

UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE VENTAS
Modalidad Semipresencial

TEMA:

Plan de negocio para comercializar medicamentos genéricos distribuidos por la empresa DISGILBERT S.A. a los hospitales y clínicas de Guayaquil para el año 2020.

AUTORES:

Gilbert Chung Sang, Guillermo André; Sellán Deleg, Andrea Patricia

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de
Ingeniero en Administración de Ventas**

TUTOR:

Ing. Pérez Cepeda, Maximiliano Bolívar, Ph.D.

Guayaquil, Ecuador

11 de septiembre del 2019



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE VENTAS

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por Gilbert Chung Sang, Guillermo André; Sellán Deleg, Andrea Patricia, como requerimiento para la obtención del título de **Ingeniero en Administración de Ventas**.

TUTOR

f. _____

Ing. Pérez Cepeda, Maximiliano Bolívar, Ph.D.

DIRECTOR DE LA CARRERA

f. _____

Eco. David Cazar Coello, Mgs.

Guayaquil, a los 11 días del mes de septiembre del año 2019



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE VENTAS**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Nosotros, **Gilbert Chung Sang, Guillermo André; Sellán Deleg,
Andrea Patricia**

DECLARAMOS QUE:

El Trabajo de Titulación, **Plan de negocio para comercializar medicamentos genéricos distribuidos por la empresa DISGILBERT S.A. a los hospitales y clínicas de Guayaquil para el año 2020** previo a la obtención del título de **Ingeniero en Administración de Ventas**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 11 días del mes de septiembre del año 2019

AUTORES

f. _____
Gilbert Chung Sang, Guillermo André

f. _____
Sellán Deleg, Andrea Patricia



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE VENTAS**

AUTORIZACIÓN

Nosotros, **Gilbert Chung Sang, Guillermo André; Sellán Deleg,
Andrea Patricia**

Autorizamos a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Plan de negocio para comercializar medicamentos genéricos distribuidos por la empresa DISGILBERT S.A. a los hospitales y clínicas de Guayaquil para el año 2020**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 11 días del mes de septiembre del año 2019

AUTORES

f. _____
Gilbert Chung Sang, Guillermo André

f. _____
Sellán Deleg, Andrea Patricia

REPORTE DE URKUND

ACNUR - Incidencia política x Correo: MAXIMILIANO BOLIVAR x Mail - Maximiliano Perez Cepeda x Inicio - URKUND x D55032892 - Trabajo de Titulaci...

secure.orkund.com/view/53556044-906010-283990#q1bKLVayio7VUSrOTM/LTMtMTsxLTIWyMqgFAA==

Aplicaciones Otros favoritos

URKUND

Documento: [Trabajo de Titulación Gilbert - Sellán.docx](#) (D55032892)

Presentado: 2019-08-26 06:20 (-05:00)

Presentado por: Maximiliano Bolívar Pérez Cepeda (maximiliano.perez@cu.ucsg.edu.ec)

Recibido: maximiliano.perez.ucsg@analysis.orkund.com

0% de estas 92 páginas, se componen de texto presente en 0 fuentes.

Lista de fuentes Bloques

- <http://isags-unasur.org/wp-content/uploads/2018/05/tdr-1-10052018.pdf>
- <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/informacion/1/reglamento-para-fijacion-de-precios-...>
- <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:http://repositorio.ug.edu.ec/bitstre...>
- [15230330-26b2-4a61-bf49-ab1eb15320ff](https://doi.org/10.15230330-26b2-4a61-bf49-ab1eb15320ff)

Fuentes alternativas

- [TESIS_SHARON_CONSTANTINE_20-8-2018.docx](#)
- [luis_leon_4to_final.docx](#)

0 Advertencias Reiniciar Exportar Compartir

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES CARRERA
ADMINISTRACIÓN DE VENTAS Modalidad Semipresencial
TEMA: Plan de negocio para
comercializar
medicamentos genéricos distribuidos por la empresa DISGILBERT S.A. a los hospitales y clínicas de Guayaquil
para el año 2020.
AUTORES: Gilbert Chung Sang, Guillermo André, Sellán Deleg, Andrea Patricia
Trabajo de
titulación previo a la obtención del título de Ingeniero en Administración de Ventas
TUTOR:
Ing. Pérez Cepeda, Maximiliano Bolívar, Ph.D.
Guayaquil, Ecuador (día) de (
mes) del (año)

ES 11:17

AGRADECIMIENTO

Primero, agradecer al Q.F. Guillermo Gilbert Bambino, al Q.F. Alan Gilbert Bambino y al C.P.A Edison Ramirez Jaime por su fundamental aporte al desarrollo de este trabajo de investigación.

Segundo, agradecer a la Lcda. Magaly Garcés Silva, MSc; al Ing. Eric Basantes Cuesta, MBA y al Eco. Johnny Loja López por su acompañamiento durante cada etapa de desarrollo de este trabajo. Por otro lado, agradecer las experiencias y conocimientos impartidos durante el transcurso de estos 5 años en la carrera de Administración en Ventas por docentes como el Ing. Walter Cesar Andrade, el Ing. Leoncio Barzallo Molina, el Ing. Félix San Andres Samaniego, la Psic. Gina Toro Nuñez, la Lcda. Magaly Garcés Silva, MSc y el Ing. Maximiliano Pérez, Ph.D.

Tercero, agradecer especialmente a mi amiga y colega Andrea Patricia Sellán Deleg por su apoyo, tolerancia y enorme trabajo asociado para culminar de la mejor forma este proyecto.

Cuarto, agradecer al Ing. Cesar Viteri, magnífico Ex Director de la carrera de Administración en Ventas por su asistencia en mi ingreso a la carrera y excelente gestión durante su periodo.

Finalmente, y de forma significativa, agradecer al Ing. Maximiliano Pérez, Ph.D, tutor y amigo por su apoyo, recomendaciones, tiempo otorgado al desarrollo de este proyecto y por ser el artífice de que ingresara en la carrera de Administración en Ventas.

Guillermo André Gilbert Chung Sang

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mis padres y hermana Guillermo Eduardo Gilbert Bambino, Ivette Iliana Chung Sang Villacis e Yahel Ivette Gilbert Chung Sang por su apoyo en el desarrollo de trabajos, motivación e inspiración para estudiar durante estos 5 años de carrera y realizar este proyecto. A mi abuela y tía Jenny Aracely Bambino Gomez e Yahel Auxiliadora Gilbert Bambino por su motivación a culminar esta carrera y terminar este trabajo de investigación. Finalmente, a mi novia Gigi Andrea Gonzales Vaca por su motivación e inspiración para llevar a cabo en el transcurso de estos cuatro meses este proyecto.

Guillermo André Gilbert Chung Sang

AGRADECIMIENTO

Agradezco de corazón a mis padres y hermanos, quienes me han apoyado hasta en lo más mínimo de toda mi formación académica, sé que siempre serán el pilar fundamental de cada uno de mis logros.

También agradezco enormemente a todos los catedráticos que fueron parte fundamental del proceso arduo del cumplimiento de este logro. Sobre todo a nuestro tutor y nuestra coordinadora de titulación; Ing. Maximiliano Pérez, Ph.D y Lcda. Magaly Garcés Silva, MSc., quienes con su guía y apoyo han supervisado la ejecución de este proyecto.

De forma especial agradezco a mi amigo, compañero y futuro colega Guillermo André Gilbert Chung Sang, de quien pude aprender, en este último paso, de disciplina y compromiso; además de conocimiento y ganas de exceder en todo lo que nos podamos proponer.

Andrea Patricia Sellán Deleg

DEDICATORIA

Dedico todos estos años de estudio y esfuerzo a mis padres y hermanos, en especial a mis padres Isidro Narciso Sellán Holguín y Patricia Margarita Deleg Freire, la motivación para cumplir todas mis metas es enorgullecerlos.

Prometo ir por más logros.

Andrea Patricia Sellán Deleg



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE VENTAS**

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. _____

Ec. DAVID COELLO CAZAR, Mgs
DIRECTOR DE CARRERA

f. _____

Lcda. MAGALY NOEMI GARCES SILVA, MSc.
COORDINADORA DE UNIDAD DE TITULACIÓN

f. _____

Ec. JORGE LUIS DELGADO, MSc
OPONENTE



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE VENTAS**

CALIFICACIÓN

TUTOR

f. _____

Ing. Pérez Cepeda, Maximiliano Bolívar, Ph.D.

ÍNDICE

RESUMEN	XXI
ABSTRACT	XXII
INTRODUCCIÓN	2
JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO	3
OBJETIVO GENERAL	6
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	6
LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN	6
CAPÍTULO I	7
1.1. Actividad De La Empresa	7
1.2. Misión, Visión	9
1.3. Descripción De Los Productos	9
1.3.1. Ácido Tranexámico Solución Inyectable 100mg/5ml Ampolla	9
1.3.2. Lidocaína Con Epinefrina Solución Inyectable 2% Ampolla O Vial x 20ml	10
1.3.3. Lidocaína Sin Epinefrina Solución Inyectable 2% Ampolla O Vial x 20ml	10
1.3.4. Metoclopramida Solución Inyectable 10mg/2ml Ampolla	11
1.3.5. Sulfato de Magnesio Solución Inyectable 20% 10ml Vial	11
CAPÍTULO II	12
2.1. Población, Muestra	12
2.2. Selección Del Método Muestral	13
2.3. Técnicas de recolección de datos	14
2.4. Presentación de Resultados	15
2.5. Análisis e Interpretación de los Resultados	27
2.6. Análisis Externo	29
2.6.1. Análisis PEST	29
2.6.2. Estudio Del Sector Y Dimensión Del Mercado	37
2.6.3. Competencia – Análisis De Fuerza De Porter	40
2.6.4. Estimación De Mercado Potencial Y Demanda Global	44
2.6.5. Mercado Meta	49
2.6.6. Perfil Área De Compras Hospitales & Clínicas	53
2.7. Análisis Interno	55

2.7.1.	Cadena De Valor	55
2.7.2.	Benchmarking.....	59
2.8.	Diagnóstico	60
2.8.1.	Análisis DAFO	60
2.8.2.	Análisis CAME	66
2.8.3.	Matriz De Crecimiento De Ansoff.....	67
2.8.4.	Mapa Estratégico De Objetivos	68
2.8.5.	Conclusiones	69
CAPÍTULO III	70
3.1.	Estrategia, Metas Y Objetivos Comerciales.....	70
3.2.	Plan Comercial.....	72
3.2.1.	Mezcla de Mercadotecnia	72
3.2.2.	Gestión De Ventas	74
3.3.	Organización Y Funciones De La Estructura De Ventas	92
3.3.1.	Estructura Organizacional Y Funcional.....	92
3.3.2.	Organización De La Estructura De Ventas	94
3.3.3.	Funciones De Los Cargos En El Área Comercial.....	94
3.4.	Mercado, Previsiones, Cuotas, Previsiones Y Presupuesto De Ventas 98	
3.4.1.	Dimensionamiento Del Mercado	98
3.4.2.	Procedimiento Para Las Previsiones	99
3.4.3.	Determinación De Las Previsiones	99
3.4.4.	Presupuestos Y Cuotas De Ventas.....	101
3.5.	Diseño De La Compensación Para El Área Comercial.....	106
3.5.1.	Estructura Fija Y Variable	106
3.5.2.	Primas E Incentivos	107
3.5.3.	Gastos De Movilización Y Viáticos.....	107
3.6.	Control De La Gestión Comercial.....	108
3.6.1.	Control De Las Ventas.....	108
3.6.2.	Control De Otras Dimensiones De Las Ventas	108
3.6.3.	Evaluación Del Equipo Comercial.....	108
3.6.4.	Cuadro De Mando Del Área Comercial.....	109
CAPÍTULO IV	110
4.1.	Hipótesis De Partida	110

4.1.1.	Capital Inicial	110
4.1.2.	Política De Financiamiento	110
4.1.3.	Costo De Capital	112
4.1.4.	Impuestos	112
4.2.	Presupuesto De Ingresos.....	113
4.2.1.	Volúmenes	113
4.2.2.	Precios	113
4.2.3.	Ventas Esperadas	115
4.3.	Presupuesto De Costos	116
4.3.1.	Costos Materia Prima	116
4.3.2.	Costos Mano De Obra Directa	118
4.3.3.	Costos Indirectos De Fabricación	119
4.4.	Costos Esperados.....	119
4.5.	Presupuesto De Gastos	120
4.6.	Análisis De Punto De Equilibrio.....	121
4.7.	Estados Financieros Proyectados	123
4.8.	Factibilidad Financiera	126
4.8.1.	Análisis de Ratios	126
4.8.2.	Evaluación Económica Del Proyecto.....	127
CAPÍTULO V.....		128
7.1.	Base Legal	128
7.2.	Beneficiarios Directos E Indirectos	129
7.3.	Políticas De Responsabilidad Corporativa	131
CONCLUSIONES		132
RECOMENDACIONES		134
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS		135
APÉNDICE		142

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. <i>Población Clínicas & Hospitales Clientes de DISGILBERT S.A.</i>	12
Tabla 2. <i>Muestra Clínicas y Hospitales Clientes de DISGILBERT S.A.</i>	13
Tabla 3. <i>Preferencia Presentación Fármacos</i>	15
Tabla 4. <i>Características Presentación Medicamentos</i>	16
Tabla 5. <i>Fármacos Solicitados</i>	17
Tabla 6. <i>Principal Competencia Sector Farmacéutico</i>	18
Tabla 7. <i>Requisitos A Cumplir De Un Proveedor</i>	19
Tabla 8. <i>Frecuencia De Compra Mensual</i>	20
Tabla 9. <i>Frecuencia De Compra Trimestral</i>	21
Tabla 10. <i>Frecuencia De Compra Semestral</i>	22
Tabla 11. <i>Promedio De Compra 11 – 100 Unidades</i>	23
Tabla 12. <i>Promedio De Compra 101 – 1000 Unidades</i>	24
Tabla 13. <i>Promedio De Compra 1001 – 5000 Unidades</i>	25
Tabla 14. <i>Promedio De Compra 5001 Unidades En Adelante</i>	26
Tabla 15. <i>Capacitaciones</i>	27
Tabla 16. <i>Participación De Mercado Ventas En Dólares & En Unidades Fármacos De Marca & Genéricos Abril 2019</i>	38
Tabla 17. <i>Matriz EFI (Evaluación Factores Internos De La Competencia)</i> ...43	
Tabla 18. <i>Información Para La Calificación De La Matriz</i>	43
Tabla 19. <i>Ventas En Dólares Fármacos Hospimedikka & Fresenius Kabi 2017 – Año Hasta La Fecha</i>	45
Tabla 20. <i>Unidades Vendidas Fármacos Hospimedikka & Fresenius Kabi 2017 – Año Hasta La Fecha</i>	46
Tabla 21. <i>Demanda Potencial Año 2019 Sector Público Ministerio De Salud Pública</i>	51
Tabla 22. <i>Demanda Potencial Año 2019 Sector Público Instituto Ecuatoriano De Seguridad Social</i>	52
Tabla 23. <i>Demanda Atendida Año 2018 Sector Privado</i>	52
Tabla 24. <i>Perfil Área De Compras Hospitales & Clínicas</i>	54
Tabla 25. <i>Benchmarking</i>	59
Tabla 26. <i>Análisis DAFO DISGILBERT S.A.</i>	61
Tabla 27. <i>Matriz EFE (Evaluación Factores Externos DISGILBERT S.A.)</i>	62

Tabla 28. <i>Información Para La Calificación De La Matriz</i>	62
Tabla 29. <i>Matriz EFI (Evaluación Factores Internos DISGILBERT S.A)</i>	64
Tabla 30. <i>Información Para La Calificación De La Matriz</i>	64
Tabla 31. <i>Análisis CAME DISGILBERT S.A.</i>	66
Tabla 32. <i>Precios Referenciales Línea Fármacos Genéricos</i>	73
Tabla 33. <i>Demanda Sector Público & Privado Año 2020</i>	75
Tabla 34. <i>Mercado Objetivo DISGILBERT S.A. Año 2020</i>	76
Tabla 35. <i>Direcciones & Sectores Hospitales Encuestados</i>	89
Tabla 36. <i>Direcciones & Sectores Clínicas Encuestadas</i>	89
Tabla 37. <i>Número de Hospitales & Clínicas Por Sector</i>	90
Tabla 38. <i>Número de Visitas Vendedor Senior Hospitales & Clínicas</i>	90
Tabla 39. <i>Número de Rutas A Emplear Vendedor Senior Hospitales & Clínicas</i>	91
Tabla 40. <i>Participación Hospitales En Unidades & Dólares Año 2020</i>	91
Tabla 41. <i>Participación Clínicas En Unidades & Dólares Año 2020</i>	92
Tabla 42. <i>Mercado Objetivo DISGILBERT S.A. Año 2020</i>	98
Tabla 43. <i>Participación Hospitales En Unidades & Dólares Año 2020</i>	99
Tabla 44. <i>Participación Clínicas En Unidades & Dólares Año 2020</i>	99
Tabla 45. <i>Previsión Anual En Unidades Hospitales Año 2020</i>	100
Tabla 46. <i>Previsión Anual En Dólares Hospitales Año 2020</i>	100
Tabla 47. <i>Previsión Anual En Unidades Clínicas Año 2020</i>	100
Tabla 48. <i>Previsión Anual En Dólares Clínicas Año 2020</i>	101
Tabla 49. <i>Venta De Medicina Año 2018 DISGILBERT S.A</i>	101
Tabla 50. <i>Cuotas De Venta En Unidades Ácido Tranexámico Año 2020</i> ...	102
Tabla 51. <i>Cuotas De Venta En Dólares Ácido Tranexámico Año 2020</i>	102
Tabla 52. <i>Cuotas De Venta En Unidades Lidocaína Con Epinefrina Año 2020</i>	103
Tabla 53. <i>Cuotas De Venta En Dólares Lidocaína Con Epinefrina Año 2020</i>	103
Tabla 54. <i>Cuotas De Venta En Unidades Lidocaína Sin Epinefrina Año 2020</i>	104
Tabla 55. <i>Cuotas De Venta En Dólares Lidocaína Sin Epinefrina Año 2020</i>	104
Tabla 56. <i>Cuotas De Venta En Unidades Metoclopramida Año 2020</i>	105

Tabla 57. <i>Cuotas De Venta En Dólares Metoclopramida Año 2020.....</i>	105
Tabla 58. <i>Cuotas De Venta En Unidades Sulfato de Magnesio Año 2020.</i>	106
Tabla 59. <i>Cuotas De Venta En Dólares Sulfato de Magnesio Año 2020....</i>	106
Tabla 60. <i>Escala Comisional Por Cumplimiento Porcentual De Cuota Establecida.....</i>	107
Tabla 61. <i>Honorarios Vendedor Senior</i>	107
Tabla 62. <i>Beneficios Sociales Vendedor Senior</i>	107
Tabla 63. <i>Categorización De Clientes Por Montos De Venta.....</i>	109
Tabla 64. <i>Categorización De Clientes Detallada Por Monto & Rango De Facturación.....</i>	109
Tabla 65. <i>Inversiones Del Proyecto</i>	110
Tabla 66. <i>Amortización 40% Inversión Pre-Operacional.....</i>	111
Tabla 67. <i>Tasa de Descuento Del Proyecto</i>	112
Tabla 68. <i>Estimación Volúmenes Año 2020 - 2024</i>	113
Tabla 69. <i>Estimación Precios Año 2020 – 2024</i>	114
Tabla 70. <i>Margen De Ganancia Unitario Fármacos Año 2020 - 2024.....</i>	114
Tabla 71. <i>Margen De Ganancia Porcentual Año 2020 - 2024.....</i>	115
Tabla 72. <i>Ventas Esperadas Año 2020 - 2024</i>	115
Tabla 73. <i>Costos Materia Prima Año 2020 - 2024</i>	116
Tabla 74. <i>Costos Mano De Obra Directa Año 2020 - 2024.....</i>	118
Tabla 75. <i>Costos Indirectos De Fabricación Año 2020 - 2024.....</i>	119
Tabla 76. <i>Costos Esperados Año 2020 - 2024</i>	120
Tabla 77. <i>Gastos Administrativos & De Ventas Proyectados Año 2020 - 2024</i>	121
Tabla 78. <i>Amortización Inversión Pre-Operativa Año 2020 – 2024.....</i>	121
Tabla 79. <i>Punto De Equilibrio En Unidades Año 2020 - 2024.....</i>	122
Tabla 80. <i>Estado De Situación Financiera Proyectado Año 2020 – 2024..</i>	123
Tabla 81. <i>Estado De Resultados Proyectado Año 2020 – 2024</i>	124
Tabla 82. <i>Estado De Flujo De Efectivo Proyectado Año 2020 – 2024</i>	125
Tabla 83. <i>Estado De Flujo De Efectivo Proyectado Año 2020 – 2024</i>	127
Tabla 84. <i>Evaluación Económica Del Proyecto</i>	127

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Otras Causas Desabastecimiento Medicamentos Sudamérica	5
Figura 2. Fresenius Kabi S.A.	8
Figura 3. Bayer S.A.....	8
Figura 4. Farmabion del Ecuador C.A.	8
Figura 5. LabVitalis S.A.....	8
Figura 6. Principales Proveedores DISGILBERT S.A.....	8
Figura 7. Ácido Tranexámico Solución Inyectable 100mg/5ml Ampolla.....	9
Figura 8. Lidocaína Con Epinefrina Solución Inyectable 2% Vial x 20ml	10
Figura 9. Lidocaína Sin Epinefrina Solución Inyectable 2% Vial x 20ml	10
Figura 10. Metoclopramida Solución Inyectable 10mg/2ml Ampolla.....	11
Figura 11. Sulfato de Magnesio Solución Inyectable 20% 10ml Ampolla	11
Figura 12. Preferencia Presentación Fármacos	15
Figura 13. Características Presentación Medicamentos	16
Figura 14. Características Presentación Medicamentos	17
Figura 15. Principal Competencia Sector Farmacéutico.....	18
Figura 16. Requisitos A Cumplir De Un Proveedor	19
Figura 17. Frecuencia De Compra Mensual.....	20
Figura 18. Frecuencia De Compra Trimestral	21
Figura 19. Frecuencia De Compra Semestral	22
Figura 20. Promedio De Compra 11 – 100 Unidades.....	23
Figura 21. Promedio De Compra 101 – 1000 Unidades.....	24
Figura 22. Promedio de Compra 1001 – 5000 Unidades.....	25
Figura 23. Promedio De Compra 5001 Unidades En Adelante	26
Figura 24. Capacitaciones	27
Figura 25. Esperanza De Vida Al Nacimiento Por Sexo 1990 – 2050.	33
Figura 26. Matriz PESTA	35
Figura 27. Oportunidades Del Entorno.....	36
Figura 28. Amenazas del Entorno.....	37
Figura 29. Crecimiento Anual Estimado Mercado Farmacéutico.	39
Figura 30. Matriz De Grupo Estratégico	39
Figura 31. Sistema De Distribución De DISGILBERT S.A. A Clínicas & Hospitales.....	44

