudad de Quito, las mismas se realizaran en el hotel Dann Carlton ubicado en la Av. República de El Salvador N 34-377 e Irlanda y tendrá una duración de cuatro horas cada capacitación, dándoles media hora de break.

CAPACITACIONES	FECHAS	DETALLE	CANTIDAD	VALOR	GASTOS
<b>1RA CAPACITACIÓN: Reglamento del Seguro General de Riesgos de Trabajo</b>	Enero	Sueldo expositor	4 horas	\$ 80,00	\$ 320,00
		Coffe break y salón	30 personas	9.84	\$ 295,20
		Servicio del salón			\$ 29,52
		Iva 12%			\$ 35,42
<b>2DA CAPACITACIÓN: Planificación, dirección y evaluación de riesgos según el sector al que pertenece.</b>	Julio	Sueldo expositor	4 horas	\$ 90,00	\$ 360,00
		Coffe break y salón	30 personas	9.84	\$ 295,20
		Servicio del salón			\$ 29,52
		Iva 12%			\$ 35,42
<b>TOTAL GASTOS CAPACITACIONES</b>					<b>\$ 1.400,29</b>

#### **CUADRO N. 17. Capacitaciones**

Fuente: Propuesta gastos de Marketing

Esta actividad tiene el objetivo de informar, concientizar y crear la necesidad en los clientes de obtener nuestro servicio además de promocionar y dar a conocer todo lo que ofrece Oqmed de forma directa.

Luego de haber realizado estas capacitaciones se medirá y evaluará si realmente este tipo de promoción ayudo o no a conseguir nuevos clientes y

de acuerdo a este análisis continuar realizando las capacitaciones o buscar otros alternativas para llegar al cliente.

- Anuncios publicitarios

Se realizarán dos anuncios por año en las revistas: La Cámara de Construcciones de la ciudad de Quito y la Cámara de Sectores Industriales, con la finalidad de llegar directamente a uno de los mercados que quiere explotar la empresa.

La planificación en compras y contratación de proveedores de la mayoría de las empresas se realiza en mayo y noviembre, es por ello que las publicaciones de estos anuncios se realizaran específicamente en estos meses.

El anuncio será de tamaño 14.2 cm de ancho x 11.3 cm de alto y poseerá información general de los servicios que brinda la empresa, enfocando sus imágenes e ideas al sector al cual va dirigido el anuncio.



### GRÁFICO N. 29. Anuncio publicitario

Fuente: Información empresa Oqmed, 2014

A continuación se detalla los costos en que la empresa Oqmed incurrirá para realizar esta promoción:

ANUNCIO PUBLICITARIO	FECHAS	DETALLE	GASTOS
<b>1ER ANUNCIO: La Cámara de Construcciones de la ciudad de Quito</b>	Mayo	Arte publicitario	\$ 50,00
		Publicación	\$ 880,00
<b>2DO ANUNCIO: La Cámara de Sectores Industriales</b>	Noviembre	Arte publicitario	\$ 880,00
<b>TOTAL GASTOS CAPACITACIONES</b>			<b>\$ 1.810,00</b>

### CUADRO N. 18. Anuncio Publicitario

Fuente: Propuesta gastos de Marketing

En el siguiente cuadro se examina el número de empresas a conseguir con las propuestas de promoción, estableciendo un porcentaje de aceptación de acuerdo a las encuestas realizadas.

ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN	RESPONSABLE	N EMPRESAS A CONSEGUIR	% VENTAS PRESUPUESTADAS	GRUPO OBJETIVO
<b>Redes sociales</b>	Gerente de Ventas	100	21%	21
<b>Mailing</b>	Ejecutivo comercial 1	44	13%	6
	Ejecutivo comercial 2	44	13%	6
<b>Ventas directas</b>	Ejecutivo comercial 1	48	21%	10
	Ejecutivo comercial 2	48	21%	24
<b>Capacitaciones</b>	Gerente de Ventas	60	15%	9
<b>Anuncios publicitarios</b>	Gerente de Ventas	300	11%	32
<b>TOTAL EMPRESAS</b>				<b>107</b>

**CUADRO N. 19. Matriz de ventas a conseguir**

Fuente: Estadística de encuestas realizadas

## 4.5.5 Matriz de ventas

### 4.5.5.1 Fuerza de Ventas

La gestión en ventas es una de los factores más importantes para el éxito y el crecimiento económico de las empresas, por ello se aplicará el proceso de administración con seis etapas:

- Organización de la fuerza de ventas: Oqmed contará con vendedores externos, es decir vendedores que salen al campo para visitar a los clientes. Para la planificación de las ventas se asignara a cada vendedor un determinado territorio geográfico en el que venderá el servicio que brinda Oqmed. Bajo esta estructura el vendedor tiene la posibilidad de entablar relaciones duraderas con los clientes.
  
