

SUMINISTROS Y DISTRIBUCIÓN DE EQUIPOS MEDICOS QUIRUGICOS

EMPRESA EQUIP MEDICS SC S.A.S



Equip Medic S.A

soluciones integrales en equipos medico quirurgicos

ANDREA CERVANTES RIVERA

YANETH SIMANCAS GUARDO

ESPECIALIZACIÓN GERENCIA EN LOS SERVICIOS DE SALUD

UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE BOLIVAR

CARTAGENA

JULIO

2011

2. CONTENIDO

- 1. TITULO**
- 2. CONTENIDO**
- 3. INTRODUCCIÓN**
- 4. ESTUDIO DE MERCADO**
- 5. ESTUDIO TECNICO**
- 6. ESTUDIO ORGANIZACIONAL**
- 7. ASPECTOS LEGALES**
- 8. EVALUACIÓN FINANCIERA**
- 9. IMPACTO DEL PROYECTO**

3. INTRODUCCIÓN

El éxito de toda organización depende directamente de la óptima utilización de sus recursos humanos, tecnológicos, financieros y de infraestructura. Para ello debe ir a la vanguardia de los tiempos, y realizar actividades que permitan un buen desempeño frente a toda la competencia existente. En este sentido, una de las áreas más importantes para alcanzar los objetivos organizacionales es el departamento Comercial, cuyo principal fin es la generación de ventas e ingresos para la organización.

Para un buen desempeño de la Gestión Comercial, además del talento humano, se requiere un buen direccionamiento que permita implementar las actividades adecuadas a la realidad de la organización y a lo que está demandando el mercado. Lo cual permitirá identificar la efectividad del trabajo que se realiza día a día, y tomar las acciones necesarias en los momentos indicados.

Por tanto, este documento pretende mostrar el camino y las acciones que llevarán a Equip Medic SC S.A.S , a ser reconocida como la mejor opción en la importación y distribución de equipos médico-quirúrgicos, teniendo como objetivo la máxima satisfacción de clientes, cumpliendo con los criterios de calidad, facilidad de acceso, seguridad, efectividad y pertinencia.

Quienes Somos

Somos una empresa que ofrecemos el suministro de equipos médicos e implementos hospitalarios tales como: camillas, sillas de ruedas, ventiladores mecánicos, nebulizadores, aspiradores, pulsoxímetros, máquinas de anestesia, monitores de signos vitales, lámparas de quirófanos, mesa de cirugía, desfibriladores.

Contamos con un equipo interdisciplinario de profesionales debidamente capacitados y respaldados con tecnología para la prestación de nuestros servicios, brindando calidad y oportunidad a nuestros clientes, contribuyendo con la dotación intrahospitalaria de clínicas y EPS a nivel local y regional en el departamento de Bolívar.

Misión

Contribuir con el suministro de equipos e insumos hospitalarios con calidad y seguridad que nos permita ser aliado estratégico de las entidades médicas.

Visión

Convertirnos en el 2016 en la empresa número uno en el suministro de equipos e implementos hospitalarios del departamento de Bolívar.

Objetivo Institucional

Tener un modelo sostenible que nos permita generar rentabilidad, ofreciendo servicios de calidad con garantía a nuestros clientes.

OBJETIVOS

- ✓ Lograr satisfacción y fidelidad de los clientes
- ✓ Asegurar la calidad de nuestros productos

4. ESTUDIO DE MERCADO

En este análisis se presentan datos del público objetivo, el tamaño y crecimiento del mercado para los últimos años, así como las necesidades, percepciones y tendencias del comportamiento del mercado.

Colombia tiene una población aproximada de 45.012.096 habitantes y el departamento de Bolívar tiene 1.878.993 habitantes de los cuales aproximadamente 5.632 personas y el mercado está en un constante crecimiento, lo que hace que cada día sea más competitivo para las empresas es aquí donde la empresa Equipos Médicos SC S.A.S debe identificar las ventajas que la lleven a liderar el mercado en la distribución y ventas de equipos médicos.

Solo en Cartagena de Indias tenemos 12 hospitales como por ejemplo el Hospital Universitario del Caribe que a diario requiere estos equipos e implementos ya que son necesarios para brindarle una atención necesaria a los pacientes que deben ser atendidos.

1.1 ANALISIS DEL SECTOR

Equipos Médicos SC S.A.S en el año 2011 implementará el lanzamiento de productos relacionados con la distribución y venta de equipos médicos observando la situación económica que se está viviendo en el sector salud se quiere lograr ofrecer la venta de los equipos médicos de calidad y a precios bajos que puedan servir para reducir los costos en las instituciones hospitalarias tanto del sector público como del sector privado.

Analizando la baja rentabilidad se iniciará con un plan estratégico de mercado donde se va a tener como base a la competencia (3M , Biomedical, Dotasalud, Baxter,) analizando los precios, diseños que se ajusten a las necesidades de los clientes.

Después de realizar el estudio se concluyó que los precios de la competencia se reflejan altos y evidenciaron la oportunidad de entrar a competir en el mercado con la distribución y venta de estos equipos a menor precio.

A continuación hacemos una descripción de algunos de los equipos que serán distribuidos y cada uno de sus atributos con el fin de tener claridad del producto y conocer el servicio que ofrece la empresa.

1.2 ANALISIS DEL MERCADO

El mercado está en un constante crecimiento, lo que hace que cada día sea mas competitivo para las empresas, es aquí donde se puede identificar que para nuestra empresa se deben identificar las ventajas que nos lleven a liderar el mercado en la comercialización de equipos médicos.

Nuestro servicio será prestado en todo el departamento de bolívar a clínicas, EPS y centros de salud del sector público y privado ofreciendo una oficina virtual, asesorías personalizadas y el servicio en línea de nuestra empresa; para que nuestros clientes tengan una mejor visión de nuestros productos a precios cómodos como la mejor calidad, para lograr expandirnos en el mercado y lograr una fidelización de todas las entidades que adquieran nuestros producto.