Figura 32. Ventas En Dólares Fármacos Hospimedikka 2017 – Año Hasta la Fecha.	45
Figura 33. Ventas En Dólares Fármacos Fresenius Kabi 2017 – Año Hasta La Fecha.	46
Figura 34. Unidades Vendidas Fármacos Hospimedikka 2017 - Año Hasta La Fecha. Tomado de IQVIA (2019)	47
Figura 35. Unidades Vendidas Fármacos Fresenius Kabi 2017 - Año Hasta La Fecha. Tomado de IQVIA (2019)	47
Figura 36. Potencial Sistema De Distribución De DISGILBERT S.A. A Clínicas & Hospitales	49
Figura 38. Cadena De Valor De Michael Porter	55
Figura 39. Amenazas DISGILBERT S.A.	63
Figura 40. Oportunidades DISGILBERT S.A.....	63
Figura 41. Debilidades DISGILBERT S.A.	65
Figura 42. Fortalezas DISGILBERT S.A.	65
Figura 43. Matriz De Crecimiento De Ansoff	67
Figura 44. Mapa Estratégico De Objetivos DISGILBERT S.A.	68
Figura 45. Planificación De Los Objetivos Operativos (Método SMART)	71
Figura 46. Plaza DISGILBERT S.A.	73
Figura 47. Ubicación Hospital Alfredo G. Paulson.....	77
Figura 48. Ubicación Hospital Luis Vernaza.....	77
Figura 49. Ubicación Hospital Dr. Roberto Gilbert E.	78
Figura 50. Ubicación Sociedad de Lucha Contra el Cáncer Sede Guayaquil	79
Figura 51. Ubicación Hospital León Becerra	79
Figura 52. Ubicación Hospital Abel Gilbert Pontón.....	80
Figura 53. Ubicación Hospital Del Niño Dr. Francisco Icaza Bustamante....	81
Figura 54. Ubicación Hospital Universitario De Guayaquil	81
Figura 55. Ubicación Hospital General Guasmo Sur	82
Figura 56. Ubicación Hospital José Rodríguez Maridueña	83
Figura 57. Ubicación Hospital Teodoro Maldonado Carbo	83
Figura 58. Ubicación Hospital General Del Norte De Guayaquil Los Ceibos	84
Figura 59. Clínica Kennedy Alborada.....	85

Figura 60. Clínica Kennedy Policentro	85
Figura 61. Clínica Kennedy Samborondón.....	86
Figura 62. Ubicación Clínica Alcívar	87
Figura 63. Clínica San Francisco De Guayaquil.....	87
Figura 64. Ubicación Omnihospital	88
Figura 65. Organigrama DISGILBERT S.A.	93
Figura 66. Organigrama Comercial DISGILBERT S.A.	94
Figura 67. Ficha Perfil Vendedor Senior	97
Figura 68. Indicadores De Evaluación Área Comercial	108

RESUMEN

El presente plan de negocios tiene como objeto de estudio a la empresa GILBERT GLOBAL BUSINESS S.A DISGILBERT, ubicada en la ciudadela Samanez 1 manzana 137 villa 6. El objeto del presente trabajo es introducir medicamentos genéricos en hospitales y clínicas de Guayaquil a partir del año 2020. Con la introducción de los medicamentos genéricos se busca que fármacos de alta demanda y escasa oferta en el mercado como el ácido tranexámico solución inyectable de 100 miligramos ampolla, la lidocaína con epinefrina solución inyectable 2% vial de 20ml, lidocaína sin epinefrina solución inyectable 2% vial de 20ml, metoclopramida solución inyectable de 10 miligramos sobre 2 mililitros ampolla y sulfato de magnesio solución inyectable al 20% ampolla estén a disposición de la plantilla médica y de enfermeras en todos los hospitales y clínicas de la urbe. Así, DISGILBERT S.A. busca obtener mayor participación en instituciones donde antes no se tenía presencia incrementando así las ventas anuales de la compañía y captando más instituciones de la salud como las fundaciones o áreas de salud. Gracias a las herramientas utilizadas, se logró realizar el análisis FODA, CAME, la matriz de Ansoff, entre otros de DISGILBERT S.A. se observó que existe competencia directa e indirecta, no obstante si el plan de negocio supera las expectativas, la capacidad selectiva del mercado causaría una ventaja distinta a la competencia directa, en vista de que actualmente son sus clientes.

Palabras Claves: DISGILBERT S.A., Ácido Tranexámico, Lidocaína Con Epinefrina, Lidocaína Sin Epinefrina, Metoclopramida, Sulfato De Magnesio, Hospitales, Clínicas

ABSTRACT

The purpose of this business plan is to study the company GILBERT GLOBAL BUSINESS S.A DISGILBERT, located at Samanez 1 block 137 villa 6. The objective of this paper is to introduce generic drugs in hospitals and clinics of Guayaquil since 2020. With the introduction of high-demand generic drugs of low supply on the market such as tranexamic acid solution for injection of 100 milligrams ampoule, lidocaine with epinephrine solution for injection 2% vial of 20ml, lidocaine without epinephrine solution for injection 2% 20ml vial, metoclopramide solution for injection of 10 milligrams over 2 milliliters ampoule and magnesium sulfate solution for injection 20% ampoule, the organization aspires these to be available to the medical staff and nurses in all hospitals and clinics of the city. Thus, DISGILBERT S.A. seeks to obtain higher participation in institutions where it didn't have before, increasing the annual sales of the company and attracting more health institutions such as foundations or smaller medical centers. Thanks to the used tools, we were able to perform the SWOT, CAME analysis, the Ansoff matrix, among others of DISGILBERT S.A. we observe there are direct and indirect competition, however if the business plan exceeds expectations, the selective capacity of the market could cause an advantage over than direct competition, given that they are currently its customers.

Keywords: DISGILBERT S.A., Tranexamic Acid, Lidocaine With Epinephrine, Lidocaine Without Epinephrine, Metoclopramide, Magnesium Sulfate, Hospitals, Clinics

INTRODUCCIÓN

GILBERT GLOBAL BUSINESS S.A. DISGILBERT es una empresa dedicada a la comercialización y distribución de medicinas e insumos en hospitales públicos y clínicas privadas de fabricantes e importadores farmacéuticos como Fresenius Kabi, Bayer, Farmabion, Vitalis, entre otros. La compañía está ubicada en la ciudad de Guayaquil, dentro de la ciudadela Samanez 1 manzana 137 villa 6. Cuenta con una bodega de almacenaje y cuatro cubículos ubicados en la planta baja de la edificación; mientras que en la planta alta cuenta con una oficina, dos áreas de almacenaje de medicinas e insumos y un área de sistemas informáticos.

En la urbe, la compañía DISGILBERT S.A. ha identificado entre hospitales y clínicas a atender un total de 24 instituciones. Sin embargo, no todas cuentan con inventarios constantes de fármacos como el ácido tranexámico solución inyectable de 100 miligramos ampolla, la lidocaína con epinefrina solución inyectable 2% vial de 20ml, lidocaína sin epinefrina solución inyectable 2% vial de 20ml, metoclopramida solución inyectable de 10 miligramos sobre 2 mililitros ampolla y sulfato de magnesio solución inyectable al 20% ampolla.

Dicho lo anterior, DISGILBERT S.A. busca con el desarrollo de este trabajo importar vastos inventarios del ácido tranexámico, lidocaína con epinefrina, lidocaína sin epinefrina, metoclopramida y el sulfato de magnesio para atender la demanda de las instituciones insatisfechas, incrementar las ventas anuales en dólares de la empresa DISGILBERT S.A. y determinar si el plan de negocio es beneficioso financieramente para la organización para ser puesto en ejecución el próximo año.

JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

En el Ecuador, la comercialización de medicamentos importados es mayor a la comercialización de los fármacos elaborados en el país. De acuerdo con El Universo (2019), en su sección de noticias *Economía*, afirma que los “productos como la maquinaria industrial, otras amnufacturas de metales, medicinas y electrodomésticos representan juntos el 22,3% del total de importaciones no petroleras” (Ecuador Creció En Importaciones Y Exportaciones En El 2018, párr. 7). El sistema de inteligencia financiera DataLab Asobanca (2019) en su casilla de Sector Real – PIB – Componentes asevera que las importaciones nacionales del año 2018 fueron de 21.374 millones de dólares, superiores a las exportaciones nacionales del mismo año de 19.799 millones de dólares. Por tanto, las importaciones no petroleras de Ecuador del pasado año fueron de 4.766 millones de dólares.

Como se afirmó arriba, la comercialización de medicamentos importados es mayor a la comercialización de los fármacos elaborados en el país. En consonancia con la Superintendencia De Control Del Poder De Mercado (2015) “el sector farmacéutico en el Ecuador y en general en América Latina se caracteriza por ser una región importadora neta de medicamentos” (Estudio De Mercado Sector Farmacéutico Ecuatoriano, p. 6) dentro del cual “las firmas líderes son empresas transnacionales que operan a escala global cuyas actividades de investigación, desarrollo y fabricación están concentradas en países desarrollados” (Estudio De Mercado Sector Farmacéutico Ecuatoriano, p. 6). Así, medicamentos de alta demanda y rotación en el mercado farmacéutico ecuatoriano como el ácido tranexámico solución inyectable de 100 miligramos ampolla, la lidocaína con epinefrina solución inyectable 2% vial de 20ml, lidocaína sin epinefrina solución inyectable 2% vial de 20ml, metoclopramida solución inyectable de 10 miligramos sobre 2 mililitros ampolla y sulfato de magnesio solución inyectable al 20% ampolla.

Sin embargo, en el mercado farmacéutico ecuatoriano suscitan en ocasiones lapsos de escasez de los mismos hasta que arriben las importaciones de los mismos por parte de laboratorios farmacéuticos transnacionales cuyo tiempo de espera oscila de 30 a 90 días. Conforme al Instituto Suramericano De Gobierno En Salud & La Unión De Naciones Suramericanas (2017) las causas del desabastecimiento de fármacos expuestas por el Ministerio de Salud Pública (MSP) son las siguientes:

- Falta de proveedores nacionales
- Capacidad reducida de producción frente a la estimación de necesidades requerida
- Cantidades mínimas de requerimiento, según el consumo promedio mensual
- Lista de precios techo cuyos valores son inferiores a los precios de comercialización
- Proveedores incumplidos

(Situación De Medicamentos Esenciales Con Riesgo De Desabastecimiento
Con Énfasis En Los Países Suramericanos, p. 29)

No obstante, Instituto Suramericano De Gobierno En Salud & La Unión De Naciones Suramericanas (2017) exhibe otras causas de la escasez de medicamentos en Sudamérica como se muestra en la figura a continuación:

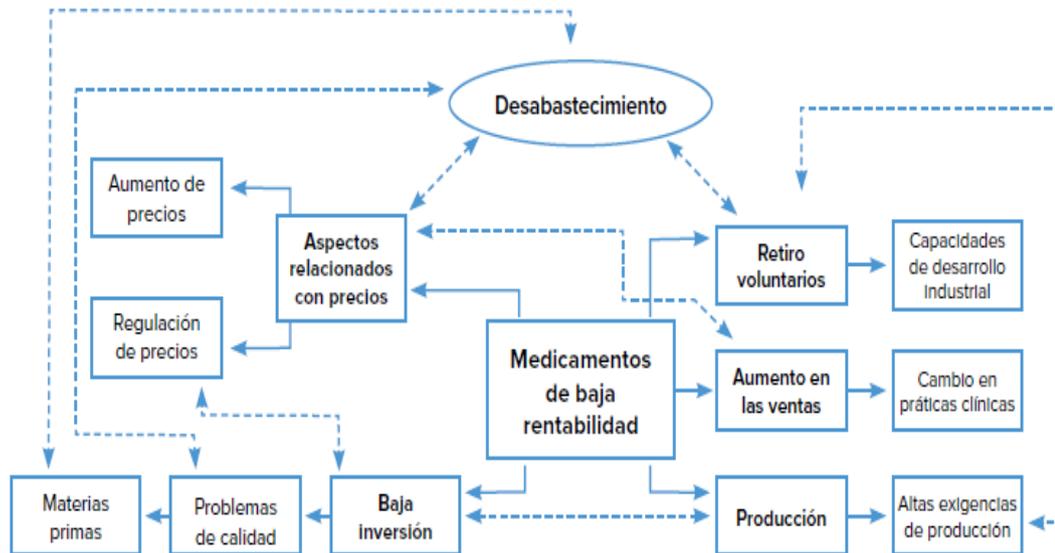


Figura 1. Otras Causas Desabastecimiento Medicamentos Sudamérica

Tomado de Situación De Medicamentos Esenciales Con Riesgo De Desabastecimiento Con Énfasis En Los Países Suramericanos, p. 15

Como resultado, el presente plan de negocio de DISGILBERT S.A. tiene como objetivo comercializar medicamentos genéricos como el ácido tranexámico solución inyectable de 100 miligramos ampolla, la lidocaína con epinefrina solución inyectable 2% vial de 20ml, lidocaína sin epinefrina solución inyectable 2% vial de 20ml, metoclopramida solución inyectable de 10 miligramos sobre 2 mililitros ampolla y sulfato de magnesio solución inyectable al 20% ampolla. Los mismos serán importados y comercializados en las clínicas y hospitales seleccionados de la ciudad de Guayaquil dada la alta demanda de los fármacos descritos en el mercado farmacéutico ecuatoriano.

OBJETIVO GENERAL

Introducir medicamentos genéricos en hospitales y clínicas de Guayaquil a partir del año 2020.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Presentar la función de cada uno de los fármacos a importar y comercializar.
- Determinar la frecuencia y promedio de compra de los medicamentos genéricos por las clínicas y hospitales de Guayaquil.
- Incrementar en un 3% las ventas anuales en dólares de la empresa DISGILBERT S.A. para el año 2020.
- Establecer si el plan de negocio es rentable financieramente a fin de ponerlo en práctica.
- Definir los beneficiarios directos e indirectos del presente plan de negocio.

LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

El presente trabajo de investigación se asocia en la siguiente línea de investigación:

Línea de Facultad # 01: Tendencias de mercado de Consumo final.

Línea de Carrera # 01: Estudio del comportamiento de ventas en el sector de bienes tangibles e intangibles en la Zona 5 y 8 en los últimos 5 años.

Análisis: Se optó por esta línea de investigación puesto que DISGILBERT S.A. comercializará el próximo año sus propios medicamentos genéricos a fin de incrementar su margen de rentabilidad por su venta e iniciar su independencia de los fármacos que comercializan sus proveedores.

CAPÍTULO I

DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

1.1. Actividad De La Empresa

Luego de 17 años de haber laborado para la multinacional Bristol Myers Squibb, Guillermo Gilbert Bambino decide formar la compañía GILBERT GLOBAL BUSINESS S.A. DISGILBERT - cuya actividad principal es la representación y comercialización de medicinas e insumos en hospitales públicos y clínicas privadas. La compañía fue constituida el 30 de noviembre del 2005, sin embargo el inicio de la comercialización de medicamentos comenzó en mayo del 2006, debido a que se requerían los permisos del municipio como la patente municipal, la tasa de habilitación y el permiso de funcionamiento del Ministerio de Salud.

DISGILBERT S.A. inicia vendiendo un solo producto: Tazocin, de la farmacéutica Wyett para luego empezar a comercializar y distribuir diversas líneas de productos de laboratorios como: SANOFI/ AVENTIS, BAYER, VITALIS (genéricos inyectables), GENFAR (genéricos orales e inyectables), RIVERO (genéricos inyectables), ALEXXIA (eritropoyetina inyectable), CORPORACION MEDISUMI Y FRESENIUS KABY (genéricos inyectables), GM (genéricos orales e inyectables) entre otros.

Entre sus principales proveedores se encuentran los siguientes:



Figura 6. Principales Proveedores DISGILBERT S.A.

Tomado de Base de Datos de DISGILBERT S.A.

DISGILBERT S.A, a su vez, cuenta con las siguientes líneas de productos:

- Nutrición Parenteral
- Nutrición Enteral
- Medios de Contraste
- Antibióticos Inyectables
- Anestésica
- Productos Psicotrópicos y Estupefacientes
- Analgésica Parenteral
- Anticonceptiva Oral e Intrauterina
- Insumos Médicos

1.2. Misión, Visión

Misión

Somos una compañía que comercializa medicinas innovadoras y de altísima calidad en instituciones privadas y públicas, de forma personalizada a los pacientes que lo requieren, brindando un atento servicio al cliente, ahorro y rapidez en la entrega de los productos solicitados.

Visión

Ser en el futuro una compañía de mediano tamaño, exitosa. Con sólidos principios éticos y la más solicitada para representar compañías y marcas reconocidas en Ecuador.

1.3. Descripción De Los Productos

Los productos a comercializar por DISGILBERT S.A. son los siguientes:

1.3.1. Ácido Tranexámico Solución Inyectable 100mg/5ml Ampolla



Figura 7. Ácido Tranexámico Solución Inyectable 100mg/5ml Ampolla

abundante durante el ciclo menstrual (periodos menstruales) y mejorar la coagulación de la sangre en las mujeres.” (párr. 1)

La Sociedad Estadounidense de Farmacéuticos del Sistema de Salud (2017) describe en su sitio web llamado Medline Plus el ácido tranexámico de cien miligramos sobre cinco mililitros presentación ampolla como una “solución inyectable empleada para tratar el sangrado

La misma institución expone que el fármaco “se toma con o sin alimentos tres veces al día durante 5 días, como máximo, durante la menstruación todos los meses cuando comienza su periodo.” (párr. 2)

1.3.2. Lidocaína Con Epinefrina Solución Inyectable 2% Vial x 20ml

Farmalider (2017), laboratorio farmacéutico español productor de la lidocaína con epinefrina 2% presentación vial x 20ml en su ficha técnica enuncian lo siguiente del fármaco en mención:



Figura 8. Lidocaína Con Epinefrina Solución Inyectable 2% Vial x 20ml

dosis deben ser reducidas, de acuerdo con la edad y su estado físico (p. 1)

Solución inyectable empleada como anestesia local dental, por infiltración o bloqueo troncular. La dosis a administrar varía en función del área que tiene que ser anestesiada, de la vascularización de los tejidos y de la técnica anestésica a utilizar. En los casos de niños, ancianos, pacientes debilitados y en pacientes con enfermedades cardíacas y/o hepáticas las

1.3.3. Lidocaína Sin Epinefrina Solución Inyectable 2% Vial x 20ml

FRESENIUS KABI (2002), laboratorio farmacéutico de origen francés y fabricante de la lidocaína sin epinefrina 2% presentación vial x 20ml en su ficha técnica declaran lo siguiente acerca del medicamento en discusión:



Figura 9. Lidocaína Sin Epinefrina Solución Inyectable 2% Vial x 20ml

en su edad y peso sin exceder los 5 mg/kg (p. 1).

Solución anestésica local inyectable empleada para uso en anestesia por infiltración y bloqueos de nervios. Para los adultos, debe administrarse la menor concentración y la dosis más pequeña que produzca el efecto requerido sin sobrepasar los 200 mg. Mientras que, en el caso de los niños la dosis de lidocaína a administrar a cada paciente debe basarse

1.3.4. Metoclopramida Solución Inyectable 10mg/2ml Ampolla

La Sociedad Americana de Farmacéuticos Hospitalarios (2018) de los Estados Unidos describen en su sitio web llamado Medline Plus la metoclopramida 10mg/2ml presentación ampolla como:



Figura 10. Metoclopramida Solución Inyectable 10mg/2ml Ampolla

Una solución inyectable empleada para aliviar los síntomas provocados por el vaciamiento lento del estómago en personas que tienen diabetes como las náuseas, vómitos, acidez estomacal, pérdida del apetito y una sensación de saciedad que permanece mucho tiempo después de las comidas. También se utiliza para prevenir las náuseas y vómitos provocados por la quimioterapia o que pueden ocurrir después de la cirugía o para vaciar los intestinos durante determinados procedimientos médicos (párr. 3).

1.3.5. Sulfato de Magnesio Solución Inyectable 20% 10ml Ampolla

La Asociación Española de Pediatría (2015) en su pediamécum referente al sulfato de magnesio 20% 10ml presentación ampolla lo exponen como:



Figura 11. Sulfato de Magnesio Solución Inyectable 20% 10ml Ampolla

Una solución inyectable administrada por vía oral, intravenosa, intramuscular o nebulizada empleada en casos de bajo nivel de magnesio en la sangre, arritmias auriculares y ventriculares, presión arterial baja controlada, bajo nivel de electrolitos de potasio en la sangre, afección en la sangre por calcio insuficiente e inflamación aguda o crónica en los riñones de los niños (p. 1).

CAPÍTULO II

ESTUDIO DE MERCADO Y LA EMPRESA

2.1. Población, Muestra

Para la presente investigación del sector farmacéutico destinada a la ciudad de Guayaquil, se tomó en cuenta las principales clínicas y hospitales clientes de DISGILBERT S.A. de la urbe puesto que a los mencionados se comercializarán los medicamentos explicados en el punto 1.3 del capítulo anterior.

Las clínicas y hospitales seleccionados como población para el presente trabajo fueron los siguientes:

Tabla 1
Población Clínicas & Hospitales Clientes de DISGILBERT S.A.

CLINICAS	HOSPITALES
Kennedy Alborada	Alfredo G. Paulson
Kennedy Policentro	Luis Vernaza
Kennedy Samborondón	Dr. Roberto Gilbert E.
Alcívar	Sociedad de Lucha Contra el Cancer
San Francisco	Leon Becerra
Omnihospital	Abel Gilbert Pontón
Guayaquil	Del Niño Dr. Francisco Icaza Bustamante
Panamericana	Universitario de Guayaquil
Rendón	Instituto de Neurociencias
Santamaria	José Rodriguez Maridueña
	Materno Matilde Hidalgo de Prócel
	Hospital Materno Marianita de Jesús
	Alfredo J. Valenzuela
	Teodoro Maldonado Carbo
	Docente de la Policia Nacional
	General del Norte de Guayaquil Los Ceibos
	General Guasmo Sur
	Naval Guayaquil
TOTAL	28

Tomado de Base de Clientes de DISGILBERT S.A.

De las clínicas y hospitales seleccionados como población para esta investigación, se toma como muestra a 6 clínicas y 12 hospitales por su frecuencia y volumen de compra y comportamiento de pago para DISGILBERT S.A. como se muestran en la siguiente tabla:

Tabla 2
Muestra Clínicas y Hospitales Clientes de DISGILBERT S.A.

CLINICAS	HOSPITALES
Kennedy Alborada	Alfredo G. Paulson
Kennedy Policentro	Luis Vernaza
Kennedy Samborondón	Dr. Roberto Gilbert E.
Alcívar	Sociedad de Lucha Contra el Cáncer
San Francisco	León Becerra
Omnihospital	Abel Gilbert Pontón
	Del Niño Dr. Francisco Icaza Bustamante
	Universitario de Guayaquil
	José Rodríguez Maridueña
	Teodoro Maldonado Carbo
	General del Norte de Guayaquil Los Ceibos
	General Guasmo Sur
TOTAL	18

Tomado de Base de Clientes de DISGILBERT S.A.

2.2. Selección Del Método Muestral

El tipo de muestreo aplicado en el presente estudio es el muestreo no probabilístico por conveniencia que de acuerdo con Ochoa (2015) “consiste en seleccionar una muestra de la población por el hecho de que sea accesible. En otras palabras, los individuos empleados en la investigación se seleccionan porque están fácilmente disponibles, no porque hayan sido seleccionados mediante un criterio estadístico” (párr. 2).

Para el presente trabajo se consideró el método de muestreo no probabilístico por conveniencia, debido a que no es un procedimiento al azar. Por el contrario, se escogió un determinado grupo de clientes de DISGILBERT S.A. que cumplen requisitos como su volumen y frecuencia de compra y comportamiento de pago.

2.3. Técnicas de recolección de datos

Con respecto al desarrollo de esta investigación, se emplearan como fuente de información secundaria artículos de investigación correspondiente a los medicamentos genéricos detallados en el punto 1.3 del capítulo anterior que permitan extraer la mayor cantidad posible de información con respecto a los componentes de cada fármaco, su/s función/es, indicaciones terapéuticas, dosis, advertencias y vía de administración de cada medicamento presentado.