- Selección de vendedores: se contratará a un gerente de ventas el cual debe tener las características necesarias para saber liderar y obtener éxito en las ventas. Además Oqmed contratará a dos vendedores, los cuales entrarán a un proceso de selección y evaluación a través de pruebas y entrevistas y

se contratará a los dos vendedores que cumplan con los requisitos solicitados.

- Capacitación de vendedores: en el caso de los nuevos vendedores se debe hacer una introducción de la empresa y enseñarle todo lo que debe saber para salir a vender el servicio.
- Motivación de vendedores: la motivación juega un papel muy importante en los vendedores, y una forma de motivarlos es entregándoles una remuneración como comisiones o bonificaciones en función de las ventas. Otra herramienta que utilizará la empresa para motivar a los vendedores es brindándoles un buen clima laboral, en donde se sientan cómodos y comprometidos con la empresa.
- Supervisión de los vendedores: esta parte de la fuerza de ventas consiste en controlar los avances y trabajo de cada vendedor, para esto los vendedores deberán entregar reportes de ventas semanales en donde señalen las ventas, gastos y actividades que han realizado.

- Evaluación de vendedores: para la evaluación de los vendedores se debe tomar en cuenta el reporte o informe de ventas entregado por cada vendedor, en el cual se evalúa el desempeño de las ventas, si cumplió o no con los objetivos establecidos y se realiza un análisis y un plan de acción para mejorar los aspectos negativos.

#### 4.5.5.2 Servicio extra y Post- venta

El objetivo de tener un servicio post venta es elevar el grado de fidelidad de los clientes a lo largo de los años.

Como actividades del servicio post venta se incluyen:

- Manejo de quejas: el conocer si el cliente quedó satisfecho o no con el servicio que se le brindó es muy importante, por lo que propongo que Oqmed utilice herramientas como la página web para analizar errores, y buscar soluciones para eliminar los mismos. En la página web habrá una opción en la que el

cliente después de haber recibido el servicio se les pedirá contestar algunas preguntas, donde se calificará aspectos positivos y negativos que obtuvo al momento de recibir el servicio.

Esta herramienta ayudará a conocer si el cliente está satisfecho o no con la atención recibida, lo que permite a cada ejecutivo comercial junto con el gerente de ventas tomar decisiones y planes de acción para buscar mejoras en el servicio.

- Llamadas telefónicas: las llamadas son complementarias al proceso de manejo de quejas, ya que según los resultados de estas encuestas realizadas vía online, cada ejecutivo comercial deberá llamar al cliente al finalizar el proceso de entrega de resultados y establecer una breve conversación, para determinar el nivel de satisfacción que el cliente obtuvo con el servicio brindado.
  
- Evaluación y control trimestral del servicio: con esta actividad se dará seguimiento a todas las empresas atendidas durante este periodo, se analizará los aspectos positivos y negativos de cada atención, junto con posibles soluciones y se

levantara un informe que deberá ser entregado al gerente general, el responsable de esta actividad será el gerente de ventas junto con los ejecutivos comerciales.

#### 4.6 ESTRATEGIAS DE DESARROLLO

De acuerdo a los objetivos de marketing propuestos anterior mente se propone las siguientes estrategias:

OBJETIVO	INDICADOR	RESPONSABLE	ESTRATEGIAS	TIEMPO
<p><b>Obtener rentabilidad a efectos de lograr mayor competitividad que permita el desarrollo, crecimiento y sostenibilidad de la empresa.</b></p>	Rentabilidad al año	<p>Gerente de Ventas  Gerente Financiero y  Administrativo</p>	<p>* Realizar un análisis financiero para reducir costos innecesarios.</p> <p>* Controlar y gestionar los plazos de cobro de los clientes</p> <p>Análisis y evaluación periódica del servicio, costes y clientes.</p> <p>* Aprovechar al máximo los recursos de la empresa para eliminar tiempos muertos</p> <p>* Control de gastos</p>	Cada año

<p><b>Lograr participación del mercado, de modo tal que la empresa pueda liderar el mercado.</b></p>	Participación	Gerente Operaciones	<p>de * Brindar capacitaciones gratuitas a las 1 a 2 años empresas.</p> <p>* Participar en foros, exposiciones, ferias y de más programas que tengan que ver con seguridad y salud ocupacional</p>
<p><b>Se espera cumplir con un crecimiento anual en ventas proyectadas en los estados financieros</b></p>	Crecimiento de las ventas	Gerente de Ventas	<p>* Implementar un sistema de incentivos para 3 años los vendedores, basados en la rentabilidad de sus ventas y la posibilidad de la compañía de recaudar éstas ventas.</p> <p>* Premiar la fidelidad de los clientes para revalorizar la cartera de los mismos</p> <p>* Diversificar las formas en que un cliente puede contactarnos con otros medios de comunicación como email, sitio web, foros</p>

de discusión, directorio, sección amarilla, chat online, etc.