Objetivo de Mercadeo

Ser reconocidos como una empresa seria de innovación comprometida, competitiva y de calidad.

1.3 – ANALISIS DE LA COMPETENCIA

Conocer las estrategias de mercadeo de la competencia son elementos que nos permitieron definir las estrategias de mercadeo para con el fin de capturar y asegurar la participación en el mercado. Igualmente definir las ventajas competitivas y detectar las debilidades de la competencia que pueden explotarse para garantizar esa porción de mercado a la empresa.

En la tabla presentada a continuación podemos visualizar todos los atributos que poseen los competidores respecto a su portafolio de productos, competencia de precios, canales de distribución y los medios de posicionarse.

ATRIBUTO COMPETENCIA	PRODUCTO	PRECIO	CANALES DE DISTRIBUCION	COMUINICACION
BIOMEDICAL	CALIDAD	ESTANDARESPECTO AL PRODUCTO	MUY BIEN DEFINIDOS	MARCA POSICIONADA, ESTRATEGIAS CLARAS
PROGRAL MEDICAL	CALIDAD – BIOSEGURIDAD	ESTANDAR RESPECTO AL PRODUCTO- FACILIDADES DE PAGO	MUY BIEN DEFINIDOS	MARCA POSECIONADA, ESTRATEGIAS BIEN CLARAS Y CLIENTES FIELES A ESTE PRODUCTO
DISCLINICAS	CALIDAD – PRECIOS	ESTANDAR RESPECTO AL PRODUCTO – FACILIDADES DE PAGO	MUY BIEN DEFINIDOS	PLAN DE COMUNICACIÓN BIEN DEFINIDO

A parte del análisis de atributos por competidor, concluimos que:

Equip Medic SC S.A.S tiene competidores muy fuertes entre los cuales destacamos los tres anteriores que como se muestra en la grafica tienen estrategias de mercadeo claras y atributos que los diferencian entre sí.

Equip Medic SC S.A.S debe tomar este análisis de campo de batalla para reforzar su estrategia y poder encontrar su ventaja competitiva frente a estos competidores.

Estos competidores, principalmente progra medical están enfocados 100% al cliente, factor que le permitió el estatus que tiene, posicionamiento de sus líneas y sobre todo fidelización de sus clientes.

De aquí partimos que para poder lograr liderar este mercado se deben desarrollar las estrategias a continuación plasmadas con el fin de Obtener un lugar determinante frente a la competencia en el mercado.

1.4 Estrategias De Mercado

1.4.1 PRODUCTO O SERVICIO

MAQUINA DE ANESTESIA

SP2 ofrece un muy bajo costo de compra por los diez años de vida útil y provee una excelente alternativa a máquinas reacondicionadas.

La Máquina Integra AV-S ofrece un alto nivel de opciones en un paquete fácil de usar diseñado para alcanzar los más altos requerimientos en un equipo de anestesia. La AV-S sostiene dos vaporizadores y por el hecho de tener una estructura mas ancha, cuenta con un área de trabajo más grande. La AV-S ofrece un paquete de Ventilador y Absorbente completamente integrado. Vea la información abajo referente al Ventilador AVS y al Absorbente A200SP incluido.

MONITOR DE SIGNOS VITALES

- El BP-S510 tiene un diseño sofisticado que provee operación simple. A causa de la función avanzada es perfecto por muchas usas como cuidada de postanestético, cirugía ambulatoria, endoscopia, salas de emergencias y más. Mide ECG (3/5 plomo), presión de corazón y respiración. Disponible con temperatura, IBP de dos canales, EtCO2, y una impresora.
- Compacto: Compacto cómodamente con muchos rasgos, el BP-S510 esta grande para áreas con poco espacio.
- Requisitos de Batería: Operación de batería para portabilidad. Disponible con baterías recargables, el BP-S510 puede ser usado durante el transporte dentro de su hospital.
- Amplio angulo de Inspección: la pantalla grande del BP-S510 esta cristal líquido y presenta un amplio ángulo de inspección. Cada parámetro es cifrado por color en colores brillantes y vivos, haciendo la información fácil para leer hasta de una distancia. Usted también puede seleccionar de vistas múltiples para destacar sólo la información que usted necesita.

LAMPARAS QUIRURGICAS

La lámpara DRE Visión Excel tiene un diseño con reflector elíptico de 406 mm que reduce sombras. Esta luz tiene un deseno grande y pre enfocada que facilita una distribución de luz homogénea.

La DRE Visión Excel tiene un mango removible montado el perímetro de la luz para que se le pueda esterilizar.

Especificaciones: Foot Candles: 6,000 salida a 1-metro de distancia

- Lux: 64,500
- Distancia de Enfoque: 36" /914mm
- Cilindro de vidrio absorbente le luz, corrige-color
- Reemplazo de bombillo momentario
- Cabeza de suave articulación y ensamblaje de brazo
- Mecanismo de resorte de brazo de compresión ajustable

MESAS QUIRURGICAS

CARACTERISTAS de la Lucerne 360

- Esta mesa electro-hidraulica, para uso general y con mando de distancia, da a sus utilizadores alta seguridad y un posicionamiento preciso del paciente durante toda la cirugía.
- Capacidad de interfaz con un brazo "C" satisface todos los requisitos de imagineria medica
- Capasidad de posicionamiento incluyen: rotacion completa (360 grados) de la mesa, inclinacion lateral de 30 grados, Trendelenburg y Trendelenburg lo contrario a 30 grados, inclinacion de espalda de 90 grados, decenso de espalda de 40 grados, decenso de piernas de 105 grados, ajustamiento de altura entre 71cm y 114 cm.
- Mando de distancia, con cable rollado, ajusta la altura de la mesa y la inclinacion lateral de las secciones de espalda y silla.
- Base estable y manejable con ruedecitas moviles, las cuales permiten movimiento de lado a lado, lo cual facilita la limpieza y la operacion de la mesa
- Viene con un sistema de frenos de cuatro puntos que funciona a traves de un sencillo boton.
- Mesa radiotranslucida.