Del mismo modo, se emplearan sitios web como los del Ministerio de Salud Pública, el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, el Servicio Nacional de Contratación Pública y las clínicas privadas de Guayaquil encuestadas junto con otras páginas web donde se comenten hechos importantes con respecto a los medicamentos genéricos a comercializar fabricados.

No obstante, se emplearán como fuente de información primaria los resultados de la Encuesta de Rotación de la Línea Propia de Fármacos DISGILBERT S.A. que proporcionaran la información necesaria para conocer los medicamentos específicos que requieran las clínicas y hospitales de Guayaquil.

Con la finalidad de levantar información primaria, se utilizó una encuesta dirigida al área de compras de los clientes seleccionados en la tabla No. 2 teniendo en cuenta que los mismos conocen los fármacos con sus respectivas presentaciones y concentraciones. También, son las instituciones de salud más representativas en términos monetarios para la empresa.

La encuesta está conformada por ocho preguntas cerradas de las cuales siete son polinómicas o poseen más de tres posibilidades de elegir y la última es dicotómica o cuya respuesta es sí o no.

Las visitas a los hospitales y clínicas que conforman la muestra se realizaron durante quince días laborables a fin de encuestar de forma

directa. Luego, se procedió a tabular y graficar los resultados con el objetivo de realizar un análisis de los resultados obtenidos.

2.4. Presentación de Resultados

I. ¿CUÁL ES LA PREFERENCIA EN CUANTO A LA PRESENTACIÓN DE FÁRMACOS QUE COMPRA LA INSTITUCIÓN QUE REPRESENTA?

Tabla 3
Preferencia Presentación Fármacos

PREFERENCIA PRESENTACIÓN FÁRMACOS	ENCUESTADOS
AMBOS	18

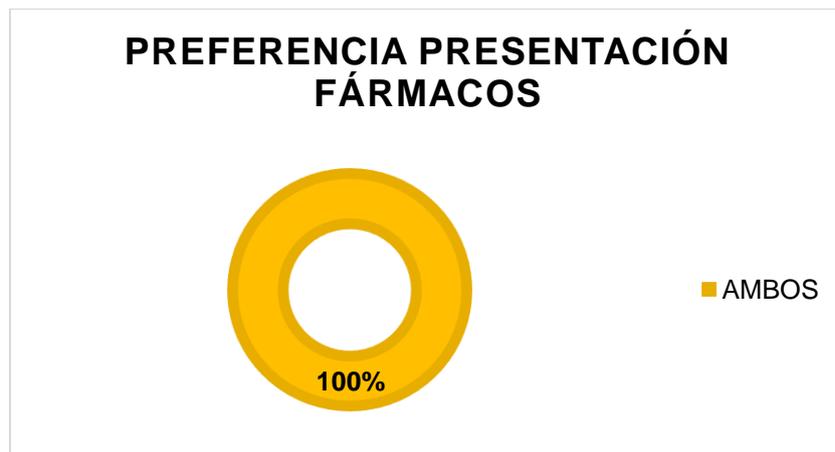


Figura 12. Preferencia Presentación Fármacos

Conclusión: Las instituciones de la salud de carácter público y privado no tienen una amplia preferencia por la presentación genérica o de marca de los fármacos. Al contrario, adquieren ambas presentaciones para tratar las dolencias de sus pacientes.

II. DE LAS SIGUIENTES CARACTERÍSTICAS, ¿CUÁL CONSIDERA IMPORTANTE AL MOMENTO DE ELEGIR LA PRESENTACIÓN DE MEDICAMENTOS SELECCIONADA?

Tabla 4
Características Presentación Medicamentos

CARACTERÍSTICAS PRESENTACIÓN MEDICAMENTOS	ENCUESTADOS
EFFECTIVIDAD TERAPÉUTICA	9
PRECIO	9

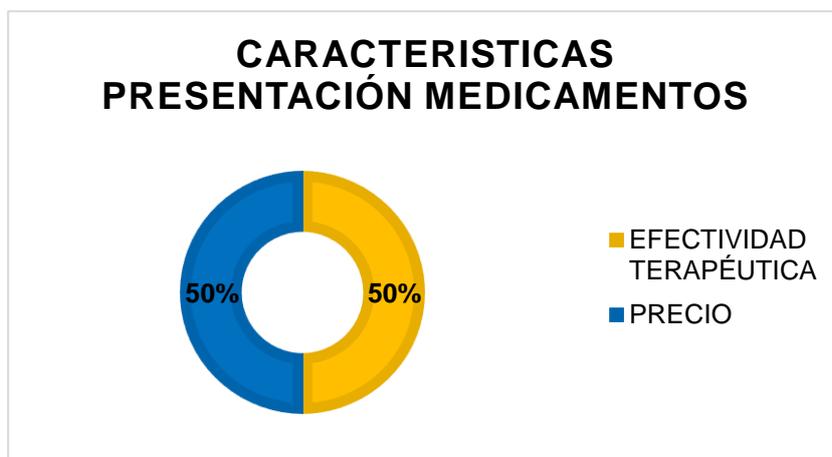


Figura 13. Características Presentación Medicamentos

Conclusión: Las instituciones de la salud de carácter público y privado encuestadas consideran a la efectividad terapéutica como el precio de los medicamentos presentados muy importantes al adquirir los mencionados.

III. DE LOS SIGUIENTES FARMACOS, ¿CUALES SOLICITA LA ORGANIZACIÓN QUE USTED REPRESENTA?

Tabla 5
Fármacos Solicitados

FARMACOS SOLICITADOS	ENCUESTADOS
ACIDO TRANEXAMICO SOLUCION INYECTABLE 100MG/5ML AMPOLLA	17
LIDOCAINA CON EPINEFRINA SOLUCION INYECTABLE 2% VIAL X 20ML	14
LIDOCAINA SIN EPINEFRINA SOLUCION INYECTABLE 2% VIAL X 20ML	17
METOCLOPRAMIDA SOLUCION INYECTABLE 10MG/2ML AMPOLLA	18
SULFATO DE MAGNESIO SOLUCION INYECTABLE 20% 10ML AMPOLLA	16

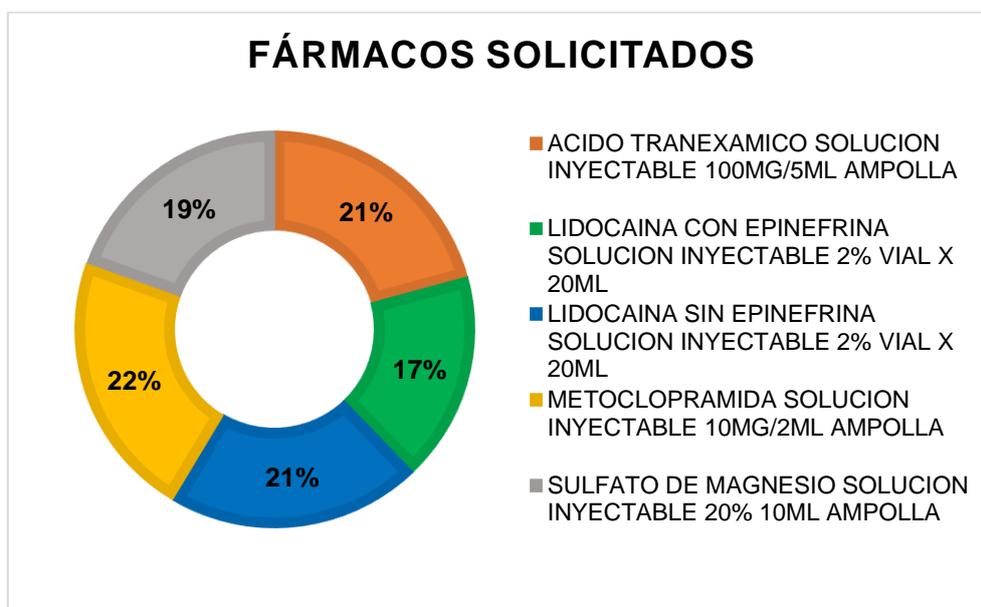


Figura 14. Características Presentación Medicamentos

Conclusión: Las instituciones de la salud encuestadas demandan en mayor proporción la metoclopramida solución inyectable 10mg/2ml ampolla junto con la lidocaína sin epinefrina solución inyectable 2% vial x 20ml y el ácido tranexámico solución inyectable 100mg/5ml ampolla. En segundo lugar, más sin restarles importancia, solicitan el sulfato de magnesio solución inyectable 20% 10ml ampolla y la lidocaína con epinefrina solución inyectable 2% vial x 20ml.

IV. DE LOS SIGUIENTES LABORATORIOS FARMACEUTICOS, ¿CUÁLES PROVEEN LOS FARMACOS QUE REQUIERE SU ORGANIZACIÓN?

Tabla 6
Principal Competencia Sector Farmacéutico

PRINCIPAL COMPETENCIA SECTOR FARMACEUTICO	ENCUESTADOS
HOSPIMEDIKKA (TRANEXAM, ROXICAINA CON/SIN EPINEFRINA)	18
FARMAYALA (CLOPAN)	8
FRESENIUS KABI (METOCLOPRAMIDA, SULFATO DE MAGNESIO)	17
GENFAR (METOCLOPRAMIDA)	6

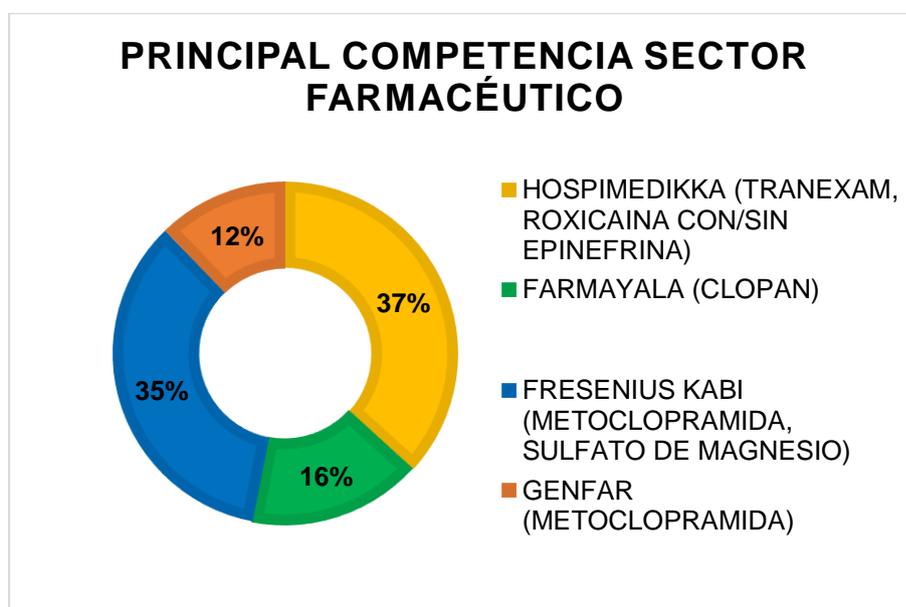


Figura 15. Principal Competencia Sector Farmacéutico

Conclusión: Los importadores farmacéuticos Hospimedikka y Fresenius Kabi proveen en mayor cantidad los fármacos expuestos en la pregunta anterior a las instituciones de la salud encuestadas.

V. DE LAS SIGUIENTES OPCIONES, SELECCIONE LOS PRINCIPALES REQUISITOS QUE BUSCA EN UN PROVEEDOR:

Tabla 7

Requisitos A Cumplir De Un Proveedor

REQUISITOS A CUMPLIR DE UN PROVEEDOR	ENCUESTADOS
CUMPLIMIENTO DE TIEMPOS DE ENTREGA	18
CONTAR CON STOCK DE SEGURIDAD	9
SERVICIO POST VENTA	15
AMPLIO PORTAFOLIO DE PRODUCTOS	7

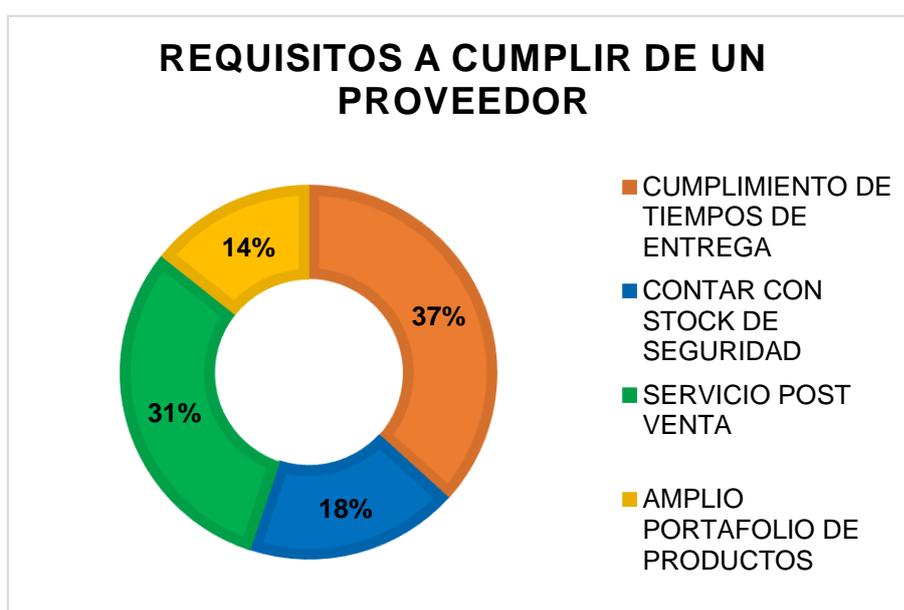


Figura 16. Requisitos A Cumplir De Un Proveedor

Conclusión: Las instituciones de la salud encuestadas demandan en mayor proporción a sus proveedores cumplir con los tiempos de entrega y brindar el servicio post venta luego de ser receptados los medicamentos solicitados.

VI. DE LOS FARMACOS SELECCIONADOS, MARQUE CON UNA X LA FRECUENCIA DE COMPRA DE LOS MENCIONADOS:

Tabla 8
Frecuencia De Compra Mensual

FRECUENCIA DE COMPRA MENSUAL	ENCUESTADOS
ACIDO TRANEXAMICO SOLUCION INYECTABLE 100MG/5ML AMPOLLA	8
LIDOCAINA CON EPINEFRINA SOLUCION INYECTABLE 2% VIAL X 20ML	12
LIDOCAINA SIN EPINEFRINA SOLUCION INYECTABLE 2% VIAL X 20ML	12
METOCLOPRAMIDA SOLUCION INYECTABLE 10MG/2ML AMPOLLA	14
SULFATO DE MAGNESIO SOLUCION INYECTABLE 20% 10ML AMPOLLA	8

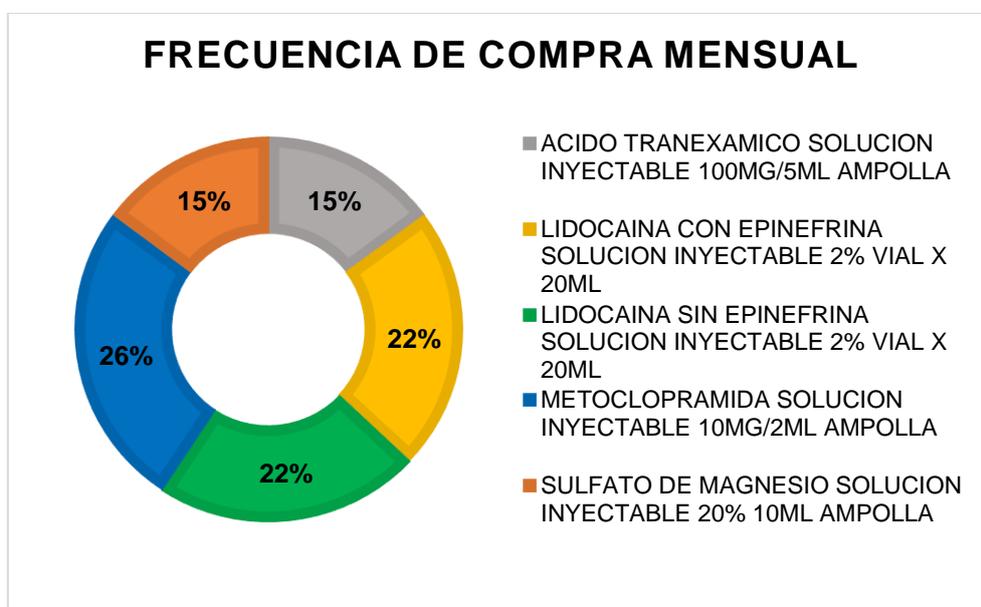


Figura 17. Frecuencia De Compra Mensual

Conclusión: Las instituciones de la salud encuestadas adquieren en mayor correspondencia mes a mes la metoclopramida solución inyectable 10mg/2ml ampolla. En segunda instancia, pero sin menor importancia, compran en gran proporción la lidocaína con y sin epinefrina solución inyectable 2% ampolla o vial x 20ml.

Tabla 9
Frecuencia De Compra Trimestral

FRECUENCIA DE COMPRA TRIMESTRAL	ENCUESTADOS
ACIDO TRANEXAMICO SOLUCION INYECTABLE 100MG/5ML AMPOLLA	8
LIDOCAINA CON EPINEFRINA SOLUCION INYECTABLE 2% VIAL X 20ML	2
LIDOCAINA SIN EPINEFRINA SOLUCION INYECTABLE 2% VIAL X 20ML	5
METOCLOPRAMIDA SOLUCION INYECTABLE 10MG/2ML AMPOLLA	3
SULFATO DE MAGNESIO SOLUCION INYECTABLE 20% 10ML AMPOLLA	7

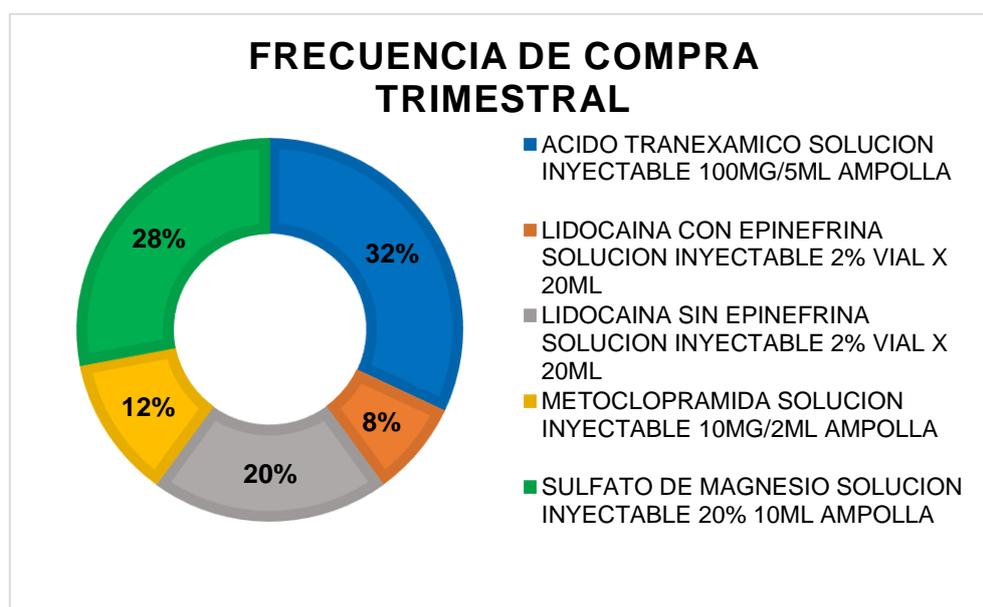


Figura 18. Frecuencia De Compra Trimestral

Conclusión: Las instituciones de la salud encuestadas adquieren en mayor correspondencia cada trimestre el ácido tranexámico solución inyectable 100mg/5ml ampolla. En segunda instancia, pero sin menor importancia, compran en gran proporción el sulfato de magnesio solución inyectable 20% 10ml ampolla y la lidocaína sin epinefrina solución inyectable 2% vial x 20ml.

Tabla 10
Frecuencia De Compra Semestral

FRECUENCIA DE COMPRA SEMESTRAL	ENCUESTADOS
ACIDO TRANEXAMICO SOLUCION INYECTABLE 100MG/5ML AMPOLLA	1
METOCLOPRAMIDA SOLUCION INYECTABLE 10MG/2ML AMPOLLA	1
SULFATO DE MAGNESIO SOLUCION INYECTABLE 20% 10ML AMPOLLA	1

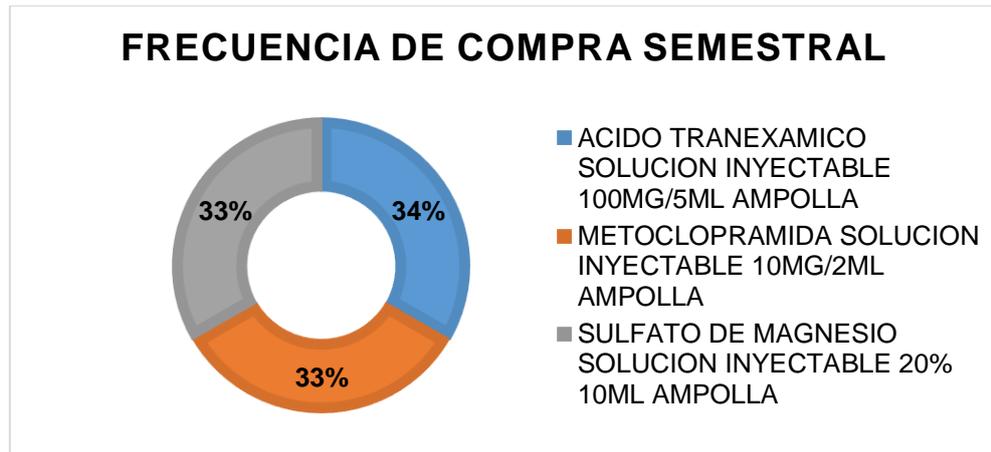


Figura 19. Frecuencia De Compra Semestral

Conclusión: Las instituciones de la salud encuestadas adquieren en igual correspondencia cada semestre el ácido tranexámico solución inyectable 100mg/5ml ampolla, la metoclopramida solución inyectable 10mg/2ml ampolla y el sulfato de magnesio solución inyectable 20% 10ml ampolla.

Dado que ninguna de las clínicas y hospitales encuestados no solicitan los fármacos expuestos anualmente, solo se tomara en referencia para el presente trabajo las frecuencias de compra mensual, trimestral y semestral.