\*Realizar un seguimiento a los clientes para medir su ocasión de uso y aprovechar el mismo.

\*Mantenerse siempre actualizados de cambios legales que tengan que ver con seguridad y salud ocupacional.

**Proponer estrategias que permitan el continuo crecimiento de la empresa, innovación del servicio e investigación continua del mercado para lograr la**

Crecimiento de la Gerente  
empresa Operaciones

de \*Continuos estudios del mercado 1 año

\* Innovación continua

\* Medición periódica del grado de satisfacción del cliente, para de acuerdo a eso tomar medidas preventivas y

<b>satisfacción plena del cliente.</b>		correctivas.
		* Buscar mercados de alto crecimiento, para poder incrementar el crecimiento.
<b>Maximizar las fortalezas de la empresa y eliminar debilidades, para construir una empresa sólida y competitiva en el mercado.</b>	Competitividad  Gerente  Operaciones	de *Realizar reuniones trimestrales con el personal con el objeto de analizar las debilidades y fortalezas y aportar mejoras e ideas que contribuyan al mejoramiento, innovación y diferenciación del servicio.  *Establecer retos u objetivos alcanzables, tanto para empleados tanto para los vendedores como para el personal de la empresa, con el objetivo de motivar a los empleados a construir una empresa competitiva.

			<ul style="list-style-type: none"> <li>* Invertir en tecnología y equipos médicos</li> <li>* Elaborar manuales operativos y de procesos que aseguren la calidad y el éxito del servicio prestado.</li> <li>* Adaptar y personalizar los servicios a la medida de los consumidores.</li> </ul>	
<p><b>Posicionar a la empresa Oqmed como una empresa que brinda servicios de calidad a un precio competitivo</b></p>	<p>Posicionamiento</p>	<p>Gerente de Operaciones Gerente de Ventas</p>	<p>de * Realizar promoción y publicidad que deje grabado en la mente del consumidor como una empresa sólida que brinda servicios de calidad.</p> <p>* Efectuar visitas periódicas para introducir el servicio que Oqmed brinda</p> <p>* Dar capacitaciones semestrales tanto al</p>	<p>2 a 3 años</p>

personal administrativo como médicos.

**TABLA N. 6. Estrategias de Desarrollo**

Fuente: Plan de marketing propuesto

## **CAPÍTULO V**

### **5. PROYECCIÓN Y EVALUACIÓN FINANCIERA**

Después de realizar el correspondiente estudio de mercado y desarrollo de estrategias que permitirán a la empresa obtener los objetivos propuestos, se presenta los análisis financieros.

En este capítulo se desarrollara el análisis necesario para poder determinar la rentabilidad del proyecto.

Para realizar dicho análisis se revisaran, la inversión requerida, la forma de financiamiento de la misma, estados financieros de la empresa, ingresos y gastos en los que se va a incurrir en el proyecto durante su realización.

## 5.1 INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO

La inversión inicial requerida para este proyecto es de \$27,510.29, para financiar esta inversión los accionistas de la empresa decidieron aportar por igual para cubrir con este monto.

FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO	
Accionistas	Total de Financiamiento
Accionista N 1	\$ 5.677,57
Accionista N 2	\$ 5.677,57
Accionista N 3	\$ 5.677,57
Accionista N 4	\$ 5.677,57
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 22.710,29</b>

**CUADRO N. 20. Financiamiento del proyecto**  
Fuente: Accionistas de la empresa Oqmed Cía. Ltda.

## 5.2 ESTADO DE RESULTADOS ACTUAL

<i>OQMED CIA. LTDA.</i>	
<i>Estado de Resultados</i>	
	<i>2013</i>
<b>Ingresos:</b>	
Ventas brutas	\$ 178.795,42
(-) Devoluciones y provisiones	\$ -
<b>Ventas netas</b>	<b>\$ 178.795,42</b>
<b>Costo de las ventas</b>	
Depreciación	\$ 275,68