1.4.2 ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN

OPTIMIZACIÓN DE LA FUERZA COMERCIAL DE EQUIP MEDIC SC S.A.S

Esta estrategia consiste en la planeación, organización e implementación de una fuerza comercial efectiva enfocada a maximizar el rendimiento de la gestión comercial de la empresa y los productos ofrecidos por ella.

Los objetivos de la fuerza comercial incluyen para desarrollar nuevos negocios, vender el portafolio de productos y una línea de servicios que le generen un valor agregado al producto y al mismo tiempo permita obtener ventajas competitivas en el mercado frente a la competencia.

Al contar con un sistema que gestione o administre las actividades y esfuerzos en ventas proporcionará el marco idóneo para liderar el mercado, medir el desempeño y la productividad del mismo. Emplear un sistema para la gestión comercial más estructurado facilitará la labor y ayudará enormemente a mejorar el posicionamiento y comercialización de la empresa.

HERRAMINETAS	OBJETIVOS	ACTIVIDADES
Plan Comercial de Ventas	Asegurar un proceso de comercialización organizado y muy efectivo con el fin de maximizar las ventas y lograr un Posicionamiento real.	Organizar la comercialización: Talento humano, canales de distribución, estrategias de ventas y priorización de necesidades. Definir cronograma de actividades comerciales (visitas, eventos, reuniones entre otros.
Capacitación la fuerza de ventas (Talento Humano)	Entrenar a todo el talento humano que hace parte de la fuerza comercial en la nueva estrategia para optimizar la gestión comercial.	Capacitación en ventas, como hacer seguimiento a un plan de trabajo, sobre negociación (la idea es desarrollar distintas competencias y habilidades que nos

		<p>permite tener un perfil integral y efectivo en la gestión)</p>
Estructura de Seguimiento	<p>Asegurar que el proceso de comercialización organizado se lleve a cabo y se cumplan las metas estipuladas.</p>	<p>definir indicadores de gestión</p> <ul style="list-style-type: none"> . Definir las etapas del proceso de las ventas y como hacerle seguimiento a cada pauta. . Revisión mensual de los indicadores . Construir un Programa de mejoras por mes

Estructura de Seguimiento

Asegurar que el proceso de comercialización organizado se lleve a cabo y se cumplan las metas estipuladas.

- . Definir indicadores de gestión
- . Definir las etapas del proceso de las ventas y como hacerle seguimiento a cada pauta.
- . Revisión mensual de los indicadores
- . Construir un Programa de mejoras por mes

1.4.2 ESTRATEGIAS DE PRECIOS

La estrategia de precios para posicionamiento y mantenimiento de mercado para utilización de este servicio estarán encaminados principalmente en los siguientes puntos:

- Precios asequibles
- Combos de Equipos

Manejaremos tarifas atractivas de lanzamiento inferiores a nuestros competidores con el fin de incursionar en el mercado y poder competir con los demás proveedores.

Inicialmente la primera compra del cliente será de contado realizándole un descuento del 5% al 10% y luego en la siguiente compra el pago será de 30 a 60 días con un descuento del 12% al 15% solo si cancelan dentro del tiempo pactado

A continuación se anexan los valores de venta de algunos equipos

TABLA 2.

LISTADO DE PRECIOS POR EQUIPOS		
EQUIPO	CANTIDA	VALOR
LAMPARAS QUIRURGICAS	1	12.560.000
MAQUINA DE ANESTESIA	1	49.000.000 + IVA
MONITORES	1	5.000.000
ELECTROBISTURI	1	2.500.000
CAMILLA QUIRURGICA	1	36.000.000
BOMBA DE INFUSION	1	1.950.000 + IVA
CUNA TERMICA	1	18.000.000
DEFIBRILADOR	1	18.000.000
MESA DE RESERVA	1	1.000.000
MESA DE MAYO	1	850.000
NEBULISADORES	1	1.1000.000

1.4.4 ESTRATEGIAS DE COMUNICACIONES

Uno de las estrategias más importantes para generar el posicionamiento son las Comunicaciones Externas de la organización, es decir, aquellas que se entablan entre la empresa y cualquier persona ajena a ella.

Con ella se manejan impresiones y percepciones de la empresa en General, y va de la mano de la publicidad. Para alcanzar el objetivo de este Plan Estratégico de Mercadeo se pretende utilizar las siguientes herramientas:

1. Publicidad

Se definirán y determinará todo el material publicitario a utilizar en campañas, eventos y demás, para conseguir posicionamiento y recordación de la marca.

HERRAMIENTAS	OBJETIVOS	ACTIVIDADES
. Inventario Tecnológico	Tener un material informativo impreso y/o digital, que contenga toda la información de los productos y servicios que ofrecemos al mercado, y una descripción detallada de sus Características y funciones.	Definir y recopilar el contenido del inventario de la Empresa. . Redactar el mensaje comunicacional que llevará. . Diseñar visual y gráficamente el inventario.
. Hoja de Producto	Tener un impreso de fácil lectura que contenga la información básica de manera que oriente y ubique al lector sobre nuestra fundación y nuestro trabajo	Tener un impreso de fácil lectura que contenga la información básica de manera que oriente y ubique al lector sobre nuestra fundación y nuestro trabajo. . Definir y recopilar el contenido de la hoja de producto . Redactar el mensaje comunicacional que llevará . Diseñar visual y gráficamente . Imprimir las hojas de producto
. Folletos	Hacer herramientas de entrega masiva para que el público . Definir y redactar el contenido de los folletos	. Diseñar los folletos . Imprimir los folletos . Repartir los folletos

	conozca el nuevo producto, de una forma clara, sencilla, dinámica y fácil.	
Pendones	Crear herramientas que generen recordación y posicionamiento de la marca de carácter portable para cualquier lugar o momento.	Diseñar pendones . Imprimir pendones . Uso de pendones en eventos, sitios claves, etc.
Presentación Corporativa	Diseñar una presentación interactiva que contenga toda la descripción de los nuevos productos y sus características, de forma que el cliente se motive a adquirirlos.	Diseñar la presentación corporativa . Tener la presentación corporativa en medio magnético (CD) para entregarle a los posibles clientes potenciales.