VII. DE LOS FARMACOS SELECCIONADOS, MARQUE CON UNA X LAS UNIDADES EN PROMEDIO SOLICITADAS DE LOS MENCIONADOS:

Tabla 11
Promedio De Compra 11 – 100 Unidades

PROMEDIO DE COMPRA 11 – 100 UNIDADES	ENCUESTADOS
ACIDO TRANEXAMICO SOLUCION INYECTABLE 100MG/5ML AMPOLLA	4
LIDOCAINA CON EPINEFRINA SOLUCION INYECTABLE 2% VIAL X 20ML	5
LIDOCAINA SIN EPINEFRINA SOLUCION INYECTABLE 2% VIAL X 20ML	3
METOCLOPRAMIDA SOLUCION INYECTABLE 10MG/2ML AMPOLLA	1
SULFATO DE MAGNESIO SOLUCION INYECTABLE 20% 10ML AMPOLLA	3

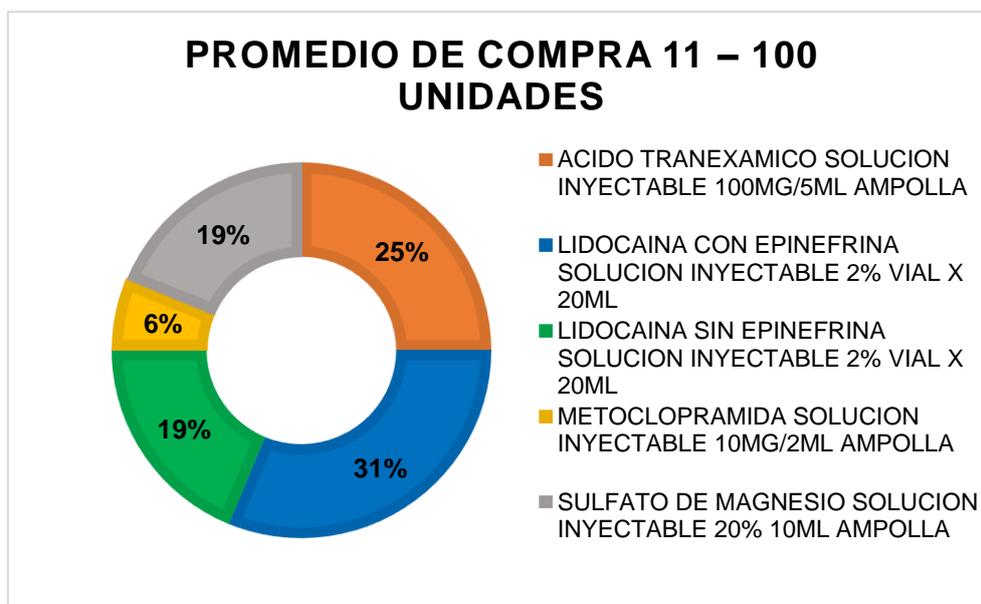


Figura 20. Promedio De Compra 11 – 100 Unidades

Conclusión: Las instituciones de la salud encuestadas adquieren en mayor promedio de 11 – 100 unidades la lidocaína con epinefrina solución inyectable 2% vial x 20ml y el ácido tranexámico solución inyectable 100mg/5ml ampolla. En segundo lugar, sin restarle importancia, compran en promedio de 11 – 100 unidades la lidocaína sin epinefrina solución inyectable 2% vial x 20ml y el sulfato de magnesio solución inyectable 20% 10ml ampolla.

Tabla 12
 Promedio De Compra 101 – 1000 Unidades

PROMEDIO DE COMPRA 101 – 1000 UNIDADES	ENCUESTADOS
ACIDO TRANEXAMICO SOLUCION INYECTABLE 100MG/5ML AMPOLLA	5
LIDOCAINA CON EPINEFRINA SOLUCION INYECTABLE 2% VIAL X 20ML	9
LIDOCAINA SIN EPINEFRINA SOLUCION INYECTABLE 2% VIAL X 20ML	12
METOCLOPRAMIDA SOLUCION INYECTABLE 10MG/2ML AMPOLLA	5
SULFATO DE MAGNESIO SOLUCION INYECTABLE 20% 10ML AMPOLLA	4

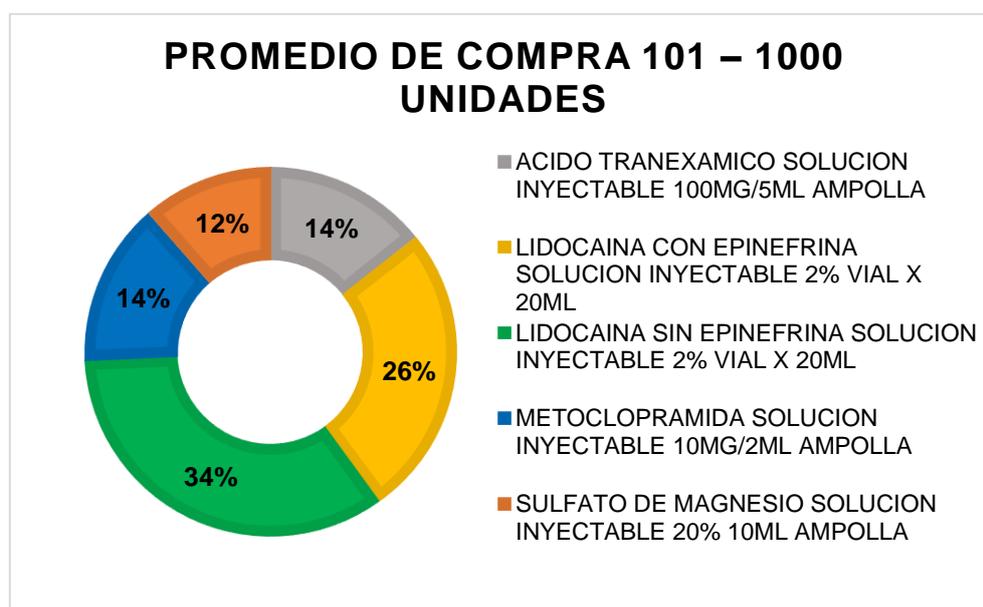


Figura 21. Promedio De Compra 101 – 1000 Unidades

Conclusión: Las instituciones de la salud encuestadas adquieren en mayor promedio de 101 – 1000 unidades la lidocaína con y sin epinefrina solución inyectable 2% ampolla. o vial x 20ml.

Tabla 13
Promedio De Compra 1001 – 5000 Unidades

PROMEDIO DE COMPRA 1001 – 5000 UNIDADES	ENCUESTADOS
ACIDO TRANEXAMICO SOLUCION INYECTABLE 100MG/5ML AMPOLLA	5
LIDOCAINA SIN EPINEFRINA SOLUCION INYECTABLE 2% VIAL X 20ML	2
METOCLOPRAMIDA SOLUCION INYECTABLE 10MG/2ML AMPOLLA	2
SULFATO DE MAGNESIO SOLUCION INYECTABLE 20% 10ML AMPOLLA	3

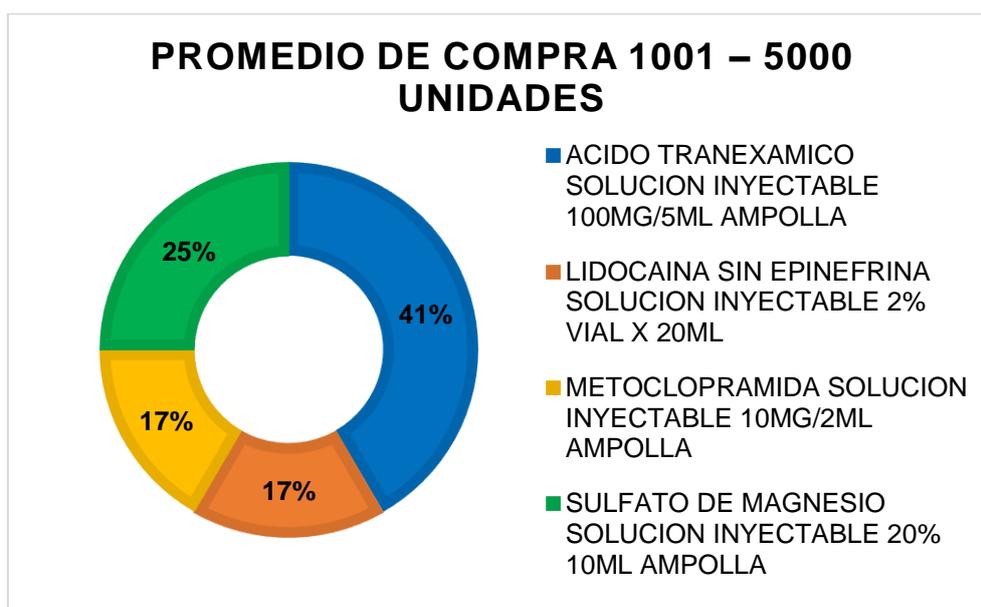


Figura 22. Promedio de Compra 1001 – 5000 Unidades

Conclusión: Las instituciones de la salud encuestadas adquieren en mayor promedio de 1001 – 5000 unidades el ácido tranexámico solución inyectable 100mg/5ml ampolla y el sulfato de magnesio solución inyectable 20% 10ml ampolla.

Tabla 14
 Promedio De Compra 5001 Unidades En Adelante

PROMEDIO DE COMPRA 5001 UNIDADES EN ADELANTE	ENCUESTADOS
ACIDO TRANEXAMICO SOLUCION INYECTABLE 100MG/5ML AMPOLLA	3
METOCLOPRAMIDA SOLUCION INYECTABLE 10MG/2ML AMPOLLA	10
SULFATO DE MAGNESIO SOLUCION INYECTABLE 20% 10ML AMPOLLA	6

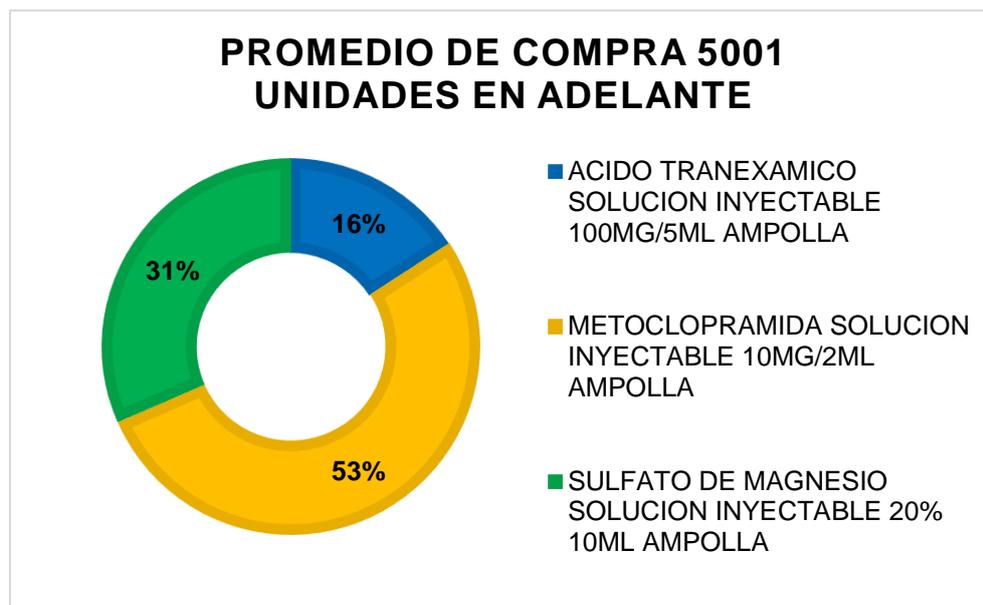


Figura 23. Promedio De Compra 5001 Unidades En Adelante

Conclusión: Las instituciones de la salud encuestadas adquieren en mayor promedio de 5001 unidades en adelante la metoclopramida solución inyectable 10mg/2ml ampolla y el sulfato de magnesio solución inyectable 20% 10ml vial.

En vista de que ninguna de las clínicas y hospitales encuestados no solicitan los fármacos expuestos en un promedio de 1 – 10 unidades, solo se tomarán en referencia para el presente trabajo los rangos de compra de 11 – 100 unidades, 101 – 1000 unidades, 1001 – 5000 unidades y de 5001 unidades en adelante.

VIII. ¿LA INSTITUCIÓN QUE REPRESENTA RECIBE CAPACITACIONES SOBRE LA APLICACIÓN DE LOS FARMACOS SELECCIONADOS?

Tabla 15
Capacitaciones

CAPACITACIONES	ENCUESTADOS
SI	18

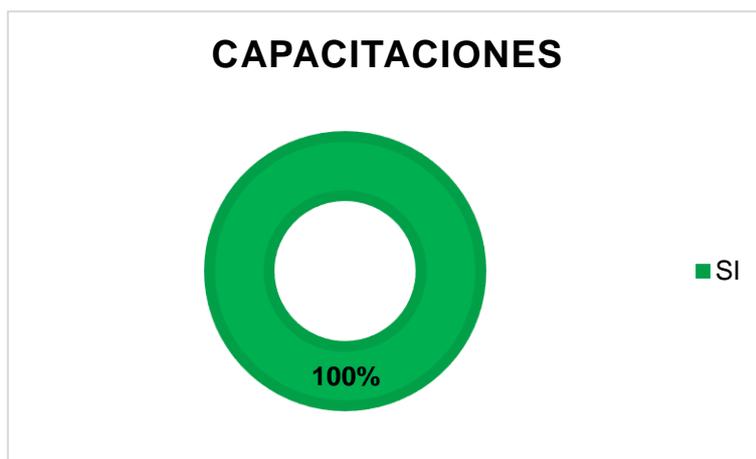


Figura 24. Capacitaciones

Conclusión: Todas las instituciones de la salud encuestadas reciben capacitaciones acerca de la aplicación de los fármacos seleccionados del presente plan de negocio.

2.5. Análisis e Interpretación de los Resultados

La encuesta realizada a la muestra seleccionada de hospitales y clínicas de carácter público y privada de la ciudad de Guayaquil dio los siguientes resultados:

No existe una amplia preferencia por la presentación genérica o de marca de los fármacos considerando que no todos los medicamentos que se comercializan en el país son de presentación genérica en vista de que existen medicamentos de marca que satisfacen la demanda no cubierta por parte de las presentaciones genéricas en el país.

Igualmente, no encontramos mayor inclinación de parte de los encuestados por la efectividad terapéutica y precio de los mismos al adquirir los mismos, puesto que muchas de las instituciones privadas de salud adquieren fármacos de marca cuyo efecto curativo suscite en el menor tiempo posible en sus pacientes, mientras que en las instituciones públicas de la salud compran fármacos genéricos que, de acuerdo con las afirmaciones del exviceministro de Gobernanza y Vigilancia de la Salud Carlos Durán en el artículo del diario El Comercio titulado *La calidad de los medicamentos genéricos vuelve al debate*, afirma que “al comprar los productos del Cuadro Nacional Básico de Medicamentos, la Cartera busca un principio activo o componente químico, más no una marca determinada” (Heredia, 2018, párr. 11). Es así que el precio se convierte en un factor decisivo para la compra de los medicamentos genéricos que se entregan en las entidades públicas de la salud.

Los importadores farmacéuticos Hospimedikka y Fresenius Kabi son los principales proveedores del ámbito público y privado del sector farmacéutico de los fármacos expuestos en el capítulo anterior con productos como el Tranexam, la Roxicaina con y sin Epinefrina, la Metoclopramida y el Sulfato de Magnesio de igual concentración a los propuestos a importar y comercializar el próximo año por DISGILBERT S.A. Además, dentro de los requisitos que buscan las clínicas y hospitales encuestados en sus proveedores, resaltaron el cumplimiento de los tiempos de entrega o despacho de los medicamentos solicitados, aspecto importante si existe un contrato u orden de compra de por medio donde se define la entrega de carácter directa o por tiempos o plazos acorde a la rotación de los fármacos negociados entre las partes. Por otra parte, también destacó el servicio post venta brindado por los proveedores a los encuestados en materia financiera si aconteciese sobrefacturación de rubros y en materia operativa respecto a temas de devolución y canje de productos por motivos de caducidad y daños de fábrica.

Con respecto a las frecuencias de compra, los fármacos más solicitados mensualmente son la metoclopramida solución inyectable

10mg/2ml ampolla junto y las lidocaínas con y sin epinefrina solución inyectable 2% ampolla o vial x 20ml. Por consiguiente, es adecuado contar con un inventario promedio de 5001 unidades en adelante para el primero, un stock de 11 a 100 unidades para el segundo y un inventario promedio de 101 a 1000 unidades en consonancia con los resultados obtenidos de la encuesta realizada a los hospitales y clínicos seleccionados.

Por otro lado, los medicamentos con mayor demanda trimestral son el ácido tranexámico solución inyectable 100mg/5ml ampolla y el sulfato de magnesio solución inyectable 20% 10ml ampolla. Por esto, es apropiado contar con un stock promedio de 1001 a 5000 unidades del ácido tranexámico y un promedio de 5001 unidades en adelante del sulfato de magnesio de acuerdo con los resultados conseguidos de la encuesta efectuada a los hospitales y clínicas elegidos.

Finalmente, el ácido tranexámico solución inyectable 100mg/5ml ampolla, el sulfato de magnesio solución inyectable 20% 10ml ampolla y la metoclopramida solución inyectable 10mg/2ml ampolla son los fármacos con un alto requerimiento semestral por lo cual es plausible trabajar con un promedio semestral de 1001 a 5000 unidades para el primero y 5001 unidades en adelante para el segundo y tercero de los productos mencionados con el fin de atender las solicitudes de este periodo.

2.6. Análisis Externo

2.6.1. Análisis PEST

Herramienta creada por el profesor de Harvard Francis Aguilar en 1967 con el propósito de “analizar los cambios políticos, económicos, socioculturales, tecnológicos y ambientales en el entorno del negocio” (Corvo, 2018, párr. 1). La misma fue nombrada inicialmente como ETPS (acrónimo para Económico, Tecnológico, Político y Social), más el nombre fue modificado posteriormente como PEST (acrónimo para Político, Económico, Social y Tecnológico).

Político

Decreto No. 400: Reglamento Para La Fijación De Precios De Medicamentos De Uso Y Consumo Humano

El 14 de julio del año 2014, el entonces presidente del Ecuador Ec. Rafael Correa Delgado decreto el Reglamento para la Fijación de Precios de Medicamentos de Uso y Consumo Humano (Decreto No. 400) con el propósito de “establecer y regular los procedimientos para la fijación, revisión y control de precios de venta al consumidor final de medicamentos de uso y consumo humano, que se comercialicen dentro del territorio ecuatoriano”(pp. 1-2).

El ex vicepresidente del Ecuador Jorge Glas (Como se dice en El Telégrafo, 2014) afirmó en aquel entonces que “se consumen alrededor de \$ 1.500 millones en medicamentos entre el sistema público y privado, cifra que es igual al mercado de Perú, con la diferencia de que ese país tiene cerca de 30 millones de habitantes” (Reglamento para fijación de precios de medicamentos se aplicará desde septiembre, párr. 2)

De igual forma, el ex vicepresidente Glas (Como se dice en El Telégrafo, 2014) estableció que “para combatir la dispersión, el precio techo será equivalente a la mediana de los precios de venta al público del mercado privado de los medicamentos participantes en el segmento correspondiente” (Reglamento para fijación de precios de medicamentos se aplicará desde septiembre, párr. 5) entrando en función en septiembre del año 2014.

Deducción De Remuneraciones Y Beneficios Sociales Por Incremento Neto De Empleos

En consonancia con el artículo No. 10 de la Ley de Régimen Tributario Interno del Ecuador en el numeral No. 9 concerniente a la disminución de gastos de las organizaciones afirma que:

Las deducciones que correspondan a remuneraciones y beneficios sociales sobre los que se aporte al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, por incremento neto de empleos, debido a la contratación de trabajadores directos, se deducirán con el 100% adicional, por el primer ejercicio económico en que se produzcan y siempre que se hayan mantenido como tales seis meses consecutivos o más, dentro del respectivo ejercicio (p. 17).

Artículo No. 55: Transferencias E Importaciones Con Tarifa Cero

La Ley de Régimen Tributario Interno del Ecuador (2004) en su artículo no. 55 literal no. 6 expresa lo siguiente:

Tendrán tarifa cero las transferencias e importaciones de Medicamentos y drogas de uso humano, de acuerdo con las listas que mediante Decreto establecerá anualmente el Presidente de la República, así como la materia prima e insumos importados o adquiridos en el mercado interno para producirlas. Así mismo, tendrán tarifa cero los envases y etiquetas importados o adquiridos en el mercado local que son utilizados exclusivamente en la fabricación de medicamentos de uso humano o veterinario (p. 57)

Económico

Tasas Variables De Interés Por Parte De Las Instituciones Financieras

A fin de adquirir el ácido tranexámico, la lidocaína con epinefrina, la lidocaína sin epinefrina, la metoclopramida y el sulfato de magnesio por parte de un tercero que maquile los fármacos mencionados, será necesario solicitar préstamos con diversas entidades bancarias a fin de obtener el capital necesario para poder solventar los costos de importación de la línea de fármacos y así poder comercializarla en el siguiente año. Sin embargo, puede suscitar el caso que la entidad decida establecer una tasa de interés variable al plazo que DISGILBERT S.A. decida solicitar el préstamo, ocasionando así incredulidad al solicitante.

Social

Envejecimiento De La Población

De acuerdo con el INEC (2010) la esperanza estimada de vida de la población masculina y femenina será de 75 y 80 años respectivamente. Esto a su vez se corrobora con el artículo publicado por El Telégrafo (2016) en el cual presentan los resultados obtenidos por la Universidad Internacional de Valencia, España. La mencionada academia declaró que “el número de personas mayores de 65 años crecerá en América Latina y el Caribe un 34% anualmente” (La Población Adulta Mayor Crecerá 34% A Partir De 2020, párr. 5).

Además, afirman que “el envejecimiento de la población se agudiza ya que la tasa de población mayor de 65 años crecerá un 34% anual a partir de 2020 y pasará de un 7,3% a un 12,5%” (La Población Adulta Mayor Crecerá 34% A Partir De 2020, párr. 5).

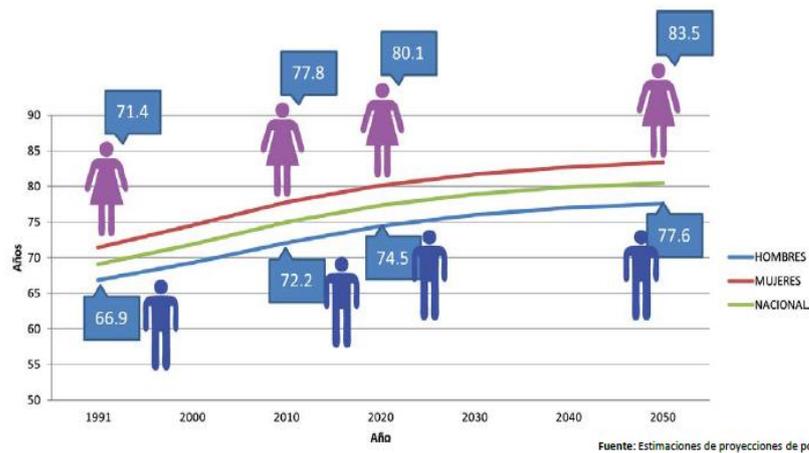


Figura 25. Esperanza De Vida Al Nacimiento Por Sexo 1990 – 2050.
Tomado de Presentación ¿Cómo Crecerá La Población En Ecuador? INEC, 2010

Alcance A Nivel Nacional

El Q.F. Guillermo Gilbert Bambino, gerente general de Gilbert Global Business S.A. DISGILBERT, expreso que los fármacos como el ácido tranexámico, la lidocaína con epinefrina, la lidocaína sin epinefrina, la metoclopramida y el sulfato de magnesio tienen una alta demanda y escasa oferta no solamente en la ciudad de Guayaquil, sino en todo el Ecuador. Es por esto, que el éxito de este plan de negocio a nivel de la urbe determinará la distribución y comercialización de los cinco fármacos por DISGILBERT S.A. en todo el país.

Nichos De Subdistribuciones

El Q.F. Guillermo Gilbert Bambino, gerente general de Gilbert Global Business S.A. DISGILBERT, también mencionó que los fármacos como el ácido tranexámico, la lidocaína con epinefrina, la lidocaína sin epinefrina, la metoclopramida y el sulfato de magnesio pueden ser comercializados y distribuidos por otros subdistribuidores dentro y fuera de la ciudad de Guayaquil fruto de su alta demanda y escasa oferta. Así, DISGILBERT S.A. reduce los posibles riesgos logísticos y económicos a presentarse en el transcurso de la venta.