Suministros materiales y repuestos	\$ 38.809,44
Mantenimiento y reparación	\$ 70,00
Otros costos de producción	\$ 78.972,34
<b>Costo de las ventas</b>	<b>\$ 118.127,46</b>
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$ 60.667,96</b>
<b>Gastos de ventas y administración</b>	
Sueldos y salarios	\$ 33.212,49
Aporte seguridad social	\$ 4.123,47
Beneficios sociales e indemnización	\$ 5.306,29
Gastos planes de beneficios empleados	\$ 907,83
Mantenimiento y reparación	\$ 867,50
Comisiones, honorarios	\$ 2.750,00
Gastos de gestión	\$ 1.190,28
Agua, energía, luz y telecomunicaciones	\$ 2.776,07
Combustible	\$ 1.019,44
Impuestos , contribuciones y otros	\$ 6.972,68
Depreciaciones	\$ 221,15
Publicidad	\$ 4.357,18
Otros gastos	\$ 18.687,09
<b>Total de gastos</b>	<b>\$ 82.391,47</b>
<b>UTILIDAD OPERATIVA</b>	<b>\$ -21.723,51</b>
<b>Gastos financieros</b>	
Comisiones	\$ 667,24
Otros gastos financieros	\$ 47,00
<b>Total de gastos financieros</b>	<b>\$ 714,24</b>
<b>Costos Operacionales</b>	<b>\$ 83.105,71</b>
<b>UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACION LAB</b>	<b>\$ -22.437,75</b>
(-)15% de participación laboral	\$ -
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO A LA RENTA</b>	<b>\$ -22.437,75</b>
(-) 25% de impuesto a la renta	\$ -
	\$ -22.437,75
Ingresos por impuestos diferidos	\$ 135,52

<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$ -22.302,23</b>
----------------------	----------------------

**CUADRO N. 21. Estado de resultados 2013**

Fuente: Empresa Oqmed, 2014

**5.2.1 Índice de Rentabilidad**

ÍNDICES DE RENTABILIDAD	2013
MARGEN DE UTILIDAD BRUTA	34%
MARGEN DE UTILIDAD OPERACIONAL	-12%
MARGEN DE UTILIDAD NETA	-12%

**CUADRO N. 22. Índices de rentabilidad 2013**

Fuente: Empresa Oqmed, 2014

**5.3 PRESUPUESTO DE VENTAS**

Para el presente estudio se tomó de un universo de 5,321 empresas una muestra de 254 empresas, con un promedio de 73 empleados cada una, de las cuales el 67.32% están planificado contratar el servicio de Medicina Ocupacional y/o Seguridad Industrial, por lo cual la demanda seria de 3,582 empresas, de las cuales Oqmed en el 2015 pretende abarcar el 3% de participación en el mercado, es decir 107

empresas, que nos daría un total de 7,811 pacientes a atender durante un año, con un promedio de gasto por paciente de 77,03 dólares.

En el presupuesto de ventas se establecerá tres escenarios, el optimista, el medio y el pesimista, proyectados a tres años, tomando en cuenta una inflación del 5% para el 2015, 2016 y 2017. Según el Fondo Monetario Internacional (FMI) pronosticó una mejora en las economías de Ecuador, el organismo mantiene las perspectivas de crecimiento de su economía en 2014, año en el que cree que su PIB se incrementará un 4 % hasta el final del año, y pronostica una subida semejante para el 2015, por esta razón utilizaremos un PIB de 5% en dicho año.

### **5.3.1 Escenario de los presupuestos**

#### **5.3.1.1 Presupuesto de ventas optimista**

En el presupuesto optimista se proyecta un crecimiento en ventas del 30% en el primer año (2015), en el segundo año (2016) se proyecta alcanzar el 40% y por último en el tercer año (2017) se proyecta obtener un crecimiento en ventas de 50%, poniendo en marcha todas las actividades de promoción propuesta.

	AÑO 2015		AÑO 2016		AÑO 2017	
	MES	AÑO	MES	AÑO	MES	AÑO
<b>Cantidad de Pacientes</b>	359	4.304,33	502	6026	753	9039
<b>Precio</b>	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 84,00	\$ 84,00	\$ 88,20	\$ 88,20
<b>Ventas presupuestadas</b>	\$ 28.695,56	\$ 344.346,73	\$ 42.182,48	\$ 506.189,70	\$ 66.437,40	\$ 797.248,78

### CUADRO N. 23. Presupuesto de ventas optimista

Fuente: Proyección financiera Empresa Oqmed

#### 5.3.1.2 Presupuesto de ventas medio

En el presupuesto de ventas medio se proyecta un crecimiento en ventas del 20% en el primer año (2015), en el segundo año (2016) se proyecta alcanzar el 30% y por último en el tercer año (2017) se proyecta obtener un crecimiento en ventas de 40%, poniendo en marcha todas las actividades de promoción propuesta., asumiendo que en las actividades propuestas de promoción no se obtenga los resultados planificados.