Sitio Web

Actualmente el mundo virtual es una carta importante para el manejo de la información y la publicidad, pues es de fácil acceso. Para ello, se propone optimizar el sitio web, y mantener una gestión de contenido permanente, que les permita a los clientes estar enterados de los cambios, los nuevos productos y promociones en tiempo real, de una forma dinámica.

1.4.5 ESTRATEGIAS DE SERVICIO

Tiene el objetivo de proveer soluciones que permitan fortalecer la comunicación entre la empresa y sus clientes para mejorar las relaciones que retengan y fidelismos a esos clientes.

En esta estratégica se desarrollara en distintos componentes del proceso de comercial:

La preventa

- Realizar un estudio de los clientes, segmentarlos, identificar las necesidades e
- identificar potenciales clientes. El análisis de la información reunida sobre los
- clientes le permitirá a Equip Medic SC S.A.S revisar su portafolio de productos
- con el fin de satisfacer mejor las expectativas de sus clientes

Las ventas

En este punto del proceso la estrategia de gestión de clientes consiste en otorgar en el momento de la venta herramientas que permitan tener una venta mucho más efectiva y constituir potenciales relaciones (gestión de contactos, de reuniones de ventas, de relanzamientos de portafolio, pero también ayuda en la preparación de propuestas comerciales, etc.).

La posventa

En esta última parte del proceso es el crucial para asegurar a los clientes por medio de un seguimiento continuo a través de asistencia al cliente, en especial a través de la implementación Servicio para responder a sus necesidades y convertirlos en clientes leales. Para la comercialización de nuestros productos se mantendría un stock mínimo de los productos de mayor rotación en el mercado que en este caso serían los monitores, los bombillos de las lámparas cielíticas, los vaporizadores, las mesas de instrumental.

1.4.6 Proyección de Ventas

A continuación las proyecciones de ventas para los cuatro primeros años del proyecto, incrementando un 5% en cada año de actividad.

AÑO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
VENTAS PROYECTADAS	350.000.000	367.500.000	385.775.000	405.063.750

1.4.7 Política De Cartera

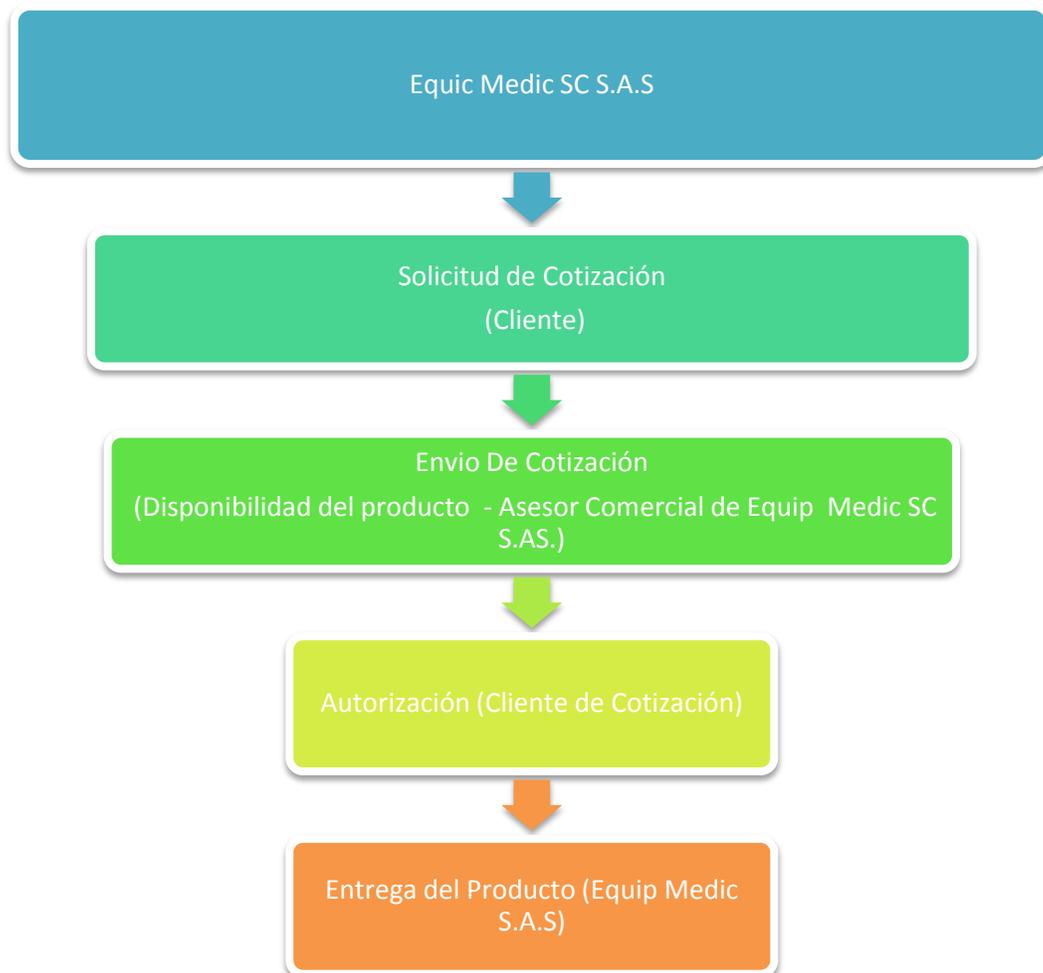
Inicialmente se realizara un estudio de crédito al cliente para observar que capacidad de endeudamiento tiene y dependiendo de los resultados que este arroje se le otorgara un cupo de determinado valor; por ser la primera compra del cliente el pago del producto deberá realizarse contra entrega realizándole un descuento del 5% al 10% y luego en la siguiente compra el pago será de 30 a 60 días con un descuento del 12% al 15% solo si cancelan dentro del tiempo pactado, y se tendrá en cuenta el comportamiento de pago para ampliarles el cupo.