Ambiental

Incineración De Fármacos Vencidos

Acorde a lo indicado en el Instructivo publicado por la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (2017) para la Supervisión de Destrucción y Eliminación de Medicamentos y Productos en Investigación, cuya base legal es la Ley Orgánica de Salud, Ley 67 (Registro Oficial Suplemente 423, 22-XII-2006) se detalla lo siguiente:

“Art. 176.- Los medicamentos caducados referidos en el artículo anterior deben ser destruidos y eliminados por los fabricantes o importadores, conforme a los procedimientos establecidos por la autoridad sanitaria nacional y bajo su supervisión.” (p. 4)

En conformidad a lo antes expuesto, DISGILBERT S.A. procedería a asumir el proceso de destrucción cuando así aplicase.

Una vez culminado el análisis PESTA, se procederá a calificar el grado de importancia otorgando una valoración a cada aspecto encontrado de índole política, económica, social, tecnológica o ambiental. Los grados de importancia son cinco: Muy Positivo (MP), Positivo (PO), Indiferente (IN), Negativo (NE) y Muy Negativo (MN). Igualmente, la valoración se divide en tres rangos: Poco Importante (0 a 5), Importante (6 a 10) y Muy Importante (11 a 15) como se exhibe en la figura a continuación:

NOMENCLATURA	
Muy Positivo	MP
Positivo	PO
Indiferente	IN
Negativo	NE
Muy Negativo	MN

VALORACION	
0 a 5	POCO IMPORTANTE
6 a 10	IMPORTANTE
11 a 15	MUY IMPORTANTE

VARIABLES	VALORACION					OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	MP	PO	IN	NE	MN		
POLÍTICO							
Reglamento Para La Fijación De Precios De Medicamentos De Uso Y					15		A
Deducción De Remuneraciones Y Beneficios Sociales Por Incremento Neto De Empleos	15					O	
Artículo No. 55: Transferencias E Importaciones Con Tarifa Cero	15					O	
ECONÓMICO							
Tasas Variables De Interés Por Parte De Las Instituciones Financieras				10			A
SOCIAL							
Envejecimiento De La Población			6			O	
Alcance A Nivel Nacional	15					O	
Nichos De Subdistribuciones	15					O	
AMBIENTAL							
Proceso De Incineración De Fármacos Vencidos				6			A

Figura 26. Matriz PESTA

Antes de examinar el sector y dimensión del mercado hacia el cual nos vamos a dirigir, analizaremos las oportunidades y amenazas del entorno a fin de definir las estrategias a emplear con el propósito de reducir o explotar los posibles impactos en el presente plan de negocios. Así, se evidencian cinco oportunidades que actualmente se encuentran en el entorno, dentro de las cuales tres resaltan como se exhibe en la siguiente figura:

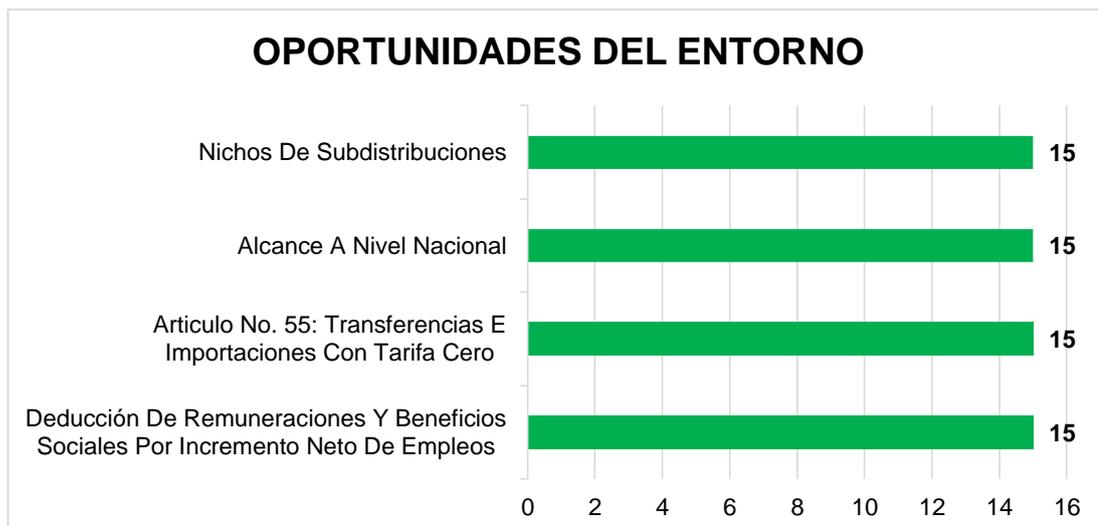


Figura 27. Oportunidades Del Entorno

Los *Nichos De Subdistribuciones* facultarán a la organización incrementar sus ventas y rentabilidad comercializando el ácido tranexámico, la lidocaína con epinefrina, la lidocaína sin epinefrina, la metoclopramida y el sulfato de magnesio a otros distribuidores dentro de la ciudad de Guayaquil como afuera de la misma reduciendo así potenciales riesgos logísticos y económicos.

El *Alcance A Nivel Nacional* permitirá a DISGILBERT S.A. incrementar sus ventas y utilidades en mayor proporción la organización incrementar sus ventas y rentabilidad si la comercialización y distribución del ácido tranexámico, la lidocaína con epinefrina, la lidocaína sin epinefrina, la metoclopramida y el sulfato de magnesio otorga los resultados esperados.

El *Artículo No. 55: Transferencias E Importaciones Con Tarifa Cero* propiciará un importante ahorro de los fondos con los que cuenta DISGILBERT S.A. para importar estos fármacos de países de Centroamerica, Europa o Asia y mayor inversión en la adquisición de vastos inventarios de los medicamentos presentados que no gravan impuestos.

La *Deducción De Remuneraciones Y Beneficios Sociales Por Incremento Neto De Empleos* es una oportunidad que favorece a DISGILBERT S.A. en la deducción de la base imponible para el cálculo del impuesto a la renta.

En contraste con las oportunidades exhibidas previamente, se identificaron cinco amenazas que actualmente se encuentran en el entorno, dentro de las cuales tres sobresalen como se exhibe en la siguiente figura:

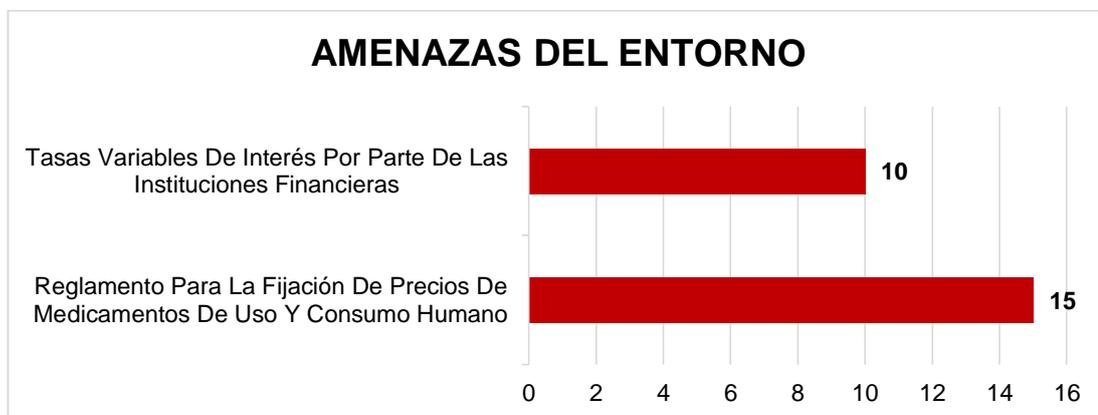


Figura 28. Amenazas del Entorno

Las *Fuentes De Financiamiento* representan una gran amenaza para DISGILBERT S.A. en vista de que las instituciones financieras optan por otorgar préstamos a sus solicitantes con tasas de crédito variables frecuentemente, ocasionando incertidumbre para los usuarios que ansían solicitar un préstamo bancario.

El *Reglamento para la Fijación de Precios de Medicamentos de Uso y Consumo Humano* constituye un factor negativo al reducir la potencial rentabilidad a recaudar con la comercialización a las instituciones de carácter público encuestadas de los medicamentos descritos al encontrarse reguladas por un precio techo de venta que no puede ser sobrepasado por ningún comerciante farmacéutico.

2.6.2. Estudio Del Sector Y Dimensión Del Mercado

En el Ecuador, existen tres sectores económicos que aportan al Producto Interno Bruto (PIB), los cuales son:

Primario: Engloba actividades como la agricultura, pesca, materia prima y bienes de capital.

Secundario: Abarca actividades como la manufactura y la minería.

Terciario: Comprende actividades como el comercio, la construcción, la educación y la salud.

Dentro del presente plan de negocios, esta investigación se ubica en el sector económico terciario dentro del subsector de la salud en la industria farmacéutica.

En consonancia con DataLab Asobanca (2019) el sector de la salud aportó al Ecuador un PIB de 9,02% en el año 2018 proveniente de la suma de 6.485,799 millones de dólares recaudados por este sector.

Por otra parte, la organización de inteligencia de mercado del sector farmacéutico IQVIA (2019) asegura que la participación de mercado de las ventas en dólares y en unidades hasta el mes de abril del presente año de los medicamentos de presentación de marca acumulan el 94,50% y 84,53% respectivamente que, a diferencia de los fármacos de presentación genérica, escasamente comprenden el 5,50% y 15,47% de la venta en dólares y en unidades proporcionalmente como se presenta en la siguiente tabla:

Tabla 16
Participación De Mercado Ventas En Dólares & En Unidades Fármacos De Marca & Genéricos Abril 2019

Presentación	YTD Abril-2019		
	Fármaco	Venta En Dólares	Venta En Unidades
Marca		94,50%	84,53%
Genérico		5,50%	15,47%

Tomado de IQVIA (2019)

Además, la misma organización en sus informes mensuales establece que el crecimiento anual estimado del mercado farmacéutico en dólares y unidades es del 3,50% y 1,23 como se exhibe en la figura 31 a continuación:

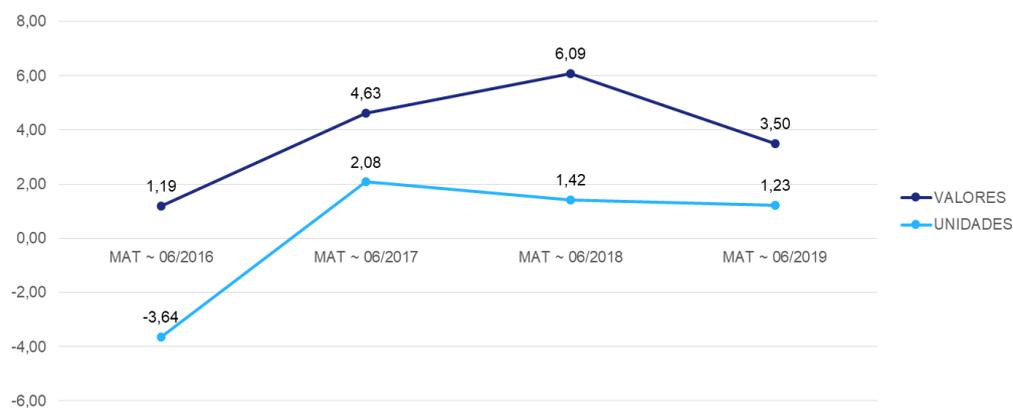


Figura 29. Crecimiento Anual Estimado Mercado Farmacéutico. Tomado de IQVIA (2019)

Para el presente trabajo, se realizará el estudio del grupo estratégico con los productos sustitutos que compitan indirectamente con los fármacos a comercializar el siguiente año.

Hay que mencionar, además que este análisis también contempla la preferencia del consumidor en vista de que la duración de la relación comercial con las instituciones de la salud estará sujeta a la aceptación de parte del consumidor final o paciente de nuestros productos.

Dicho lo anterior, se pasará a evaluar cinco medicamentos sustitutos con el mismo principio activo que ya se comercializan en el mercado a través de una serie de aspectos en la siguiente figura:

Muy Mala	1				
Mala	2				
Regular	3				
Buena	4				
Muy Buena	5				
CARACTERISTICAS	TRANEXAM	ROXICAINA CON EPINEFRINA	ROXICAINA SIN EPINEFRINA	METOCLOPRAMIDA	SULFATO DE MAGNESIO
Atractivo & Práctico	4	4	4	4	4
Diseño					
Efectividad Terapeutica	5	5	5	5	5
Precio	2	2	2	4	4
TOTAL	11	11	11	13	13
%	19%	19%	19%	22%	22%

Figura 30. Matriz De Grupo Estratégico

Si se analiza la figura 30, la metoclopramida y el sulfato de magnesio son los principales fármacos sustitutos cuya única fortaleza radican en sus bajos precios de venta, que pese a ser muy pronunciada, las

encuestas desarrolladas señalan que no es una característica importante para los encuestados al comprar fármacos.

Por otro lado, encontramos que el Tranexam junto a la Roxicaina con y sin Epinefrina ostentan como única debilidad sus altos precios de venta.

Por esto, el ambiente que se presenta es positivo en la comercialización de los tres fármacos recién mencionados. Sin embargo, la metoclopramida y el sulfato de magnesio presentan un gran desafío a afrontar una vez comience la comercialización de estos dos últimos fármacos.

2.6.3. Competencia – Análisis De Fuerza De Porter

De acuerdo con Gomez Zorrilla-Sanjuan (2015) “El análisis de Porter o la matriz de las 5 fuerzas de Porter, es un modelo estratégico elaborado por el economista y profesor de la Harvard Business School, Michael Porter en 1979” (Herramientas Claves En Un Plan De Marketing (II): 5 Fuerzas De Porter, parr.3) el cual “proporciona un marco de reflexión estratégica para determinar la rentabilidad de un sector específico, con el fin de evaluar el valor y la proyección futura de empresas o unidades de negocio que operan en dicho sector” (Herramientas Claves En Un Plan De Marketing (II): 5 Fuerzas De Porter, parr.3)

Las cinco fuerzas en mención son: La Posibilidad De Amenaza Ante Nuevos Competidores, El Poder De La Negociación De Los Diferentes Clientes, El Poder De Negociación De Los Proveedores, La Amenaza De Ingresos Por Productos Sustitutos & La Rivalidad Entre Los Competidores, mismos que serán analizados en el giro de negocio en discusión a continuación:

La Posibilidad De Amenaza Ante Nuevos Competidores

El ingreso al mercado farmacéutico de nuevos competidores presupone una amenaza de grado medio, puesto que actualmente hay distribuidoras que mantienen esta modalidad de venta, con la única diferencia que adquieren el producto ya terminado directamente de laboratorios nacionales e internacionales o de importadores farmacéuticos. Por otra parte, se identificaron las siguientes barreras:

- La diferenciación de los productos es mínima, se contempla solamente el servicio post venta y la rapidez de respuesta, que dependerá de la capacidad del laboratorio, importador o distribuidor.
- La necesidad de capital es alta, por lo que se requeriría una distribuidora con una alta capacidad de financiamiento para afrontar la compra de los fármacos expuestos en voluminosas cantidades y cancelar los gastos logísticos y arancelarios del proceso de importación.
- El acceso a las alianzas con las clínicas y hospitales de índole pública o privada requieren una distribuidora con un músculo financiero estable dado que el flujo de caja de las instituciones citadas varia mes a mes ocasionando días de mora en los pagos.

El Poder De Negociación De Los Diferentes Clientes

Los hospitales y clínicas de carácter público y privado presumen una amenaza de alto grado en la elección de sus proveedores ya que evalúan mediante procesos de licitación factores como precio, cumplimiento en el despacho de órdenes de compra, cumplimiento en los plazos de entrega y tamaño de portafolio ofertado por el proveedor o los proveedores escogidos.

Sin embargo, el precio continúa siendo un factor decisivo en la elección de suministradores por parte de las instituciones de la salud mencionadas dado que existen proveedores que ofrecen precios más bajos si bien no es el factor más importante en la elección de proveedores según los resultados de la encuesta realizada en el presente plan de negocio.

El Poder De Negociación De Los Proveedores

El número de proveedores que actualmente importan, distribuyen y comercializan el ácido tranexámico solución inyectable de 100 miligramos ampolla, la lidocaína con epinefrina solución inyectable 2% vial 20ml, la lidocaína sin epinefrina solución inyectable 2% vial 20ml, la metoclopramida solución inyectable de 10 miligramos sobre 2 mililitros ampolla y el sulfato de magnesio solución inyectable al 20% ampolla es limitado. Por consiguiente, presuponen una amenaza de grado medio.

La Amenaza De Ingresos Por Productos Sustitutos

El ingreso al mercado farmacéutico de productos sustitutos presupone una amenaza de alto grado, ya que se pueden manejar con productos creados con el mismo componente y otras presentaciones. Más aún, teniendo presente el hecho que el laboratorio o importador o distribuidor puede manejar sus propios productos o manejar esta modalidad con otro distribuidor.

La Rivalidad Entre Los Competidores

La competencia dentro del mercado farmacéutico conlleva una amenaza de alto grado, teniendo en cuenta que cada vez ingresan más actores al mercado con el fin de obtener mayores ingresos por la compra y venta de fármacos de presentación genérica o de marca obligando a los grandes laboratorios, importadores o distribuidores a

redoblar sus esfuerzos en diseñar y poner en práctica estrategias que les faculten restar participación de mercado a los nuevos competidores o de menor capacidad económica y operativa.

Tabla 17
Matriz EFI (Evaluación Factores Internos De La Competencia)

FACTORES	PESO	CALIFICACIÓN	CALIFICACIÓN PONDERADA
DEBILIDADES	50%		
Inadecuada Planificación De La Demanda	0,2	2	0,40
Aplazamiento De Las Importaciones	0,1	2	0,20
Demora En La Producción	0,1	2	0,20
Problemas Técnicos En Las Fabricas o Plantas De Manufactura	0,05	1	0,05
Certificaciones O Validaciones	0,05	1	0,05
FORTALEZAS	50%		
Inversión En Publicidad & Desarrollo	0,05	3	0,15
Posicionamiento En El Mercado	0,1	4	0,40
Experiencia En El Sector	0,1	4	0,40
Cobertura Nacional	0,2	4	0,80
Efectividad Terapéutica De Sus Productos	0,05	3	0,15
TOTAL	100%		2,80

Tabla 18
Información Para La Calificación De La Matriz

ORDEN	CALIFICACIÓN	EVALUACIÓN
	4	Fortaleza Mayor
Calificar Entre 1 & 4	3	Fortaleza Menor
	2	Debilidad Mayor
	1	Debilidad Menor

2.6.4. Estimación De Mercado Potencial Y Demanda Global

Mercado Actual De La Empresa

El actual sistema de distribución empleado por DISGILBERT S.A es un canal de nivel dos, puesto que adquiere los fármacos de fabricantes o importadores nacionales o extranjeros para ser comercializados por la organización en discusión a hospitales o clínicas de índole pública o privada que a su vez aplican los medicamentos a sus pacientes o consumidores finales como se demuestra en la figura 31 a continuación:



Figura 31. Sistema De Distribución De DISGILBERT S.A. A Clínicas & Hospitales

Mercado Actual De La Competencia

De acuerdo con la Agrupación De Investigación Y Marketing Farmacéutico (2017) “IQVIA es un proveedor líder a nivel mundial de servicios de información, soluciones tecnológicas innovadoras e investigación” que “tiene alrededor de 55.000 empleados en más de 100 países” reuniendo grandes cantidades de cifras como las ventas anuales en el Ecuador en dólares de los fármacos de presentación genérica y de marca en que los importadores farmacéuticos Hospimedikka y Fresenius Kabi han logrado en los últimos dos años y el presente año hasta el mes de abril respectivamente como se indican en la tabla 19 y 20 y figuras 32, 33, 34 y 35 a continuación:

Tabla 19

Ventas En Dólares Fármacos Hospimedikka & Fresenius Kabi 2017 – Año Hasta La Fecha

Presentación	Laboratorio	Dolares (En Millones)		
		Año 2017	Año 2018	YTD abr-19
Tranexam A.iv 0.10 G 5 MI X 8 (/ml)	Ropsohn	\$86.360	\$25.633	\$5.001
Roxicaina Vial C/epine 2 % 50 MI X 1	Ropsohn	\$17.487	\$3.857	\$48.825
Roxicaina Vial S/epine 2 % 20 MI X 1	Ropsohn	\$26.893	\$44.409	\$23.520
Sulfato Magnesio A.im/iv 20 % 10 MI X 10	Sanderson	\$7.669	\$7.158	\$1.264
Sulfato Magnesio A.im/iv 20 % 10 MI X 100	Sanderson	\$2.018	\$2.918	\$0
Metoclopramida Clh A.im/iv 10 Mg 2 MI X 10	Sanderson	\$12.772	\$7.537	\$2.569
Metoclopramida Clh A.im/iv 10 Mg 2 MI X 100	Sanderson	\$1.705	\$1.093	\$299

Tomado de IQVIA (2019)

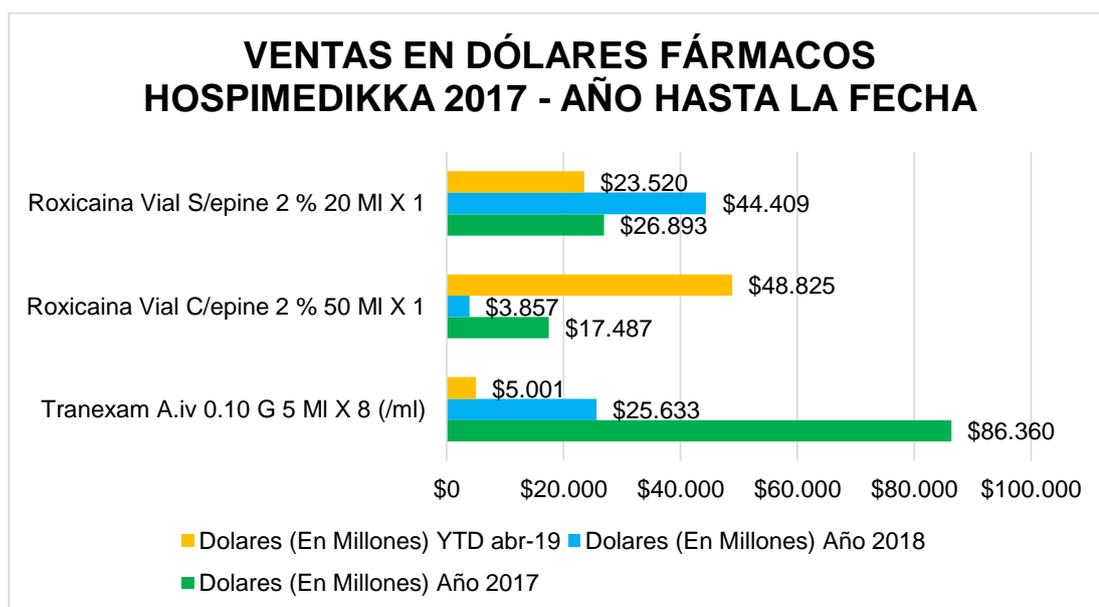


Figura 32. Ventas En Dólares Fármacos Hospimedikka 2017 – Año Hasta la Fecha. Tomado de IQVIA (2019)