	AÑO 2015		AÑO 2016		AÑO 2017	
	MES	AÑO	MES	AÑO	MES	AÑO
<b>Cantidad de Pacientes</b>	331	3.973	430	5.165	603	7.231
<b>Precio</b>	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 84,00	\$ 84,00	\$ 88,20	\$ 88,20
<b>Ventas presupuestadas</b>	\$ 26.488,21	\$ 317.858,52	\$ 36.156,41	\$ 433.876,89	\$ 53.149,92	\$ 637.799,02

### CUADRO N. 24. Presupuesto de ventas medio

Fuente: Proyección financiera Empresa Oqmed

## 5.3.1.3 Presupuesto de ventas pesimista

En el presupuesto de ventas pesimista se tiene un crecimiento en ventas del 10% en el primer año (2015), en el segundo año (2016) se proyecta alcanzar el 20% y por último en el tercer año (2017) se proyecta obtener un crecimiento en ventas de 30%, poniendo en marcha todas las actividades de promoción propuesta., asumiendo que no dieron resultado ninguna de las propuestas establecidas.

	AÑO 2015		AÑO 2016		AÑO 2017	
<b>Cantidad de Pacientes</b>	304	3.642	364	4.371	473	5.682
<b>Precio</b>	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 84,00	\$ 84,00	\$ 88,20	\$ 88,20
<b>Ventas presupuestadas</b>	\$ 24.280,86	\$ 291.370,31	\$ 30.593,88	\$ 367.126,60	\$ 41.760,65	\$ 501.127,80

**CUADRO N. 25. Presupuesto de ventas medio**

Fuente: Proyección financiera Empresa Oqmed

## 5.4 Presupuesto de costo de marketing

A continuación se detalle del presupuesto de costo de marketing:

<b>PROMOCIÓN</b>	<b>AÑO 2015</b>	<b>AÑO 2016</b>	<b>AÑO 2017</b>
<b>Redes sociales</b>	2.340,00	3.382,00	4.426,10
<b>Mailing</b>	360,00	378,00	396,90
<b>Capitaciones</b>	1.400,29	2.120,58	2.120,58
<b>Ventas directas</b>	16.800,00	17.640,00	18.522,00
<b>Anuncios publicitarios</b>	1.810,00	1.900,50	1.995,53
<b>Presupuesto de Costo de Marketing</b>	<b>22.710,29</b>	<b>25.421,08</b>	<b>27.461,10</b>

**CUADRO N. 26. Presupuesto de costo de marketing**

Fuente: Proyección financiera Empresa Oqmed

## 5.5 ESTADO DE RESULTADOS BASADO EN APLICACIÓN DE ESTRATEGIAS

<b>OQMED CIA. LTDA.</b>			
<i>Estado de Resultados</i>			
	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
<b>Ingresos:</b>			
Ventas brutas	\$ 344.346,73	\$ 506.189,70	\$ 797.248,78
(-) Devoluciones y provisiones	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Ventas netas</b>	<b>\$ 344.346,73</b>	<b>\$ 506.189,70</b>	<b>\$ 797.248,78</b>
<b>Costo de las ventas</b>			
Depreciación	\$ 275,68	\$ 275,68	\$ 275,68
Suministros materiales y repuestos	\$ 74.744,11	\$ 109.873,84	\$ 173.051,29
Mantenimiento y reparación	\$ 134,81	\$ 198,18	\$ 312,13
Otros costos de producción	\$ 152.094,88	\$ 223.579,47	\$ 352.137,66
<b>Costo de las ventas</b>	<b>\$ 227.249,48</b>	<b>\$ 333.927,16</b>	<b>\$ 525.776,77</b>
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$ 117.097,26</b>	<b>\$ 172.262,54</b>	<b>\$ 271.472,01</b>
<b>Gastos de ventas y administración</b>			
Sueldos y salarios	\$ 45.212,49	\$ 47.473,11	\$ 49.846,77
Aporte seguridad social	\$ 5.809,09	\$ 6.422,06	\$ 7.335,78