5 .ESTUDIO TECNICO

5.1 Ficha Técnica Del Servicio a Desarrollar

1. DENOMINACIÓN DEL BIEN O SERVICIO
Equip Medic SC S.A.S Distribución y Suministro de Equipos Médicos Quirúrgicos
2. DESCRIPCIÓN GENERAL
Empresa que ofrecerá el servicio de distribución y suministro de equipos médicos quirugugicos incluyendo el soporte tecnológico necesario para asegurar un óptimo servicio de garantía post venta, mantenimiento preventivo, accesorios, repuestos e insumos. Nuestro objetivo es ser la mejor solución a sus necesidades profesionales, abasteciéndolos con equipamiento de alta tecnología con la mejor relación costo - beneficio.

5.2 Proceso de Producción del Servicio



El servicio será prestado de la siguiente forma: inicialmente el cliente solicita una cotización la cual antes de ser enviada se debe realizar la respectiva verificación y disponibilidad del producto, se procede a realizar la cotización y el envío de esta ya sea vía electrónica o fax, la cual se le realizara seguimiento por parte del asesor comercial hasta que finalmente esta se autorizada por el cliente, y el ciclo se cierra mediante la entrega del producto, la cual se coordinará con el cliente.

5.3. Proceso de Implementación

El éxito de esta empresa dependerá del equilibrio financiero entre las diferentes estrategias de mercadeo que se lleven a cabo, de igual forma su supervivencia y mantenimiento dependerá de la estructura y composición del desarrollo en sus actividades.

Para lo anterior formularemos las siguientes previsiones:

- Inversión en capacidad de servicio para poder responder a la evolución de la demanda o para poder entrar con nuevos servicios al mercado potencial.
- Tesorería necesaria para hacer frente a los vencimientos y que supone una previsión de gastos e ingresos en el centro de servicios.

Para lo anterior encontramos ventajas en la respuesta a la gestión estratégica: instrumentos de coordinación, Visión común, facilidad de seguimiento de las acciones emprendidas, agilidad en las reacciones del centro frente al consumidor potencial y a los objetivos del Centro, y la gestión rigurosa basada en normas, presupuestos, celebración de contratos y no en improvisaciones.

5.4 Plan De Compras

El plan de compras se ejecutara inicialmente dependiendo de las necesidades de los clientes; pero se mantendrá un stock mínimo de los productos de mayor rotación en el mercado, tendremos como proveedor a la empresa DRE que es uno de los proveedores mundiales de equipamiento medico, enfocado en el compromiso continuo de calidad y satisfacción al cliente.

5.5 Necesidades y Requerimientos

5.5.1 EQUIPOS

- Lámparas Cielíticas Para Quirófano
- Maquinas De Anestesia
- Monitores
- Camillas Quirúrgicas
- Bomba de infusión
- Cunas Térmicas
- Desfibrilador
- Nebulizador
- Mesa de Mayo
- Mesa De Reserva
- Equipo de Electrobusturi
- Vaporizadores

5.5.2 EQUIPO DE TRABAJO

- Gerente General
- Gerente Comercial
- Contador
- Asesores de Ventas
- Recepcionista

5.6. Plan De Producción

Nuestra empresa la cual esta enfocada a la comercialización de equipos médicos quirúrgicos utilizara estrategias de mercadeo la cual consiste en realizar visitas a los jefes de compra de cada una de las diferentes clínicas de la ciudad de Cartagena, las cuales se programaran semanalmente para promocionar nuestros equipos; las visitas se realizar teniendo como ayuda didáctica la entrega de portafolios de servicios, listado de precios y realizando obsequios publicitarios de nuestra empresa como bolígrafos, afiches, tarjetas de presentación.

Estas visitas serán reportadas en una ficha de visita a clientes, en donde se anotaran las inquietudes y sugerencias de nuestros clientes, para así prestar un mejor servicio de calidad y oportunidad.

5.7. Plan de Compras

LOS PROVEEDORES SON:

- Proveedores Fabricantes de Equipos Médicos
- Proveedores DRE que un proveedor a nivel nacional e internacional

Son todos aquellos proveedores que suministran los equipos médicos que serán comercializados. Otros proveedores serán empresas que brinden los elementos necesarios para el funcionamiento técnico de la empresa.

Es importante sostener buenas relaciones con proveedores para mantener un inventario que cuente frecuentemente con los insumos y materias primas necesarias para la prestación del servicio.

Las compras se realizaran de acuerdo a los productos que mas rotan en el inventario.

Control de calidad

Se realizara control con una lista de chequeo para la revisión técnico mecánica de productos verificando constantemente que estos cumplan con los requisitos establecidos por las normas legales vigentes establecidas por el INVIMA correspondientes a cada elemento. Para cumplir con esta tarea se solicitara y se programaran visitas del DADIS para la verificación del buen funcionamiento de la empresa y seguidamente se procederá a iniciar el proceso de certificación de la empresa mediante la norma ISO 9000 – 2000 que se base en la implementación de un del sistema de gestión en calidad de los servicios prestados.