VENTAS EN DÓLARES FÁRMACOS FRESENIUS KABI 2017 - AÑO HASTA LA FECHA

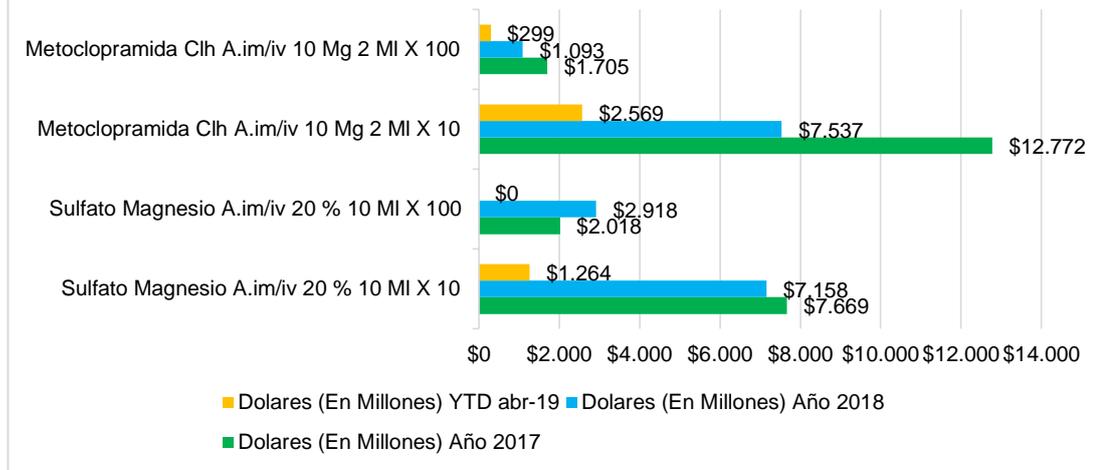


Figura 33. Ventas En Dólares Fármacos Fresenius Kabi 2017 – Año Hasta La Fecha. Tomado de IQVIA (2019)

Tabla 20

Unidades Vendidas Fármacos Hospimedikka & Fresenius Kabi 2017 – Año Hasta La Fecha

Presentación	Laboratorio	Unidades (En Millones)		
		Año 2017	Año 2018	YTD abr-19
Tranexam A.iv 0.10 G 5 MI X 8 (/ml)	Ropsohn	3.665	1.079	222
Roxicaina Vial C/epine 2 % 50 MI X 1	Ropsohn	6.929	1.308	19.145
Roxicaina Vial S/epine 2 % 20 MI X 1	Ropsohn	16.975	26.625	13.696
Sulfato Magnesio A.im/iv 20 % 10 MI X 10	Sanderson	2.397	2.247	409
Sulfato Magnesio A.im/iv 20 % 10 MI X 100	Sanderson	59	84	0
Metoclopramida Clh A.im/iv 10 Mg 2 MI X 10	Sanderson	4.988	3.046	966
Metoclopramida Clh A.im/iv 10 Mg 2 MI X 100	Sanderson	70	47	11

Tomado de IQVIA (2019)

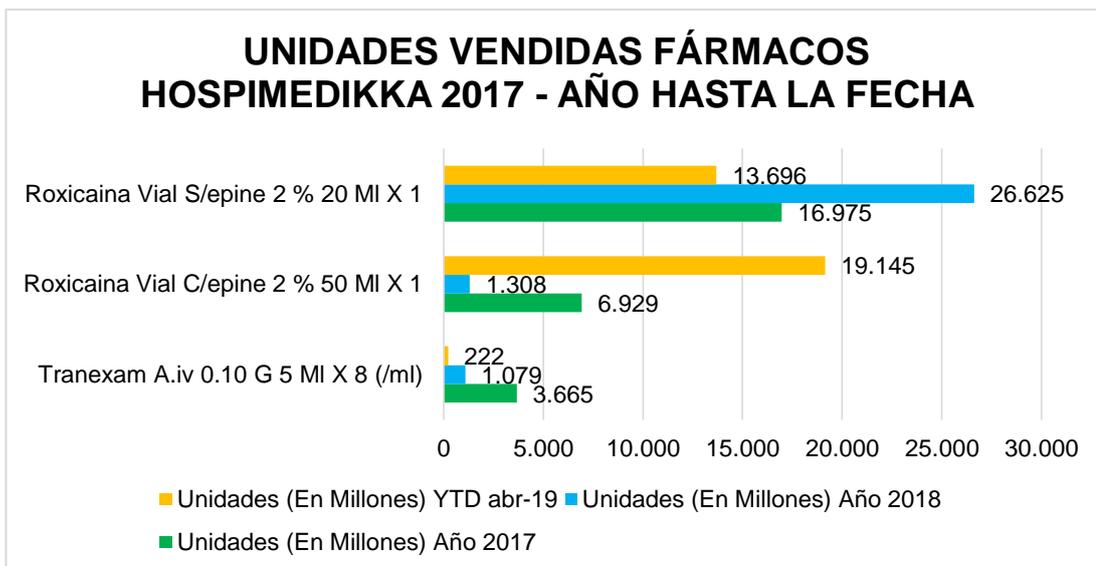


Figura 34. Unidades Vendidas Fármacos Hospimedikka 2017 - Año Hasta La Fecha. Tomado de IQVIA (2019)

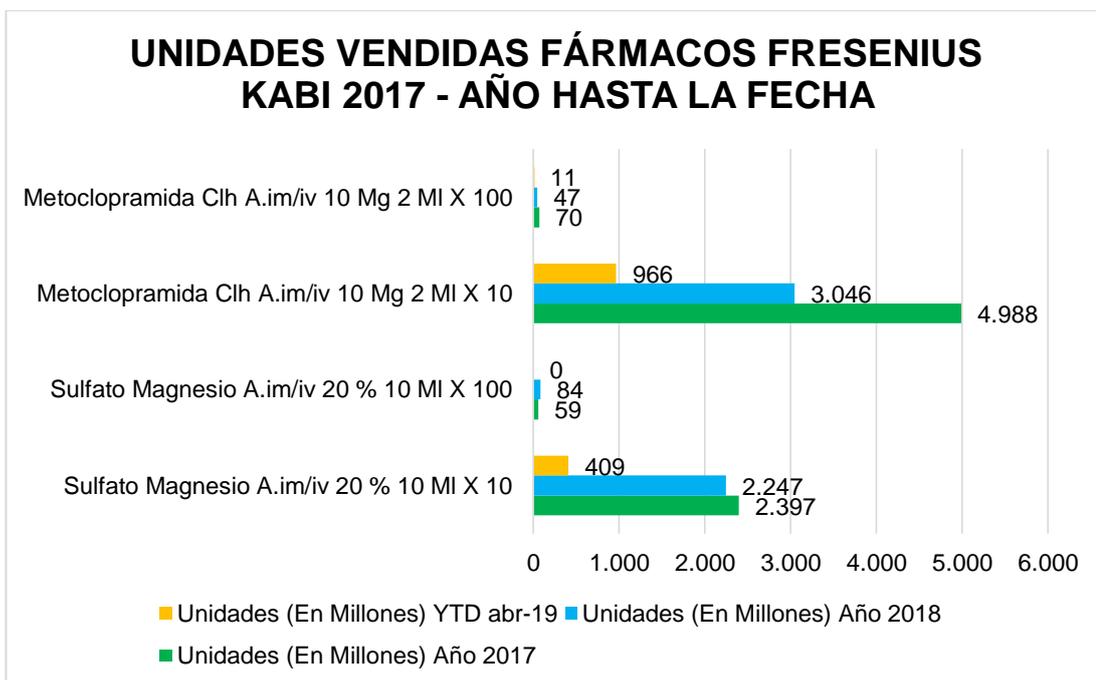


Figura 35. Unidades Vendidas Fármacos Fresenius Kabi 2017 - Año Hasta La Fecha. Tomado de IQVIA (2019)

Dicho lo anterior, los principales competidores de la empresa cuentan con una amplia cobertura a nivel nacional y mayor capital financiero. Sin embargo, exhiben debilidades que pueden ser explotadas por DISGILBERT S.A. para comercializar su línea genérica de fármacos en las instituciones de la salud encuestadas y continuar maximizando sus utilidades.

Mercado No Consumidores Relativos

Abarca a toda la muestra encuestada, puesto que aún no han adquirido la línea de fármacos de DISGILBERT S.A. expuesta en el anterior capítulo del presente trabajo, más reúnen los requisitos necesarios para formar parte de nuestra cartera de clientes.

Mercado No Consumidores Absolutos

Lo comprenden las áreas o centros de salud y fundaciones en las que no traten con las dolencias o enfermedades para los cuales han sido creados los fármacos descritos en el punto 1.3 del capítulo pasado, dado que no requieren nuestra línea a elaborar y comercializar y no reúnen los requisitos necesarios para ser nuestros clientes.

Mercado Planificado

Lo engloban los pacientes o consumidores finales que, a pesar de no requerir cualquiera de los cinco fármacos enunciados anteriormente, en algún momento pueden necesitar alguno de los medicamentos que desea comercializar DISGILBERT S.A. Es así que el mercado planificado son todos los clientes o pacientes que bajo recomendación visiten nuestra oficina con el propósito de adquirir el ácido tranexámico, la lidocaína con epinefrina, la lidocaína sin epinefrina, la metoclopramida y el sulfato de magnesio para uso propio o para algún familiar o amigo que requiera cualquiera de los cinco fármacos citados.

2.6.5. Mercado Meta

El sistema de distribución que aspira a manejar DISGILBERT S.A es un canal de nivel tres, puesto que continuara adquiriendo los fármacos de fabricantes o importadores nacionales o extranjeros para ser comercializados por la organización en discusión a hospitales o clínicas de índole pública o privada que a su vez aplican los medicamentos a sus pacientes o consumidores finales como se demuestra en la figura 36 a continuación:



Figura 36. Potencial Sistema De Distribución De DISGILBERT S.A. A Clínicas & Hospitales

Por otro lado, el Servicio Nacional De Contratación Pública (2019) en la sección titulada *Distributivo De Medicamentos Por Unidad De Salud* dentro de su sitio web presenta al público la estimación de unidades anuales de fármacos como el ácido tranexámico, la lidocaína con epinefrina, la lidocaína sin epinefrina, la metoclopramida y el sulfato de magnesio por parte de la red pública de salud conformada por instituciones como el Ministerio de Salud Pública (MSP), el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS), el Instituto de Seguridad Social de las Fuerzas Armadas (ISSFA) y el Instituto de Seguridad Social de la Policía (ISSPOL). Para el presente trabajo, vamos a tomar en referencia la demanda potencial del presente año de los hospitales pertenecientes al MSP e IESS ubicados en Guayaquil y la demanda cubierta de las clínicas pertenecientes al sector privado de la urbe del año 2018.

Sin embargo, el mercado farmacéutico crece 3,5% anualmente en dólares y 1,23% en unidades. Dicho lo anterior, DISGILBERT S.A traza la meta de captar inicialmente el 15% de las demandas potenciales de las instituciones encuestadas pertenecientes al MSP e IESS en Guayaquil y la demanda atendida el año pasado por el sector privado de la urbe de los cinco fármacos expuestos, objetivo desafiante dada la alta competencia que actualmente existe en el sector.

Con respecto al ácido tranexámico, el mismo no fue tomado en cuenta para la demanda potencial al ser un producto “habilitado” al importador farmacéutico Hospimedikka para ser el único en proveer este fármaco en todas las instituciones del ISSFA, MSP, IESS e ISSPOL de acuerdo con el SERCOP. Sin embargo, la lidocaína con y sin epinefrina, la metoclopramida y el sulfato de magnesio se encuentran como “no habilitados” por el SERCOP, razón por la cual no existe exclusividad como en el caso del ácido tranexámico para ser adjudicado a cualquier proveedor como DISGILBERT S.A.

Tabla 21

Demanda Potencial Año 2019 Sector Público Ministerio De Salud Pública

MEDICAMENTO	ESTABLECIMIENTO DE SALUD	ESTIMACIÓN 2019 (en unidades)
Lidocaína (sin epinefrina), Líquido parenteral, 2 %, Frasco/vial x 20 mL	HOSPITAL DE ESPECIALIDADES ABEL GILBERT PONTÓN	4.370
	HOSPITAL GENERAL GUASMO SUR	2.100
	HOSPITAL GENERAL UNIVERSITARIO	9.000
	HOSPITAL INFECTOLÓGICO JOSE RODRIGUEZ MARIDUEÑA	1.290
	HOSPITAL PEDIÁTRICO FRANCISCO DE ICAZA BUSTAMANTE	4.440
Lidocaína con epinefrina, Líquido parenteral, 2 % + 1:200.000, Frasco x 20 mL	HOSPITAL DE ESPECIALIDADES ABEL GILBERT PONTÓN	1.550
	HOSPITAL GENERAL UNIVERSITARIO	1.390
	HOSPITAL PEDIÁTRICO FRANCISCO DE ICAZA BUSTAMANTE	750
Metoclopramida, Líquido parenteral, 5 mg/mL, Caja x ampolla/ampollas x 2 mL	HOSPITAL DE ESPECIALIDADES ABEL GILBERT PONTÓN	118.410
	HOSPITAL GENERAL GUASMO SUR	90.000
	HOSPITAL GENERAL UNIVERSITARIO	6.590
	HOSPITAL INFECTOLÓGICO JOSE RODRIGUEZ MARIDUEÑA	10.830
	HOSPITAL PEDIÁTRICO FRANCISCO DE ICAZA BUSTAMANTE	20.240
Sulfato de magnesio, Líquido parenteral, 20 %, Caja x ampolla/ampollas x 10 mL	HOSPITAL GENERAL GUASMO SUR	8.400
	HOSPITAL GENERAL UNIVERSITARIO	37.500
	HOSPITAL INFECTOLÓGICO JOSE RODRIGUEZ MARIDUEÑA	2.600
	HOSPITAL PEDIÁTRICO FRANCISCO DE ICAZA BUSTAMANTE	8.250
TOTAL		327.710

Tomado de Servicio Nacional De Contratación Pública (2019)

Tabla 22

Demanda Potencial Año 2019 Sector Público Instituto Ecuatoriano De Seguridad Social

MEDICAMENTO	ESTABLECIMIENTO DE SALUD	ESTIMACIÓN 2019 (en unidades)
Lidocaína (sin epinefrina), Líquido parenteral, 2 %, Frasco/vial x 20 mL	HOSPITAL GENERAL DEL NORTE DE GUAYAQUIL LOS CEIBOS	4.740
Metoclopramida, Líquido parenteral, 5 mg/mL, Caja x ampolla/ampollas x 2 mL	HOSPITAL GENERAL DEL NORTE DE GUAYAQUIL LOS CEIBOS	122.540
	HOSPITAL DE ESPECIALIDADES - TEODORO MALDONADO CARBO	54.990
Sulfato de magnesio, Líquido parenteral, 20 %, Caja x ampolla/ampollas x 10 mL	HOSPITAL GENERAL DEL NORTE DE GUAYAQUIL LOS CEIBOS	12.870
	HOSPITAL DE ESPECIALIDADES - TEODORO MALDONADO CARBO	23.030
TOTAL		218.170

Tomado de Servicio Nacional De Contratación Pública (2019)

Tabla 23

Demanda Atendida Año 2018 Sector Privado

Presentación	Laboratorio	Venta En Caja/ Unidad Año 2018	Venta Total Unidades Año 2018
Tranexam A.iv 0.10 G 5 MI X 8 (/ml)	Ropsohn	1.079	8632
Roxicaina Vial C/epine 2 % 50 MI X 1	Ropsohn	1.308	1.308
Roxicaina Vial S/epine 2 % 20 MI X 1	Ropsohn	26.625	26.625
Clopan Amp. 10 Mg 2 MI X 5	Menarini	58.209	291045
Sulfato Magnesio A.im/iv 20 % 10 MI X 10	Sanderson	2.247	22470
Sulfato Magnesio A.im/iv 20 % 10 MI X 100	Sanderson	84	8400
Metoclopramida Clh A.im/iv 10 Mg 2 MI X 10	Sanderson	3.046	30460
Metoclopramida Clh A.im/iv 10 Mg 2 MI X 100	Sanderson	47	4700
TOTAL		92.645	393.640

Tomado de IQVIA (2019)

2.6.6. Perfil Área De Compras Hospitales & Clínicas

Similarmente con Experto GestioPolis.com (2002) “un perfil del consumidor es el conjunto de características que, con base en el análisis de las variables de un mercado, describe al cliente meta” (Gestiopolis, parr.1). Así mismo, faculta a una organización “conocer y entender a sus clientes, ofrecer productos y servicios que realmente demanden, desarrollar estrategias de venta enfocadas en las características definidas en el perfil y establecer los canales mediante los cuales podrá contactar a clientes potenciales” (Gestiopolis, parr.2).

Para DISGILBERT S.A, su cliente son las instituciones como los hospitales y clínicas mencionados al inicio del capítulo puesto que las mismas brindan a los pacientes o consumidores los medicamentos que la organización en discusión y demás distribuidores o laboratorios o importadores farmacéuticos proveen a fin de aliviar las dolencias que padezcan los pacientes o consumidores. Dicho lo anterior, este perfil está encaminado a los jefes o asistentes del área de compras que representan a cada hospital y clínica encuestada que solicitan los fármacos que la plantilla médica demanda para tratar a sus pacientes como se muestra a continuación en la tabla 24:

Tabla 24
Perfil Área De Compras Hospitales & Clínicas

Geográficas		Datos
País		Ecuador
Región		Costa
Provincia		Guayas
Cantón		Guayaquil
Clima		Cálido
Demográficas		Datos
Edad		27 a 60 años
Sexo		Masculino & Femenino
Actividad		PEA
Nacionalidad		Ecuatoriana
Socioeconómicas		Datos
Ingreso		Indefinido. Sujeto a los Ingresos Mensuales
Instrucción		Bachiller, Superior
Ocupación		Jefe o Asistente de Compras
Psicográficos		Datos
Clase Social		Alta, Media Alta, Media, Media Baja, Baja
Estilo de Vida		Tradicional
Personalidad		Insatisfechos, debido a la limitada oferta actual dentro del mercado
Conductuales		Datos
Beneficios		Contar con un amplio stock de los fármacos presentados para satisfacer los
Buscados		requerimientos de los hospitales y clínicas en períodos de escasez de los mismos
Tasa de Solicitud		Acorde a la necesidad de los pacientes

2.7. Análisis Interno

2.7.1. Cadena De Valor

De acuerdo con Kotler & Keller (2009) “Michael Porter ha propuesto la cadena de valor como un instrumento para identificar el modo de generar más valor para los clientes” (Dirección de Marketing, p. 38) donde “cada empresa desarrolla una serie de actividades destinadas a diseñar, producir, comercializar, entregar y apoyar su producto” (Dirección de Marketing, p. 38).

Así mismo, Kotler & Keller (2009) afirman que “la cadena de valor refleja nueve actividades estratégicamente relevantes que generan costo y valor en un negocio específico” (Dirección de Marketing, p. 38) las cuales “se dividen en cinco actividades primarias y cuatro actividades de apoyo” (Dirección de Marketing, p. 38).

Actividades de Apoyo	Infraestructura De La Empresa				Margen	
	Administración De Los Recursos Humanos					
	Desarrollo Tecnológico					
	Abastecimiento					
	Logística Interna	Operaciones	Logística Externa	Mercadotecnia & Ventas		Servicio
	Actividades Primarias					

Figura 37. Cadena De Valor De Michael Porter

A continuación, se detalla las actividades de la cadena de valor de GILBERT GLOBAL BUSINESS S.A.- DISGILBERT:

Actividades Primarias

Logística Interna

Cada medicina o insumo que llega a la bodega pasa por dos de las tres posibles etapas: Cuarentena, donde permanecen los mencionados en la zona de Cuarentena hasta que la revisión haya

concluido; Aprobación, donde pasan al área de Aprobación una vez haya sido aceptado por el Responsable Técnico o Rechazo, en el caso que los fármacos o insumos presenten daños en su presentación o composición.

Operaciones

Comprende el traslado de las medicinas o insumos a sus respectivas áreas para ser perchadas o acomodadas en pallets, el “picking” y “packing” de los pedidos receptados de los clientes, la revisión de los pedidos despachados para evitar cualquier error al momento de la entrega, la facturación de los mismos por vía electrónica e impresión física como respaldo de la recepción de los mencionados por el cliente y la entrega al transportista de todos los pedidos, sus respectivas facturas y hoja de ruta.

Logística Externa

Engloba el envío y entrega de los pedidos por parte del transportista hacia los clientes de forma directa o por medio de terceros como Tramacoexpress o Cooperativas de la Terminal de Cargas de la Terminal Terrestre de Guayaquil.

Marketing & Ventas

La empresa emplea uno de los componentes básicos del marketing mix: Promoción, otorgando descuentos y –o bonificaciones en las compras efectuadas por nuestros clientes privados como son las clínicas, fundaciones, farmacias, médicos y pacientes directos.

Con las entidades del sector público nos manejamos a través de cotizaciones, donde el precio más bajo es el factor predominante para ser adjudicado.

Servicios

Abarca la entrega ágil, oportuna en el mismo día que se realizó el pedido, entrega personalizada en los domicilios de los clientes, entrega a instituciones públicas y privadas, fundaciones, farmacias y clientes particulares fuera de horario y entrega de anticipos de productos, mediante Notas de Entrega a los Hospitales Públicos que necesitan con URGENCIA los fármacos adjudicados.

Actividades De Apoyo

Infraestructura De La Empresa

Cuenta con su oficina y bodega ubicadas en los Samanes 1 Manzana 137 Villa 6.

Gestión De Recursos Humanos

- Entrenan a su personal a fin de cumplir las funciones que demanda su cargo.
- Valoran la labor de sus empleados mediante la entrega de reconocimientos económicos o la felicitación verbal por parte de los supervisores.
- Ayudan a cada uno de sus empleados otorgándoles permisos para llegar luego de las 08:30 (hora de inicio de la jornada) por motivo de estudios universitarios.
- Obtención de la certificación BPADT (Buenas Prácticas Almacenamiento, Distribución y Transporte) en el mes pasado concedida por el ARCSA (Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria) y cuya vigencia es de tres años.

Desarrollo Tecnológico

- Uso del programa “Visual Master 2.0” para el despacho, facturación, consulta de precios, costos, márgenes, unidades en stock, impresión de facturas y hojas de ruta, entre otras funciones más.
- Instalación y operatividad de cámaras de seguridad para la vigilancia de determinados sectores próximos e internos de la oficina.
- Establecimiento y manejo de un servidor, dentro del cual se almacena información y datos valiosos para el desarrollo de cada actividad del personal.
- Respaldo de datos e información a cargo de la compañía de servicios de comunicaciones “Claro” para recuperar alguna de las mencionadas en caso de eliminación fortuita por parte de cualquier integrante de la organización.

Aprovisionamiento

Abarca la compra de medicinas e insumos de las diversas líneas distribuidas como: BAYER, VITALIS (genéricos inyectables), RIVERO (genéricos inyectables), FRESENIUS KABI (genéricos inyectables), GM (genéricos orales e inyectables) entre otros.

Con respecto a DISGILBERT S.A, su ventaja competitiva radica en la logística externa en relación a la ágil entrega de pedidos en el mismo día de su solicitud o al siguiente día por la mañana y en su servicio en la entrega de pedidos después de las cinco de la tarde que sus empleados terminan su jornada diaria, durante los fines de semana e inclusive en feriados nacionales y locales.