Beneficios sociales e indemnización	\$ 5.571,60	\$ 5.850,18	\$ 6.142,69
Gastos planes de beneficios empleados	\$ 953,22	\$ 1.000,88	\$ 1.050,93
Mantenimiento y reparación	\$ 910,88	\$ 956,42	\$ 1.004,24
Comisiones, honorarios	\$ 6.886,93	\$ 10.123,79	\$ 15.944,98
Gastos de gestión	\$ 1.249,79	\$ 1.312,28	\$ 1.377,90
Agua, energía, luz y telecomunicaciones	\$ 2.914,87	\$ 3.060,62	\$ 3.213,65
Combustible	\$ 5.819,44	\$ 6.110,41	\$ 6.415,93
Impuestos , contribuciones y otros	\$ 7.321,31	\$ 7.687,38	\$ 8.071,75
Depreciaciones	\$ 221,15		\$ -
Publicidad	\$ 5.910,29	\$ 7.781,08	\$ 8.939,10
Otros gastos	\$ 19.621,44	\$ 20.602,52	\$ 21.632,64
<b>Total de gastos</b>	<b>\$ 108.402,52</b>	<b>\$ 118.380,74</b>	<b>\$ 130.976,36</b>
<b>UTILIDAD OPERATIVA</b>	<b>\$ 8.694,74</b>	<b>\$ 53.881,80</b>	<b>\$ 140.495,65</b>
<b>Gastos financieros</b>			
Comisiones	\$ 700,60	\$ 735,63	\$ 772,41
Otros gastos financieros	\$ 49,35	\$ 51,82	\$ 54,41
<b>Total de gastos financieros</b>	<b>\$ 749,95</b>	<b>\$ 787,45</b>	<b>\$ 826,82</b>
<b>Costos Operacionales</b>	<b>\$ 109.152,47</b>	<b>\$ 119.168,18</b>	<b>\$ 131.803,18</b>
<b>UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACION LAB</b>	<b>\$ 7.944,79</b>	<b>\$ 53.094,35</b>	<b>\$ 139.668,83</b>
(-)15% de participación laboral	\$ 1.191,72	\$ 7.964,15	\$ 20.950,32
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO A LA RENTA</b>	<b>\$ 6.753,07</b>	<b>\$ 45.130,20</b>	<b>\$ 118.718,51</b>
(-) 25% de impuesto a la renta	\$ 1.688,27	\$ 11.282,55	\$ 29.679,63

	\$	5.064,80	\$	33.847,65	\$	89.038,88
Ingresos por impuestos diferidos	\$	142,30	\$	149,41	\$	156,88
<b>UTILIDAD NETA</b>	\$	<b>5.207,10</b>	\$	<b>33.997,06</b>	\$	<b>89.195,76</b>

**CUADRO N. 27. Estado de resultados proyectado**

Fuente: Proyección financiera Empresa Oqmed

**5.5.1 Índices de rentabilidad.**

ÍNDICES DE RENTABILIDAD	2015	2016	2017
<b>MARGEN DE UTILIDAD BRUTA</b>	34%	34%	34%
<b>MARGEN DE UTILIDAD OPERACIONAL</b>	3%	11%	18%
<b>MARGEN DE UTILIDAD NETA</b>	2%	7%	11%

**CUADRO N. 28. Índices de rentabilidad proyectados**

Fuente: Proyección financiera Empresa Oqmed

## 5.6.EVALUACIÓN FINANCIERA

## 5.5.2 Flujos Netos de Caja

Los ingresos operacionales reflejados en el flujo de caja, están conformados básicamente por la venta de los servicios.

Entre los egresos destacan el interés y el pago de los impuestos: la repartición de utilidades (15%) y el 25% por el pago de impuesto a la renta

<b>CALCULO DE LOS FLUJOS NETOS DE CAJA</b>			
<b>CONCEPTO</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
<b>UTILIDAD NETA</b>	\$ 5.207,10	\$ 33.997,06	\$ 89.195,76
<b>+ Depreciaciones</b>	\$ 221,15	\$ -	\$ -
<b>- Participación Laboral</b>	\$ 1.191,72	\$ 7.964,15	\$ 20.950,32
<b>- Impuesto a la Renta</b>	\$ 1.688,27	\$ 11.282,55	\$ 29.679,63
<b>- Intereses, comisiones</b>	\$ 749,95	\$ 787,45	\$ 826,82
<b>FLUJO NETO DE CAJA</b>	<b>\$ 1.798,31</b>	<b>\$ 13.962,91</b>	<b>\$ 37.738,99</b>

**CUADRO N. 29. Flujo de Caja**

Fuente: Proyección financiera Empresa Oqmed

### 5.5.3 Índice de Evaluación del proyecto

<b>ÍNDICES DE EVALUACIÓN DEL PROYECTO</b>	
<b>PERIODO DE RECUPERACIÓN</b>	2,50
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO EN VENTAS</b>	320.983,57
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES</b>	4012

#### **CUADRO N. 30. Índice de evaluación del proyecto**

Fuente: Proyección financiera Empresa Oqmed

El período de recuperación de la inversión es de 2,5, es decir que la empresa tardará en recuperarse exactamente 2 años y 6 meses, en función de los flujos de caja actualizados.

El punto de equilibrio en ventas de la empresa Oqmed es de \$ 320.983,57, es decir que al año debe vender ese monto para cubrir sus costos fijos y variables operativos.

Y el punto de equilibrio en unidades de la empresa es de 4.012 paquetes, es decir que Oqmed debe atender al año 4.012 paciente para cubrir con sus costos fijos y variables operativos.