5.8. Costos de Producción

Se realizaran cotizaciones a los proveedores de los equipos que se necesiten de acuerdo a la mejor relación costo beneficio, calidad, descuento, forma de pago y se tomara un proveedor de base para trabajar sin descartar otras opciones.

Listado de precios de los equipos mas comercializados.

LISTADO DE PRECIOS POR EQUIPOS		
EQUIPO	CANTIDA	VALOR DE COMPRA
LAMPARAS QUIRURGICAS	1	6.500.000
MAQUINA DE ANESTESIA	1	22.000.000 + IVA
MONITORES	1	2.350.000
ELECTROBISTURI	1	1.650.000
CAMILLA QUIRURGICA MANUAL	1	29.000.000
CAMILLA QUIRURGICA ELECTIRCA	1	43.000.000
BOMBA DE INFUSION	1	1.350.000+ IVA
CUNA TERMICA	1	10.000.000
DEFIBRILADOR	1	9.500.000
MESA DE RESERVA	1	580.000
MESA DE MAYO	1	350.000
NEBULISADORES	1	580.000

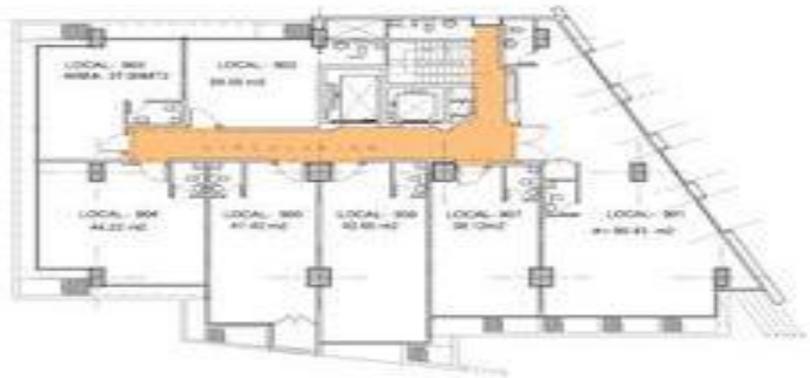
GASTOS DE ADMINISTRACION		
GASTOS DE ADMINISTRACION	FIJO	TOTAL A UN AÑO
Gastos Administración	100%	\$ 67.800.000
Arrendamiento	100%	\$ 12.000.000
Servicios	100%	\$ 8.000.000
Adecuación e instalación	100%	\$ 3.000.000
TOTAL DE GASTO		\$ 90.800.000

NOMINA			
PERSONAL REQUERIDO	Nº PERSONAS	NETO PAGADO MENSUAL	NETO PAGADO ANUAL
Gerente	1	\$ 1.800.000	\$ 21.600.000
Gerente Comercial	1	\$ 1.350.000	\$ 16.200.000
Contador	1	\$ 650.000	\$ 7.800.000
Asesor Comercial	1	\$ 700.000 + comisiones	\$ 8.400.000
Contador	1	\$ 600.000	\$ 7.200.000
Recepcionista	1	\$ 550.000	\$ 6.600.000
TOTAL	6	\$ 5.650.000	\$ 67.800.000

5.9 INFRAESTRUCTURA

Equip Medic SC S.A.S estará ubicado en el Centro Médico Ronda Real Con domicilio Diagonal 31 No 54 -215 barrios Santa Lucia, la oficina estará distribuida de la siguiente forma:

- Oficina de Gerencia
- Departamento de Contabilidad
- Departamento Comercial
- Recepción
- Baño
- Un cuarto para almacenamiento y mantenimiento



PLANTA PISO 9º



6. ESTUDIO ORGANIZACIONAL

6.1. Estructura Organizacional

Nuestra empresa estará organizada de manera formal, donde hay un conjunto de niveles jerárquicos, puestos y funciones establecidas de forma oficial por quienes detectan el poder estratégico. Este poder corresponde a la dirección, encargada de establecer los grandes objetivos y líneas de actuación de la entidad.

Las comunicaciones internas se darán a través de manuales de organización, de descripción de cargos, de organigramas, de reglas y procedimientos.

6.2. ANALISIS DOFA

FORTALEZAS

- Tecnología a la vanguardia en todos los servicios
- Alianzas estratégicas con clientes y proveedores para la creación de nuevos productos y servicios
- Convenios con entidades públicas y privadas
- Personal con alto nivel académico especializado para la prestación de servicio
- Planta física adecuada para atender la demanda
- El personal que labora en el servicio poseen principios éticos y vocación.

DEBILIDADES

- Somos nuevos en el mercado y aun no contamos con el reconocimiento de la población
- No contamos con un número de clientes
- Alta inversión, precisa de presupuestos elevados

OPORTUNIDADES

- El porcentaje de mujeres mayores de 15 años en esta zona es elevado, lo cual implica que deben tener servicio de estética y gimnasio para el cuidado personal
- Crear estrategias de precios y ofrecer servicios que sean accesibles a la población para generar más clientela
- Mercado en crecimiento
- Conocimiento de las necesidades de cada uno de los clientes
- producto dirigido a un segmento socioeconómico medio-alto