2.7.2. Benchmarking

El director general de Xerox Corporation David K. Tearns (como se cita en debitoor, 2019) aseguró que “el benchmarking es un proceso sistemático y continuo para evaluar los productos, servicios y procesos de trabajo de las organizaciones reconocidas como las mejores práctica, aquellos competidores más duros” (Definición de benchmarking, párr. 3)

Dicho lo anterior, el benchmarking es una herramienta que ayuda a las empresas a igualar o superar un producto, servicio o proceso que su competencia directa e indirecta este o no esté desarrollando. Es así que, para efectuar el benchmarking de Gilbert Global Business S.A. DISGILBERT consultamos al Q.F. Guillermo Gilbert Bambino, gerente general de la misma los aspectos que DISGILBERT S.A. puede igualar o superar a su competencia tomando en referencia al Grupo Difare. Los aspectos recopilados junto a su respectiva comparación se evidencian en la tabla 25 a continuación:

Tabla 25
Benchmarking

DETALLE	GRUPO DIFARE	DISGILBERT S.A.	PROPUESTA
Disponibilidad De Stock	SI	SI	Competir
Estructura Organizacional Burocrática	SI	NO	Explotar
Flexibilidad En Políticas De Crédito	NO	SI	Explotar
Rapidez En La Aprobación De Pedidos	NO	SI	Explotar
Marketing Digital	SI	NO	Aplicar
Plataforma Digital De Pedidos	SI	NO	Aplicar
Incentivos Adicionales Con Los Clientes	SI	NO	Aplicar
Responsabilidad Social	SI	NO	Aplicar

Con respecto a las ventajas encontradas, DISGILBERT S.A. sobresale por no contar con una estructura organizacional burocrática; manejar sus políticas de crédito de forma flexible y su rapidez en la aprobación de pedidos a diferencia del Grupo Difare.

Por el contrario, se descifraron desventajas para DISGILBERT S.A. con respecto al marketing digital (contar con una página web y redes sociales); creación y manejo de una plataforma digital para la recepción de pedidos; incentivos adicionales con los clientes como el alquiler de instalaciones de recreación para empresas que deseen realizar mañanas deportivas para su personal y actividades de responsabilidad social como donaciones económicas para fundaciones, escuelas o colegios o limpieza de espacios públicos o plantación de árboles.

2.8. Diagnóstico

2.8.1. Análisis

La Escuela de Negocios de España EAE Business School (2019) sostiene que:

El análisis DAFO es una herramienta idónea para realizar un diagnóstico fiable de nuestra empresa en relación a un determinado proyecto ante el que deseemos tomar una decisión estratégica. Su uso facilita una información valiosa de forma sencilla tras identificar debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades de la organización en un contexto o mercado particular (EAE Business School, parr.1).

Tabla 26
Análisis DAFO DISGILBERT S.A.

DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Inexperiencia en importación de medicinas. • Estructura física insuficiente (bodega). 	<ul style="list-style-type: none"> • Reglamento para la fijación de precios de medicamentos de uso y consumo humano. • Tasas variables de interés por parte de las instituciones financieras.
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Estructura Organizacional Plana Que Genera Rapidez En La Toma De Decisiones. • Contar Con La Certificación BPADT Y De Distribución Y Venta De Productos Controlados. • Ágil Gestión De Pedidos Receptados Por La Organización Hasta Su Despacho Y Entrega Al Cliente Final. • Posicionamiento, Renombre Y Larga Trayectoria En El Mercado. 	<ul style="list-style-type: none"> • Deducción de remuneraciones y beneficios sociales por incremento neto de empleos. • Artículo No. 55: transferencias e importaciones con tarifa cero. • Alcance a nivel nacional. • Nichos de subdistribuciones.

Con respecto a la segunda debilidad mencionada en el análisis DAFO, DISGILBERT S.A. adquirió un nuevo terreno cercano a las instalaciones donde actualmente opera con el fin de edificar nuevas y espaciosas oficinas y bodegas. La evidencia del mismo se encontrará dentro del apéndice al final del presente trabajo.

Tabla 27

Matriz EFE (Evaluación Factores Externos DISGILBERT S.A)

FACTORES	PESO	CALIFICACIÓN	CALIFICACIÓN PONDERADA
AMENAZAS	50%		
Reglamento Para La Fijación De Precios De Medicamentos De Uso Y Consumo Humano	0,25	2	0,50
Tasas Variables De Interés Por Parte De Las Instituciones Financieras	0,25	2	0,50
OPORTUNIDADES	50%		
Deducción De Remuneraciones Y Beneficios Sociales Por Incremento Neto De Empleos	0,15	4	0,60
Artículo No. 55: Transferencias E Importaciones Con Tarifa Cero	0,15	4	0,60
Alcance A Nivel Nacional	0,10	3	0,30
Nichos De Subdistribuciones	0,10	3	0,30
TOTAL	100%		2,80

Tabla 28

Información Para La Calificación De La Matriz

ORDEN	CALIFICACIÓN	EVALUACIÓN
	4	Fortaleza Mayor
Calificar Entre 1 & 4	3	Fortaleza Menor
	2	Debilidad Mayor
	1	Debilidad Menor

Dentro de las amenazas recogidas durante el desarrollo del análisis PESTA para DISGILBERT S.A, sobresalen únicamente las de mayor repercusión son las tasas variables de interés por parte de las instituciones bancarias y el reglamento para la fijación de precios de medicamentos de uso y consumo humano como se exhibe en la figura 38 a continuación:

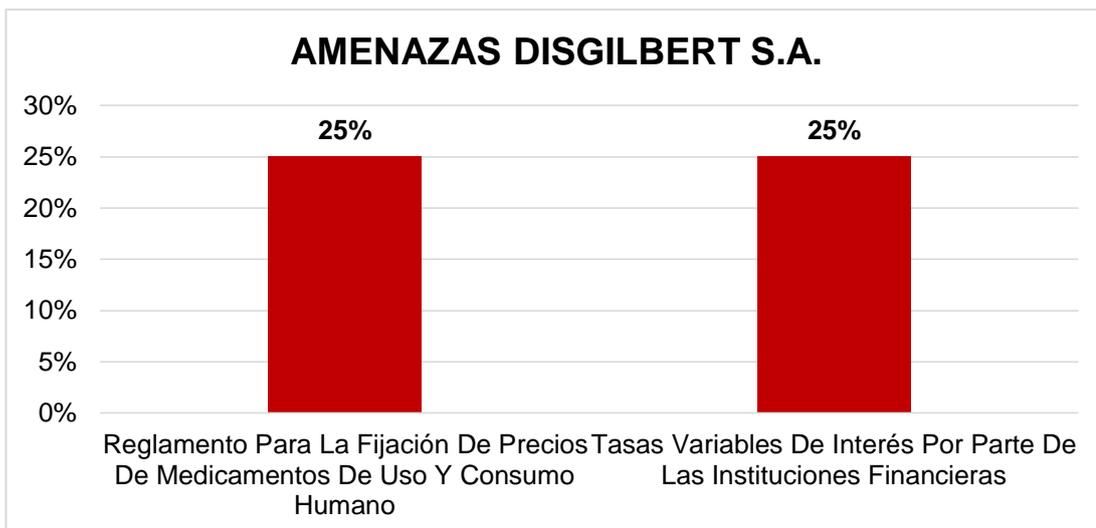


Figura 38. Amenazas DISGILBERT S.A.

Dentro de las oportunidades recogidas durante el desarrollo del análisis PESTA para DISGILBERT S.A, las de mayor repercusión son los beneficios sociales por incremento neto de empleos y las transferencias e importaciones con tarifa cero; mientras que las de menor repercusión son el alcance a nivel nacional y los nichos de subdistribuidores como se exhibe en la figura 39 a continuación:

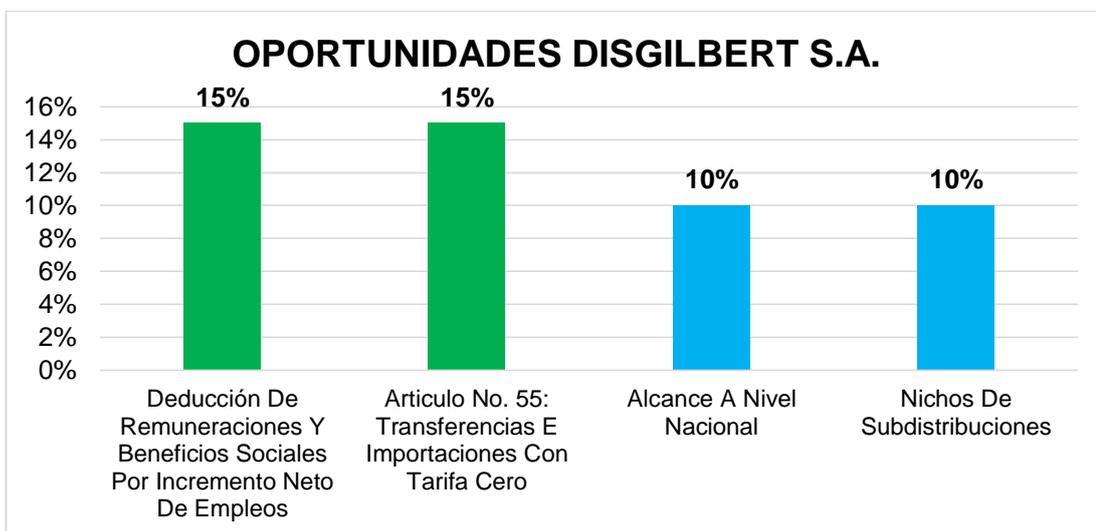


Figura 39. Oportunidades DISGILBERT S.A.

Tabla 29

Matriz EFI (Evaluación Factores Internos DISGILBERT S.A)

FACTORES	PESO	CALIFICACIÓN	CALIFICACIÓN PONDERADA
DEBILIDADES	50%		
Inexperiencia En Importación De Medicinas	0,25	2	0,50
Estructura Física Insuficiente (Bodega)	0,25	2	0,50
FORTALEZAS	50%		
Estructura Organizacional Plana Que Genera Rapidez En La Toma De Decisiones	0,15	3	0,45
Contar Con La Certificación BPADT Y De Distribución Y Venta De Productos Controlados	0,10	4	0,40
Ágil Gestión De Pedidos Recaptados Por La Organización Hasta Su Despacho Y Entrega Al Cliente Final	0,15	4	0,60
Posicionamiento, Renombre Y Larga Trayectoria En El Mercado	0,10	3	0,30
TOTAL	100%		2,75

Tabla 30

Información Para La Calificación De La Matriz

ORDEN	CALIFICACIÓN	EVALUACIÓN
	4	Fortaleza Mayor
Calificar Entre 1 & 4	3	Fortaleza Menor
	2	Debilidad Mayor
	1	Debilidad Menor

Dentro de las debilidades recogidas de DISGILBERT S.A, sobresalen únicamente las de mayor repercusión como la inexperiencia en importación de medicinas y la estructura física insuficiente como se exhibe en la figura 40 a continuación:

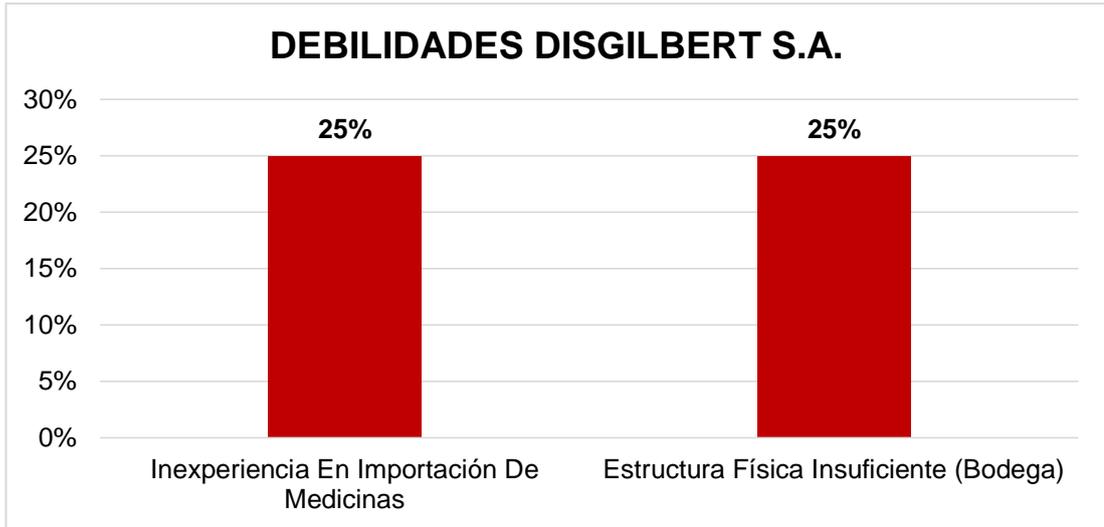


Figura 40. Debilidades DISGILBERT S.A.

Dentro de las fortalezas recogidas para DISGILBERT S.A, las de mayor repercusión son la estructura organizacional plana y la ágil gestión de la organización; mientras que las de menor repercusión son el contar con la certificación BPADT y de distribución y venta de productos controlados y el posicionamiento, renombre y larga trayectoria en el mercado como se exhibe en la figura 41 a continuación:

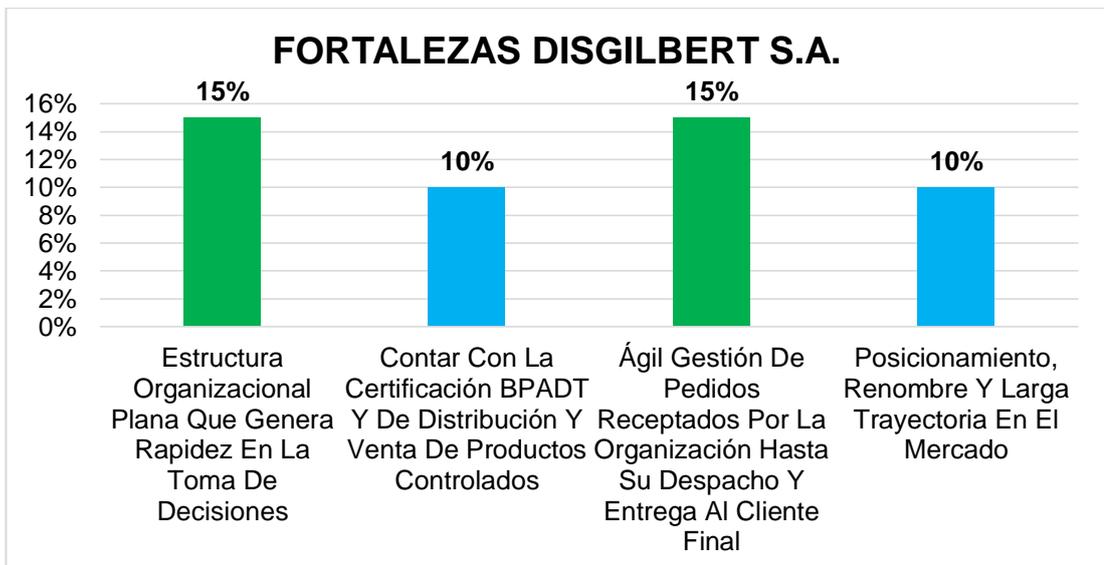


Figura 41. Fortalezas DISGILBERT S.A.

2.8.2. Análisis CAME

Tabla 31

Análisis CAME DISGILBERT S.A.

CORREGIR	AFRONTAR
<ul style="list-style-type: none"> • Búsqueda de un operador logístico con experiencia en importación fármacos genéricos. • Construcción de nuevas oficinas y bodegas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Diseñar planes de contingencia. • Negociar tasas convenientes con las instituciones financieras que DISGILBERT S.A posee una relación comercial.
MANTENER	EXPLOTAR
<ul style="list-style-type: none"> • Proseguir con el manejo organizacional plano que faculte agilidad en la toma de decisiones. • Cumplir con los diversos requisitos para mantener las certificaciones BPADT y de distribución y venta de productos controlados • Constante evaluación de los tiempos de preparación de los pedidos y entregas a los clientes. • Mantener posicionamiento y cuidar renombre de la empresa. 	<ul style="list-style-type: none"> • Crear nuevas plazas de empleo en las diversas áreas estratégicas u operativas de la organización. • Importar mayúsculos montos de ácido tranexámico, lidocaína con epinefrina, lidocaína sin epinefrina, metoclopramida y sulfato de magnesio para su venta. • Generar y fortalecer relaciones comerciales fuera de Guayaquil. • Satisfacer requerimientos de intermediarios.

2.8.3. Matriz De Crecimiento De Ansoff

El Oxford College Of Marketing (2016) en su blog afirman que:

La matriz Ansoff fue desarrollada por Igor Ansoff y publicada en la revista de negocios de Harvard inicialmente como una herramienta de estrategia empresarial central enseñada en escuelas de negocios a estudiantes del masterado de administración de negocios y empleada en todos los negocios a nivel mundial (Using The Ansoff Matrix To Develop Marketing Strategy, párr. 1).

Roldán (2017) asevera en el sitio web economipedia lo siguiente:

El principal objetivo de la matriz de Ansoff es identificar oportunidades de crecimiento y para esto se crea la matriz. En el eje horizontal se ubican los productos, mientras que en el eje vertical se ubican los mercados. Ambas variables (productos y mercados) se subdividen en dos categorías: nuevos o actuales. Como resultado, se obtendrán cuatro cuadrantes, cada uno de ellos identifica una particular estrategia de crecimiento: penetración de mercado, desarrollo de nuevos productos, desarrollo de nuevos mercados y diversificación (Matriz de Ansoff, párr. 4-5)

		Productos	
		Actuales	Nuevos
Mercados	Actuales	Penetración De Mercado	Desarrollo De Nuevos Productos
	Nuevos	Desarrollo De Nuevos Mercados	Diversificación

Figura 42. Matriz De Crecimiento De Ansoff

En base a lo anteriormente indicado, el plan de negocio de DISGILBERT S.A. entraría en el cuadrante superior derecho correspondiente al Desarrollo de Nuevos Productos, puesto que se importará y venderá una nueva línea de fármacos genéricos para la organización de alta demanda y escasa oferta dentro del mercado farmacéutico ecuatoriano.

2.8.4. Mapa Estratégico De Objetivos

En consonancia con la ESAN Graduate School of Business (2017) “el mapa estratégico representa la relación de causa-efecto que hay entre los objetivos trazados y los temas estratégicos” (¿Qué es un mapa estratégico y qué utilidad tiene en la organización?, párr. 3) el cual “puede contribuir a que la dirección de la empresa logre dicho objetivo involucrando a los empleados, quienes adquieren un buen conocimiento de lo que se quiere hacer y cómo se hará” (¿Qué es un mapa estratégico y qué utilidad tiene en la organización?, párr. 2).

Dicho lo anterior, se procederá a exponer el mapa estratégico de objetivos de Gilbert Global Business S.A. DISGILBERT para el año 2020 como se expone a continuación:

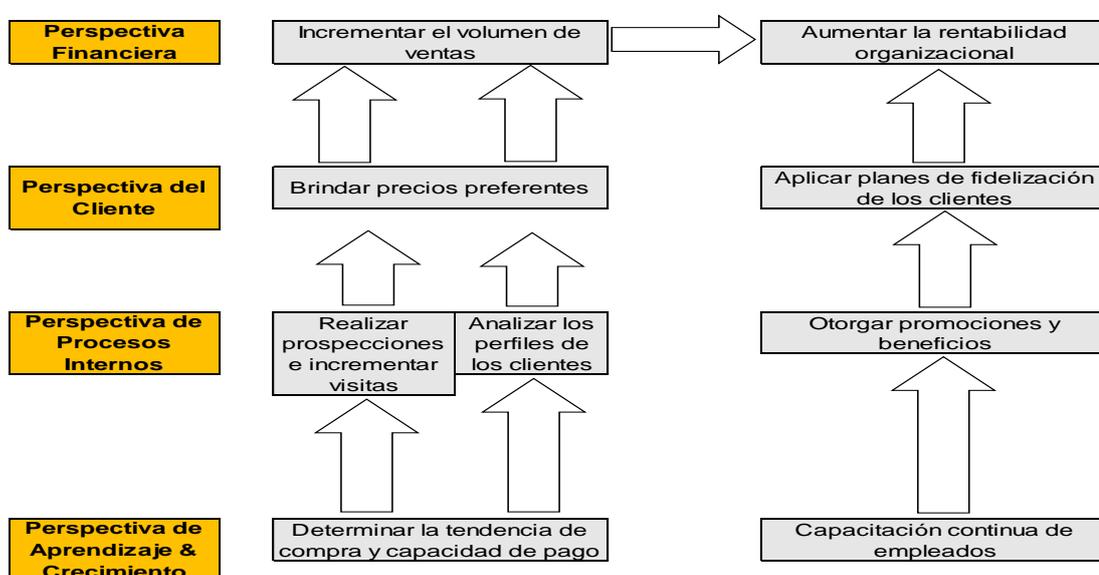


Figura 43. Mapa Estratégico De Objetivos DISGILBERT S.A.

2.8.5. Conclusiones

DISGILBERT S.A. es una empresa cuya meta principal es maximizar sus ganancias.

Se encontró la oportunidad de importar los fármacos presentados desde la India para los hospitales y clínicas encuestados. Similarmente, consideran importante tanto la efectividad terapéutica como el precio de los mismos al momento de realizar una compra, mas concuerdan en que no tienen una marcada preferencia por los fármacos genéricos o de marca.

Los fármacos más solicitados mensualmente son la metoclopramida junto con las lidocaínas con epinefrina y la lidocaína sin epinefrina. Además, cabe recalcar que, los medicamentos con mayor demanda trimestral son el ácido tranexámico y el sulfato de magnesio. A su vez, los hospitales y clínicas encuestados compran con mayor frecuencia semestral el sulfato de magnesio, la metoclopramida y el ácido tranexámico. Por lo tanto, se debe contar con un stock constate para cubrir con la demanda alta de los productos a comercializar.

DISGILBERT S.A. tiene oportunidades a ser explotadas como la deducción de remuneraciones y beneficios sociales por incremento neto de empleos y 0% de aranceles por la importación de los cinco fármacos descritos.

La organización tiene amenazas que deben ser afrontadas como el reglamento para la fijación de precios de medicamentos de uso y consumo humano, las fuentes de financiamiento y el proceso de incineración de los fármacos vencidos.

En conclusión, el proyecto busca que DISGILBERT S.A. sea el proveedor solicitado para atender la alta demanda de los fármacos presentados por la rapidez en la entrega y mantenimiento de stocks de seguridad.

CAPÍTULO III

PLAN ESTRATEGICO COMERCIAL

3.1. Estrategia, Metas Y Objetivos Comerciales

Estrategia

Incrementar en un 3% las ventas anuales en dólares de la empresa DISGILBERT S.A. para el año 2020.

Metas

- Introducir el 15% de unidades del ácido tranexámico solución inyectable 100mg/5ml ampolla (1295); la lidocaína con epinefrina solución inyectable 2% vial x 20ml (750); la lidocaína sin epinefrina solución inyectable 2% vial x 20ml (7885); la metoclopramida solución inyectable 10mg/2ml ampolla (112471) y el sulfato de magnesio solución inyectable 20% 10ml vial (18528) para los hospitales y clínicas encuestados de la ciudad de Guayaquil.
- Cubrir el mercado atribuyendo un peso proporcional acorde al número de clínicas y hospitales encuestados de la urbe en la cual las clínicas dispondrán de un peso del 42%, mientras que los hospitales sostendrán un peso del 58%.
- Contar con el 50% de inventario anual del ácido tranexámico, la lidocaína con epinefrina, la lidocaína sin epinefrina, la metoclopramida y el sulfato de magnesio para ambos semestres del siguiente año.