## CAPÍTULO VI

### 6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 6.1 CONCLUSIONES

- La oportunidad de crecimiento de la empresa , viene a partir del cambio de leyes y reformas por parte del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS), y por el Ministerio de Relaciones Laborales, en las cuales exige al empleador cumplir las normas de seguridad y salud ocupacional que tiene derecho el empleado, lo cual beneficia de manera directa a la empresa Oqmed.
- El mercado de Medicina Ocupacional y Seguridad Industrial, es un mercado nuevo en el cual existe muchos demandantes y pocos ofertantes, esto representa una gran oportunidad para que Oqmed obtenga posicionamiento y participación en el mercado.
- El mercado objetivo que fue enfocado en el plan de marketing es el de medianas y grandes empresas, debido a que por ser empresas con más de 50 empleados, Oqmed optimiza los recursos existentes y genera mayor rentabilidad.

- El enfoque que busca la implementación del plan de marketing para la empresa, es conseguir posicionamiento, participación en el mercado y promover un servicio innovador y de excelente calidad en el sector de la seguridad y salud ocupacional, con el objeto de incrementar ventas, captar nuevos clientes, pero sobre todo mejorar la rentabilidad de la empresa.
- Conociendo la realidad del mercado mediante este estudio se pudo identificar a los competidores más fuertes del mercado, la demanda actual, preferencias y necesidades de los clientes, permitiéndole a Oqmed centrar sus esfuerzos en lo que los clientes consideran importante y tomar medidas a partir de estos resultados.
- La mayoría de empresas medianas y grandes conocen sobre la normativa vigente de Seguridad y Salud Ocupacional; esta es la primera razón por la cual las organizaciones buscan empresas privadas que brinden servicios de Medicina Ocupacional y Seguridad industrial, ya que a más de cumplir con las normas se mejora la relación interpersonal entre trabajadores y la empresa, creando un mejor ambiente de trabajo y una mayor productividad.
- Las alternativas presentadas en el estudio podrían de varias maneras potencializar las fortalezas que tiene la empresa, minimizar sus debilidades, y prepararla para aprovechar las oportunidades de mercado y prever las posibles amenazas, mediante la aplicación de estrategias ofensivas y defensivas específicas para cada una de ellas.

- La retroalimentación continua que mantenga la empresa Oqmed con sus clientes, al estar pendiente de su grado de satisfacción, le permitirá conocer las necesidades y expectativas del cliente, corregir las deficiencias que tenga y fidelidad a los clientes a largo plazo.

## 6.2 RECOMENDACIONES

- Es fundamental que Oqmed aplique el Plan de Marketing propuesto, para que de esta manera alcance los objetivos para su crecimiento y permanencia en el mercado.
- Es necesario que Oqmed plantee con claridad sus objetivos para el futuro, con el afán de tener un claro direccionamiento hacia el cumplimiento de sus metas. El plan propuesto en el presente trabajo intenta posicionar a la empresa en el mercado y aumentar las ventas de la misma.
- Realizar continuamente estudios de postventa, de tal manera que se puedan detectar falencias en el servicio o necesidades que deban ser cubiertas.
- Una de las fortalezas claves que posee Oqmed es su alto nivel competitivo en precios y calidad de servicio, esta es una ventaja que debe ser explotada en el mercado para adquirir posicionamiento y renombre en el área de seguridad y salud ocupacional.
- El servicio pos venta es fundamental para elevar el grado de fidelidad de los clientes, por lo que cada vendedor se debe mantener en contacto continuo con el cliente.
- Aprovechar y actualizar permanentemente la tecnología para poder brindar un servicio de alta calidad.

- Establecer seguimientos periódicos del rendimiento de los vendedores y de la situación de la empresa, analizar el servicio, el trabajo y atención del personal, entre otros temas, cruciales para mantener un servicio de calidad.
  
- Oqmed debe siempre preocuparse por generar soluciones inmediatas, de tal manera que aspectos como la capacitación al personal, posicionamiento en la mente de los consumidores, lealtad de los clientes, mejoramiento y automatización de procesos pueden ser la clave para alcanzar los objetivos de la empresa.

## BIBLIOGRAFÍA

### Libros:

1. Kozameth, S., & Ray, R. (2012). *La Economía de Ecuador desde el 2007*. Washington: Center for Economic and Policy Research.
2. Porter, M. E. (1980). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. The Free Press.