AMENAZAS

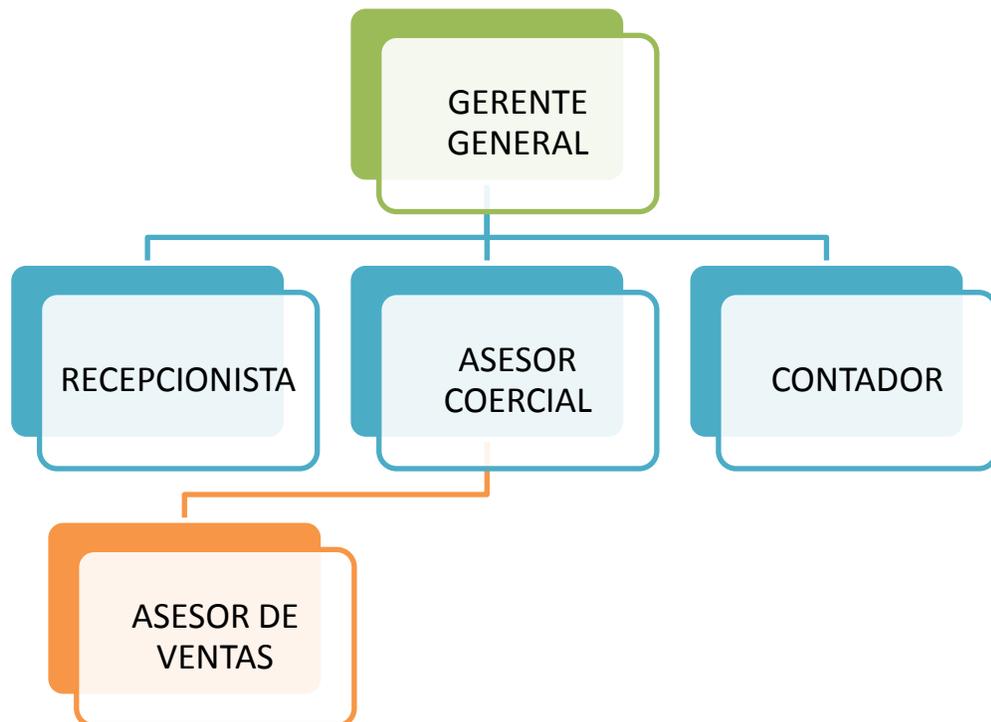
- Competencias reconocidas y Con más tiempo en el mercado
- Entrada de nuevos competidores fuertes al mercado
- Escepticismo y desconfianza de los consumidores

6.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Nuestro centro implementara una organización lineal y funcional en donde se sigue el principio de unidad de mando, según el cual cada persona recibe órdenes de un solo jefe.

En nuestra empresa el director manda y controla el personal, coordinando, supervisando y controlando con eficacia para el buen funcionamiento del centro.

6.8 Organigrama



Descripción de Cargos

- **CARGO**

Gerente general

PERFIL DE COMPETENCIAS

Experiencia: Mínimo dos años en administración de negocios

Formación académica: Profesional en administración de empresas o Marketing

Habilidades y destrezas: planificar, dirigir y controlar la administración interna de la empresa, optimizando la utilización periódica de los recursos y participar en la elaboración de la política administrativa de la misma. Atender y brindar soluciones a conflictos y problemas laborales que se presentan. Establecer los procedimientos que han de seguirse para asegurar el buen funcionamiento de los servicios de información y comunicación entre los diferentes departamentos de la empresa, debe poseer visión estratégica, capacidad integradora e innovadora y sobre todo desarrollar un estilo de liderazgo que se ajuste a las necesidades y requerimientos de la cultura organizacional de la empresa.

- **CARGO**

Contador

PERFIL DE COMPETENCIAS

Experiencia: Mínimo 2 años

Formación académica: Contador Publico

Habilidades y destrezas: elaborar estados financieros e informes para fines contables, analiza e informa sobre la contabilidad de la empresa. Su labor fundamental es la revisión de los registros o asientos contables que informan sobre los gastos e ingresos del centro para verificar que cumplan con los procedimientos y disposiciones legales, tomando como fuente los informes del inventario, las facturas, recibos de compra entre otros documento.

- **CARGO**

Asesora comercial

PERFIL DE COMPETENCIAS

Experiencia: 1 año en cargos similares

Formación académica: técnico o universitarios

Habilidades y destrezas: Lograr metas establecidas en el presupuesto de ventas de la empresa, manteniendo de forma activa las relaciones con el cliente, logrando una fidelización permanente del mismo. Asesorar de manera real y objetiva a los clientes y sus necesidades y consolidar la imagen corporativa de la organización. De igual manera tiene como función mantener una búsqueda constante de nuevos clientes

- **Cargo**

Recepción

PERFIL DE COMPETENCIAS

Experiencia: con o sin experiencia

Formación académica: Bachiller o estudiante de educación superior con conocimientos básicos de computación.

Habilidades y destrezas: dinámica, responsable, puntual, creativa, amable y trabajar bajo presión.

7. Aspectos Legales

4.1 Tipo de sociedad

Nuestra empresa, se regulara bajo las leyes colombianas, se registrará de acuerdo a las normas citadas en el:

- **Decreto 2309 de 2002** el cual define el sistema obligatorio de garantía de calidad de la atención de salud del sistema general de seguridad social en salud
- **Resolución 1439 del 2002** en la cual se adoptan los formularios de inscripción y novedades para el registro especial de prestadores de servicios de salud, manuales de estándares y procedimientos, establece las condiciones de suficiencia patrimonial y financiera del sistema único de habilitación de prestadores de servicios de salud.
- **Ley 1122 del 2007** la cual hace ajustes al sistema general de seguridad social en salud, teniendo como prioridad el mejoramiento de la prestación de servicios a los usuarios, reformando los aspectos de dirección, universalización, financiación, equilibrio entre los actores del sistema, racionalización y mejoramiento en la prestación de servicios de la salud, funciones de inspección, vigilancia, control, organización y funcionamiento de redes para la prestación de servicios de salud.
- **Decreto 4957 de 2.007** el cual establece un plazo para la obtención del registro sanitario o permiso de comercialización de algunos dispositivos médicos para uso humano y se dictan otras disposiciones.
- Nuestra empresa se ha inclinado por adoptar la figura comercial de Sociedad Anónima está conformada por un numero plural de socios que no puede ser menor y un máximo ilimitado. La razón social debe estar seguida por la sigla S.A.

Capital en las sociedades anónimas

- El capital de las sociedades anónimas se divide en acciones de igual valor y se representan por un título negociable. El capital de la sociedad anónima comprende el capital autorizado, suscrito y pagado.
- Al momento de constituir la empresa, se debe suscribir como mínimo el 50% del capital autorizado, y pagarse como mínimo la tercera parte del capital suscrito. Esto quiere decir que si una sociedad anónima se constituye con un capital autorizado de \$300.000.000, se debe suscribir como mínimo \$150.000.000 y pagar como mínimo \$50.000.000.
- **Capital autorizado.** Es el monto de capital que al momento de constituirse la sociedad, los socios deciden como limite máximo. Es la capitalización máxima que tendrá una sociedad, y por lo general corresponde a las proyecciones y aspiraciones futuras de los socios.
- **Capital suscrito.** Es la parte del capital autorizado que los socios se comprometen a pagar. El pago del capital suscrito se puede hacer de contado o mediante cuotas en un plazo no mayor a un año. Una vez un socio haya pagado la totalidad del capital suscrito, puede suscribir otra parte del capital autorizado. La suscripción del capital, impone al socio la obligación de pagarlo.

- **Capital pagado.** Corresponde al capital que efectivamente se debe pagar al momento de la constitución de la sociedad. Es el capital con que puede contar la empresa al momento de su constitución.
- **Constitución de la sociedad anónima**
- La constitución de una sociedad anónima debe hacerse mediante escritura pública con el cumplimiento de los requisitos establecidos en el artículo 110 del código de comercio. Requiere también la inscripción en el Registro mercantil.
- Cada accionista tiene derecho a la proporción de las utilidades según su participación en la sociedad. Los dividendos deben ser aprobados por la asamblea de socios y deben estar fundamentados en estados financieros fidedignos. Antes de la distribución de dividendos, se debe primero apropiarse lo correspondiente a la Reserva legal o estatutarias, lo mismo que la provisión para el pago de impuestos.
- Los dividendos pueden ser pagados en efectivo o mediante nuevas acciones, pero en este último caso, se requiere la aprobación de por lo menos el 80% de la representación de las acciones. En caso de no existir tal aprobación, el pago en acciones sólo se puede hacer a quien así voluntariamente lo acepte.
- La distribución de utilidades, debe ser aprobada por el 78% o más de las acciones. Si no se consigue esta mayoría, se debe distribuir por lo menos el 50% de las utilidades, previa aplicación de las utilidades para enjugar pérdidas si las hubiere.

8. EVALUACION FINANCIERA

RECURSOS PROPIOS

Nombre	Valor	Bien / Servicio	Detalle
ANDREA CERVANTES RIVERA	\$50.000.000	EFFECTIVO	APORTE
YANETH SIMANCAS	\$50.000.000	EFFECTIVO	APORTE

- Para poder cubrir los costos de los equipos y maquinarias que son alrededor \$ 80.000.000 y algunos otros gastos iniciales, el capital inicial será cubierto con recursos propios de los socios.

8.1 PROYECCION DE VENTAS PRIMER AÑO

LISTADO DE PRECIOS POR EQUIPOS			
EQUIPO	CANTIDA	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
LAMPARAS QUIRURGICAS	4 SET	12.560.000	\$ 50.240.000,00
MAQUINA DE ANESTESIA	2	49.000.000 + IVA	\$ 98.000.000,00
MONITORES	4	5.000.000	\$ 20.000.000,00
ELECTROBISTURI	6	2.500.000	\$ 15.000.000,00
CAMILLA QUIRURGICA	2	39.000.000	\$ 78.000.000,00
BOMBA DE INFUSION	3	1.950.000 + IVA	\$ 5.850.000,00
CUNA TERMICA	2	18.000.000	\$ 36.000.000,00
DEFIBRILADOR	2	24.500.000	\$ 49.000.000,00
MESA DE RESERVA	4	1.000.000	\$ 4.000.000,00
MESA DE MAYO	4	850.000	\$ 3.400.000,00

NEBULISADORES	6	1.1000.000	\$ 66.000.000,00
TOTAL			\$ 425.490.000,00

VIABILIDAD DEL PROYECTO

Para calcular la viabilidad usamos el método del valor presente neto que se calcula comparando , en una misma fecha, la inversión inicial con los flujos netos de efectivo.

$$VPN = -P + \frac{FNE}{(1+T.O)} + \frac{FNE}{(1+T.O)} + \frac{FNE}{(1+T.O)} + \frac{FNE}{(1+T.O)}$$

INGRESOS	GASTOS	FNE
\$ 425.490.000,00	\$ 284.740.000,00	\$ 140.750.000,00

9. IMPACTO DEL PROYECTO

IMPACTO ECONOMICO:

La creación del centro de nuestra empresa está encaminada a la implementación de programas de servicios integrales dirigido a las clínicas, hospitales e IPS de la ciudad de cartagena, lo cual genera divisas, de igual forma es una fuente de creación de empleo directo para los cartageneros. Estaremos generando en la fase inicial del proyecto 5 empleos directos con la empresa.

IMPACTO SOCIAL:

Nuestro centro esta creado para brindar servicios integrales, con personal calificado responsable y presto a innovar para brindar un excelente servicio.

Nuestros servicios tienen múltiples beneficios para los hospitales, clínicas y EPS de la ciudad de Cartagena, logrando disminuir los costos de estas entidades ya sean publicas o del sector privado.

IMPACTO REGIONAL

Posicionarnos como distribuidores y comercializadores de equipos médicos a nivel local y regional inicialmente para contribuir con nuestras políticas que son costo- beneficio – calidad, para satisfacer las necesidades de nuestros clientes.