### Documentos en línea:

3. Agencia de Noticias Andes. (4 de Enero de 2014). Recuperado el 24 de Agosto de 2014, de <http://www.andes.info.ec/es/noticias/2014-habra-indicadores-economicos-positivos-asegura-presidente-ecuador.html>
4. BCE. (20 de Noviembre de 2014). *Banco Central del Ecuador*. Obtenido de <http://www.bce.fin.ec/index.php/publicaciones-de-banca-central3>
5. Censo Nacional Económico 2010. (Octubre de 2014). Obtenido de <http://redatam.inec.gob.ec/cgi-bin/RpWebEngine.exe/PortalAction?BASE=CENEC>
6. Diaro El Telegrafo. (17 de Mayo de 2012). Obtenido de <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/informacion-general/tag/Bienestar%20Social.html>
7. Explored. (19 de Junio de 2013). Recuperado el 15 de Agosto de 2014, de <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/los-5-ejes-de-la-reforma-a-la-ley-de-seguridad-social-583948.html>
8. INEC. (15 de Julio de 2014). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/inec-trabaja-en-un-nuevo-marco-conceptual-de-la-poblacion-ocupada/>
9. INEC. (2006). *Serie Histórica e Indices - Edificaciones*. Quito: \*.
10. Super Intendencia de Companias y Valores. (5 de Agosto de 2014). Obtenido de <http://www.supercias.gob.ec/portal/>
11. La Hora. (4 de Abril de 2012). Obtenido de [http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101309364/-1/Brecha\\_digital\\_persiste\\_en\\_Ecuador,\\_seg%C3%BAAn\\_informe\\_del\\_FEM.html](http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101309364/-1/Brecha_digital_persiste_en_Ecuador,_seg%C3%BAAn_informe_del_FEM.html).

**Informe**

12. Jiménez, N. L. (2011). *Diagnóstico Situacional de Seguridad y Salud en el Trabajo*. Canada.
13. Prosigma. (01 de Enero de 2013). *Prosigma - Promotora de calidad y excelencia organizacional*. Recuperado el 15 de Agosto de 2014, de <http://www.prosigma.com.ec/pdf/nlegal/Decreto-Ejecutivo2393.pdf>

## ANEXO

### ANEXO 1: ENCUESTA



PONTIFICIA UNIVERCIDAD CATOLICA DEL ECUADOR  
ENCUESTA

El objetivo de la presente encuesta es determinar cuál es la demanda y oferta del mercado de Medicina Ocupacional y Seguridad Industrial para conocer las necesidades, el grado de aceptación del servicio y gustos del cliente.

#### DATOS INFORMATIVOS

Tipo de actividad:

.....

Número de trabajadores: .....

INSTRUCCIONES: Seleccionar una alternativa marcando una (x) para dar respuesta a cada una de las preguntas.

1. ¿Actualmente está trabajando con una empresa que le brinde servicio de Medicina Ocupacional?

Si

No

2. ¿Actualmente está trabajando con una empresa que le brinde servicio de Seguridad Industrial?

Si

No

3. ¿ En el transcurso del próximo año tiene planificado contratar el servicio de Medicina Ocupacional y/o Seguridad Industrial?

Si

No

4. Al momento de contratar un proveedor de Medicina Ocupacional y Seguridad Industrial, que aspectos consideraría más importantes. Califique en una escala del 1 al 6, (siendo el 6 el más importante y 1 el de menor importancia)

Tiempo de respuesta

Experiencia de la empresa

Profesionalismo del personal

Precios del servicio

Fiabilidad de la empresa

Servicio integral

Otros .....

5. ¿Con qué frecuencia los empleados se ausentan a causa de problemas de salud?

Una vez a la semana

Una vez al mes

Una vez al año

Nunca

No conoce

6. ¿Qué empresas de Medicina Ocupacional y Seguridad Industrial conoce?

Oqmed

Corporación Inmedical

Ecuamerican

Biodimed

Axis

Otros

---

7. ¿De acuerdo a los riesgos laborales de su empresa qué exámenes médicos necesita?

Exámenes de laboratorio

Chequeo Médico

Espirometría

Electrocardiograma

Oftalmología

Rayos X

Otros

---

8. ¿Cuál es el valor de la inversión que estaría dispuesto a pagar por los servicios seleccionados en la pregunta 7, por empleado al año?

Entre \$30 - \$50

Entre \$51 - \$70

Entre \$71 - \$90

Entre \$91- \$120

Entre \$121- \$140

Entre \$141- \$160

Entre \$161 o más

9. ¿ A través de qué medios le gustaría recibir información sobre el servicio de Medicina Ocupacional y Seguridad Industrial?

Redes sociales

Correo electrónico

Visitas de un ejecutivo comercial

Llamadas telefónicas

10. ¿Cuál sería el motivo por el que su empresa no requiera el servicio de Medicina Ocupacional y Seguridad Industrial?

Estoy satisfecho con el servicio que brinda el IESS

El precio es demasiado alto

Por el momento no necesito adquirir el servicio

Nunca ha habido la necesidad

Pérdida de tiempo del personal para realizarse los exámenes

Otros \_\_\_\_\_