Objetivos Comerciales (Método SMART)

Método	Objetivos			
	Introducir el 15% de unidades del ácido tranexámico solución inyectable 100mg/5ml ampolla (1295); la lidocaína con epinefrina solución inyectable 2% vial x 20ml (750); la lidocaína sin epinefrina solución inyectable 2% vial x 20ml (7885); la metoclopramida solución inyectable 10mg/2ml ampolla (112471) y el sulfato de magnesio solución inyectable 20% 10ml vial (18528) para los hospitales y clínicas encuestados de la ciudad de Guayaquil.		Cubrir el mercado atribuyendo un peso proporcional acorde al número de clínicas y hospitales encuestados de la urbe en la cual las clínicas dispondrán de un peso del 42%, mientras que los hospitales sostendrán un peso del 58%	Contar con el 50% de inventario anual del ácido tranexámico, la lidocaína con epinefrina, la lidocaína sin epinefrina, la metoclopramida y el sulfato de magnesio para ambos semestres del siguiente año
S	Específicos	Negociar con los jefes del área de compras de cada institución la adquisición de los fármacos expuestos.	Clínicas 42% Hospitales 58%	Solicitar con anticipación de 2 a 3 meses al fabricante-importador internacional el stock semestral del ácido tranexámico, lidocaína con epinefrina y sin epinefrina, metoclopramida y sulfato de magnesio
M	Medibles	Seguimiento constante de la rotación de los medicamentos descritos	Clínicas 6 Hospitales 12	Punto de Pedido = Plazo de Reposición + Stock de Seguridad + Stock Vendido
A	Alcanzables	Exponer a los representantes del departamento de compras los beneficios que pueden obtener las clínicas y hospitales	Optimizando el tiempo de visita de los vendedores, organizando rutas productivas con el propósito de realizar visitas eficientes	Contar con un coordinador logístico que brinde acompañamiento al punto de pedido de los cinco fármacos
R	Realistas	De acuerdo con la encuesta realizada, todos los encuestados están dispuestos a solicitar los fármacos mencionados	Los medicamentos genéricos a importar pueden ser aplicados a pacientes de todas las clases sociales	Llevar a cabo un seguimiento mensual del punto de pedido de los cinco nuevos medicamentos
T	Tiempo Límite	Semestral	Semanal	Mensual

Figura 44. Planificación De Los Objetivos Operativos (Método SMART)

3.2. Plan Comercial

3.2.1. Mezcla de Mercadotecnia

Producto

Los medicamentos que se enuncian en el presente proyecto a fin de que DISGILBERT S.A. empiece a comercializar a su actual y ya fidelizada cartera de clientes, un grupo seleccionado de hospitales y clínicas de la ciudad de Guayaquil, se encuentran clasificados en las siguientes líneas:

- Línea Anestésica
- Línea Hipomagnesémica
- Línea Antiemética
- Línea Antifibrinolítica

El ácido tranexámico, la lidocaína con epinefrina, la lidocaína sin epinefrina, la metoclopramida y el sulfato de magnesio son fármacos con alta demanda en el mercado. Sin embargo, actualmente la competencia cuenta con medicamentos de igual principio activo que los descritos. Por lo tanto, nuestro factor diferenciador prima en el servicio post venta, capacitaciones al staff de nuestros clientes y rapidez en respuesta en materia de despacho, facturación y el servicio durante y después de la venta.

Precio

Los precios establecidos van a la par de los precios del mercado farmacéutico ecuatoriano. Los descuentos serán otorgados a los clientes que compren los medicamentos expuestos en el punto 1.3 del primer capítulo en función del volumen de compra.

A continuación, presentamos los precios referenciales del ácido tranexámico, la lidocaína con epinefrina, la lidocaína sin epinefrina, la metoclopramida y el sulfato de magnesio en la tabla 32 a continuación:

Tabla 32
Precios Referenciales Línea Fármacos Genéricos

Fármacos	Precio
Ácido Tranexámico Solución Inyectable 100mg/5ml Ampolla	\$2,82
Lidocaína Con Epinefrina Solución Inyectable 2% Vial x 20ml	\$2,55
Lidocaína Sin Epinefrina Solución Inyectable 2% Vial x 20ml	\$1,72
Metoclopramida Solución Inyectable 10mg/2ml Ampolla	\$0,31
Sulfato de Magnesio Solución Inyectable 20% 10ml Ampolla	\$0,30

Tomado de IQVIA (2019)

Plaza

La plaza la ocupa el canal de nivel dos empleado por DISGILBERT S.A., puesto que adquiere los fármacos de fabricantes o importadores nacionales o extranjeros para ser comercializados por la organización en discusión a hospitales o clínicas de índole pública o privada que a su vez aplican los medicamentos a sus pacientes o consumidores finales como se demuestra en la figura 45 a continuación:



Figura 45. Plaza DISGILBERT S.A.

En relación con las ventas, primero se realizarán visitas presenciales con el encargado de compras de nuestros encuestados a fin de dar a conocer los cinco fármacos genéricos a importar.

Luego que las instituciones visitadas soliciten uno, varios o todos los medicamentos expuestos mediante pedido vía telefónica o correo electrónico u orden de compra, procederemos a despachar, facturar y entregar los mismos en un lapso menor a 24 horas de haber sido solicitado.

Publicidad - Promoción

DISGILBERT S.A actualmente no cuenta con plataformas web para publicitar los productos que comercializa, por lo que desarrollará su cuenta empresarial en la red social Instagram a fin de obtener presencia virtual dentro de las redes sociales, continuar promoviendo todos los productos que comercializa, captar más clientes en otras ciudades del país e incrementar sus ventas y rentabilidad.

Así mismo, DISGILBERT S.A continuara otorgando promociones como el 3+1 en su línea de nutrición enteral, bonificaciones dentro de la misma línea y descuentos acorde al volumen de compra en todas sus líneas.

3.2.2. Gestión De Ventas

El Ing. M.D.E. Jorge Alvarez C. (2010) en su presentación de diapositivas titulada *Venta* certifica que “es el proceso de determinar las necesidades y los deseos de una persona y presentarle un producto, de tal forma que la persona se sienta motivada a tomar una decisión de compra favorable” (p. 2). Dicho lo anterior, procederemos a explicar las operaciones comerciales a ejecutar en el presente plan de negocio:

Operaciones Comerciales

Como se enseñó en el capítulo anterior en las tablas 21, 22 y 23, DISGILBERT S.A. proyecta vender 49157 unidades para los hospitales del Ministerio de Salud Pública (MSP) y 32726 unidades del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS) que, al ser organismos de salud públicos, la distribuidora farmacéutica programa vender al sector público un total de 81882 unidades del ácido tranexámico, la lidocaína con epinefrina, la lidocaína sin epinefrina, la metoclopramida y el sulfato de magnesio. Al mismo tiempo, aspira comercializar 59046 unidades de los cinco fármacos mencionados al sector privado de la salud.

Dicho lo anterior, se presenta en la tabla 33 la demanda a captar por la organización en ambos sectores de la salud de los cinco fármacos descritos previamente:

Tabla 33

Demanda Sector Público & Privado Año 2020

Fármacos	Sector Público	Sector Privado
Ácido Tranexámico		1295
Lidocaína Con Epinefrina	554	196
Lidocaína Sin Epinefrina	3891	3994
Metoclopramida	63540	48931
Sulfato De Magnesio	13898	4631
Total	81882	59046

Tomado de Servicio Nacional De Contratación Pública (2019) e IQVIA (2019)

Como resultado, el mercado objetivo de DISGILBERT S.A. para el año 2020 será de 140928 unidades del ácido tranexámico, la lidocaína con epinefrina, la lidocaína sin epinefrina, la metoclopramida y el sulfato de magnesio (\$59.549,17) a comercializar de los cinco fármacos como se muestra en la tabla 34 a continuación:

Tabla 34
 Mercado Objetivo DISGILBERT S.A. Año 2020

Fármacos	Total Unidades	Precio	Total Venta Anual
Ácido Tranexámico	1295	\$2,82	\$3.651,34
Lidocaína Con Epinefrina	750	\$2,55	\$1.911,74
Lidocaína Sin Epinefrina	7885	\$1,72	\$13.561,77
Metoclopramida	112471	\$0,31	\$34.865,93
Sulfato De Magnesio	18528	\$0,30	\$5.558,40
Total	140928		\$59.549,17

Tomado de Servicio Nacional De Contratación Pública (2019) e IQVIA (2019)

Territorios Y Rutas, Productividad En Ruta

Hospital Alfredo G. Paulson

Ubicado en la avenida Dr. Roberto Gilbert y avenida de la Democracia dentro de la ciudadela Atarazana. La Junta De Beneficencia De Guayaquil (2016) en su sitio web asegura que:

El área de hospitalización cuenta con una capacidad de 553 camas, 18 quirófanos, 8 salas de parto, entre ellas, 4 UTPR (unidad de trabajo de parto, parto y recuperación), 40 neumáticos, que es un sistema integrado entre los dos hospitales, que permite enviar y recibir medicinas, muestras de exámenes y documentación para agilizar el proceso de atención. (Este Viernes, Abre Sus Puertas El Nuevo Hospital De La Mujer “Alfredo G. Paulson” De La JBG, párr. 4)

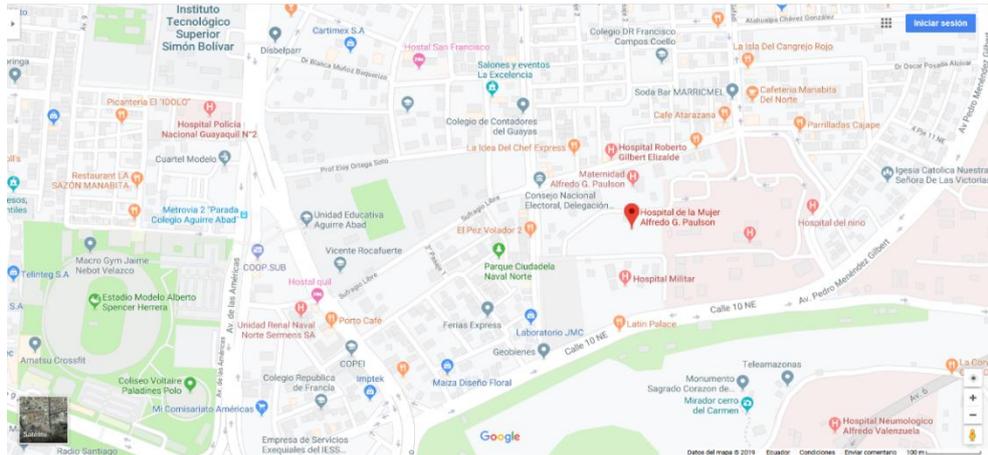


Figura 46. Ubicación Hospital Alfredo G. Paulson

Hospital Luis Vernaza

Ubicado en las calles Loja No. 700 y Escobedo en el centro de la ciudad. La Junta De Beneficencia De Guayaquil (2016) en su sitio web asevera que cuentan “tanto en las áreas de Internación conformadas por 838 camas funcionales, como en la Unidad de Cuidados Intensivos constituida por 73 camas” (Investigación, párr. 2).

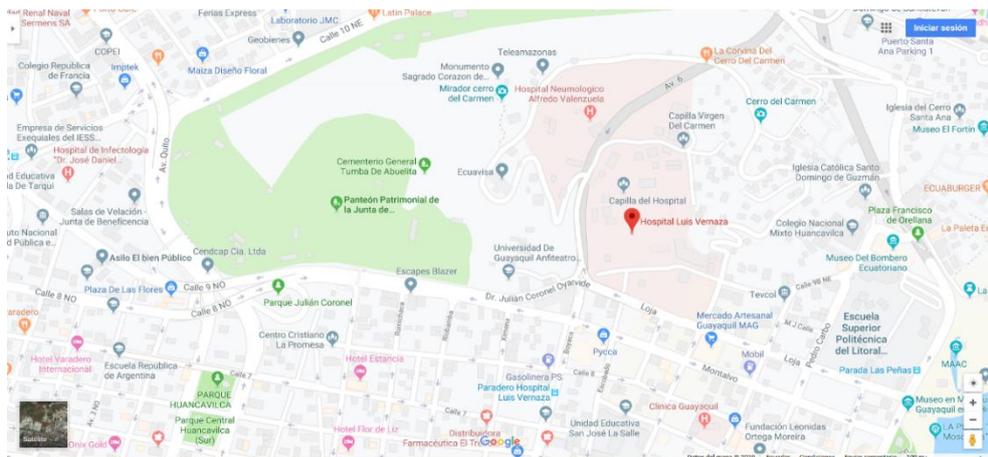


Figura 47. Ubicación Hospital Luis Vernaza

Hospital Dr. Roberto Gilbert E.

Ubicado en las avenidas Roberto Gilbert y Nicasio Safadi, dentro de la ciudadela Atarazana. La Junta De Beneficencia De Guayaquil (2016) en su sitio web certifica lo siguiente:

Su personal profesional se especializa en la atención de los más pequeños, y está conformado por 1,278 trabajadores, divididos en varias especialidades médicas pediátricas, todos comprometidos en la recuperación y cuidado de la salud infantil. Por otra parte, el hospital tiene una capacidad de 385 camas para la atención de los niños (Nuestro Hospital, párr. 3-4).

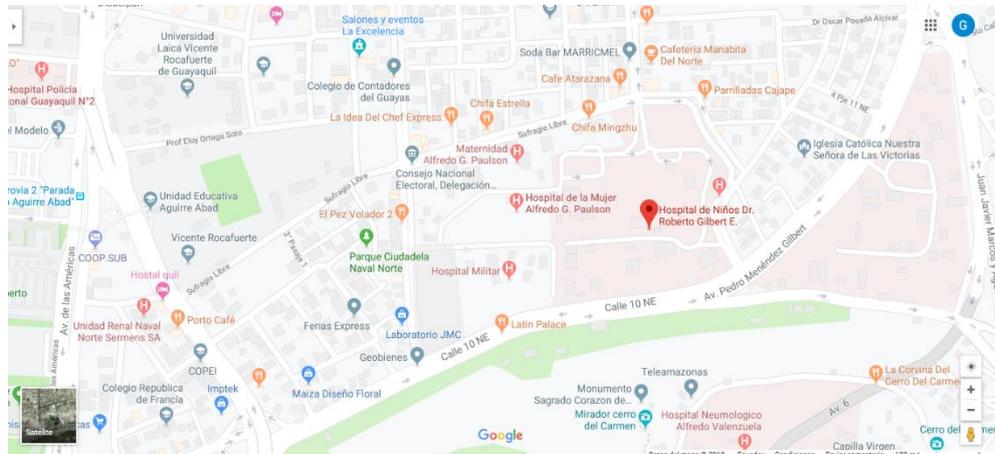


Figura 48. Ubicación Hospital Dr. Roberto Gilbert E.

Sociedad de Lucha Contra el Cáncer

Ubicado en la avenida Pedro Menéndez Gilbert, dentro de la ciudadela Atarazana. El hospital, en su propia página web, declara lo siguiente:

Cuenta con 116 camas para la hospitalización de sus pacientes, 8 camas en la Unidad de Cuidados Intensivos (UCI) de Adultos, 2 camas en la UCI Pediátrica, 8 camas en la Unidad de Transplante de Medula Ósea (UTMO) y 7 camas en el área de Medicina Nuclear (Dotación Física, 2019).

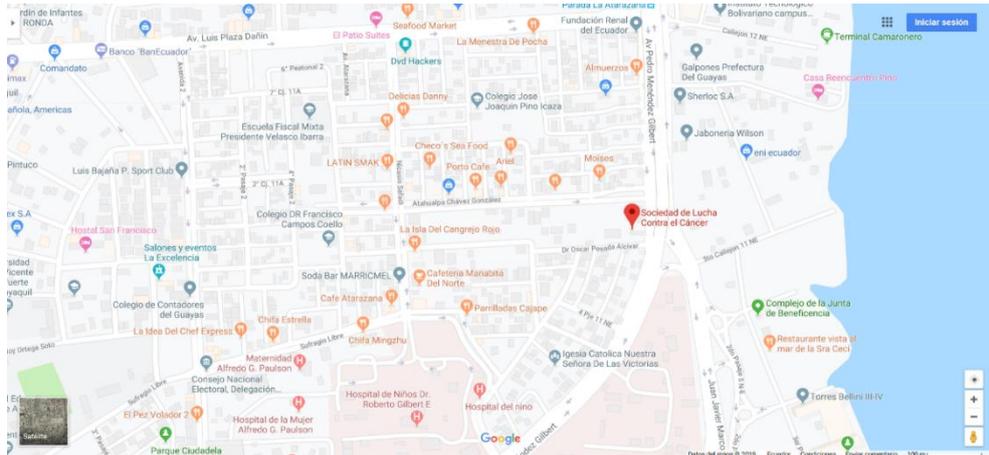


Figura 49. Ubicación Sociedad de Lucha Contra el Cáncer Sede Guayaquil

Hospital León Becerra

Ubicado en las calles Eloy Alfaro #2402 y Bolivia. Chancusig Solís, Paola; Murillo Rosero, Jonathan & Paredes Floril, Priscilla (2012) en su trabajo titulado *Parámetros Para El Control Y Valoración Referencial De Bienes Muebles* para la Universidad Politécnica Salesiana sostiene que “el Hospital de Niños León Becerra de Guayaquil tiene capacidad para 150 camas, y salas de pensionado con cuarenta habitaciones y cinco modernos quirófanos” (p. 23).

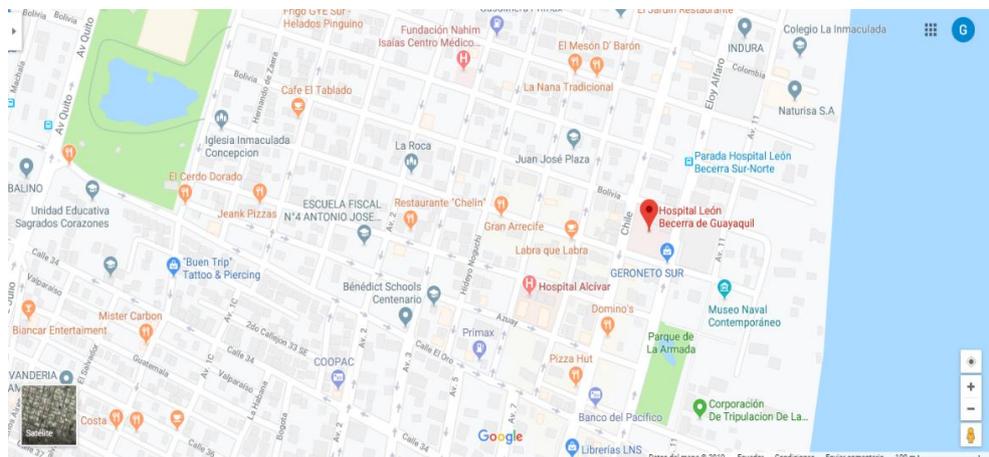


Figura 50. Ubicación Hospital León Becerra

Hospital Abel Gilbert Pontón

Ubicado en las calles Galápagos y la 29ava. Cristina Cuenca (2015) manifiesta lo siguiente acerca del hospital en discusión:

Este hospital tiene 303 camas, brinda atención ambulatoria y también de hospitalización, recuperación y rehabilitación. Aquí trabajan 319 médicos, de los cuales 164 son especialistas. Entre estos, 36 se vincularon gracias al plan *Ecuador saludable vuelvo por ti* (28 ecuatorianos y 8 extranjeros) y 7 a través del convenio Ecuador-Cuba (Entrega De La Nueva Torre De Consulta Externa Del Hospital Abel Gilbert Pontón, p. 4).

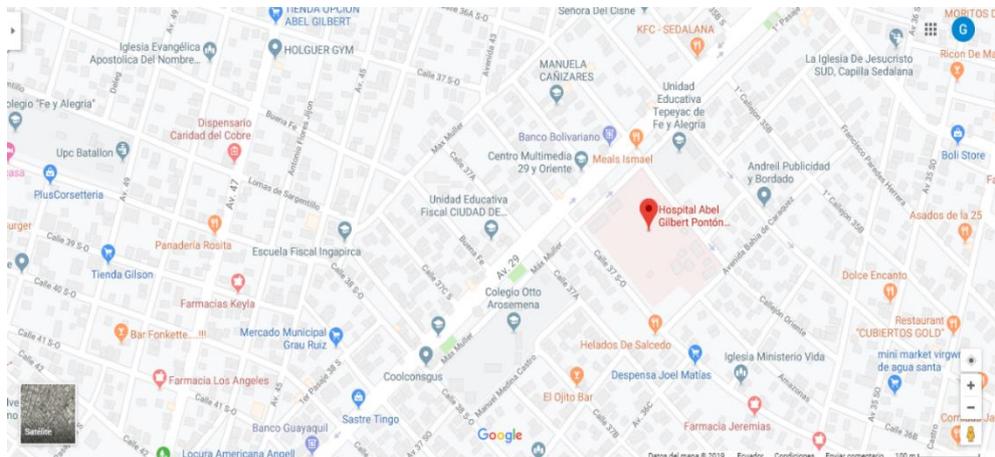


Figura 51. Ubicación Hospital Abel Gilbert Pontón

Hospital Del Niño Dr. Francisco Icaza Bustamante

Ubicado en la avenida Quito S/N y Gómez Rendón. De manera análoga con Chacón Cantos (2017) en su artículo titulado *Impacto De Un Modelo De Calidad En El Desempeño Hospitalario. Caso Del Hospital Del Niño Dr. Francisco Icaza Bustamante (HNFIB)* comenta que “el Hospital del Niño Dr. Francisco Icaza Bustamante (HNFIB) es un hospital especializado, con 400 camas, 51 consultorios de atención ambulatoria de especialidad y subespecialidad, 29 subespecialidades pediátricas, 21 salas de hospitalización y 6 quirófanos” (Metodología, p. 9).

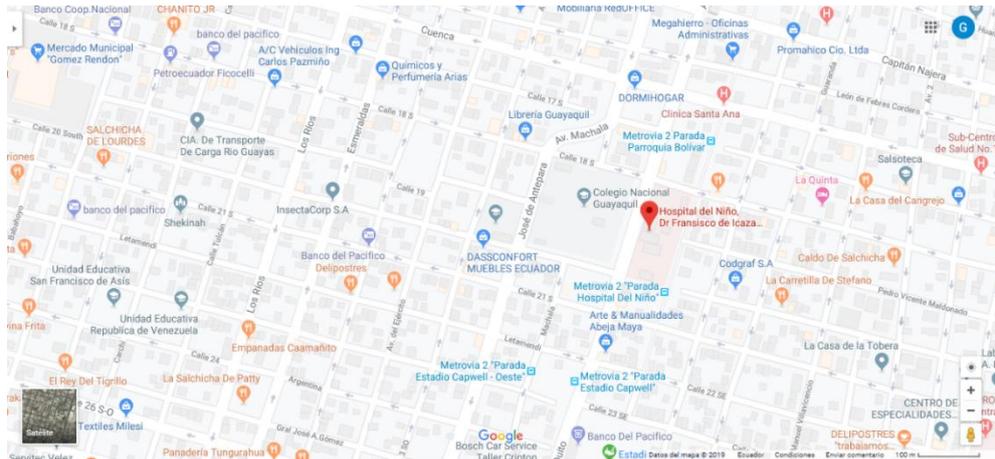


Figura 52. Ubicación Hospital Del Niño Dr. Francisco Icaza Bustamante

Hospital Universitario De Guayaquil

Ubicado en la vía Perimetral S/N en el kilómetro 23 frente a la Compañía Kubiec. Similarmente con Tomalá Burgos (2009) en su Tesis de Grado llamada *Aplicación De Las Normas Iso 14001 De Las Aguas Y Desechos Originados En El Hospital Universitario* expresa que “este hospital fue diseñado con una capacidad de 286 camas con servicios especializados” (Antecedentes, pp. 6-7).

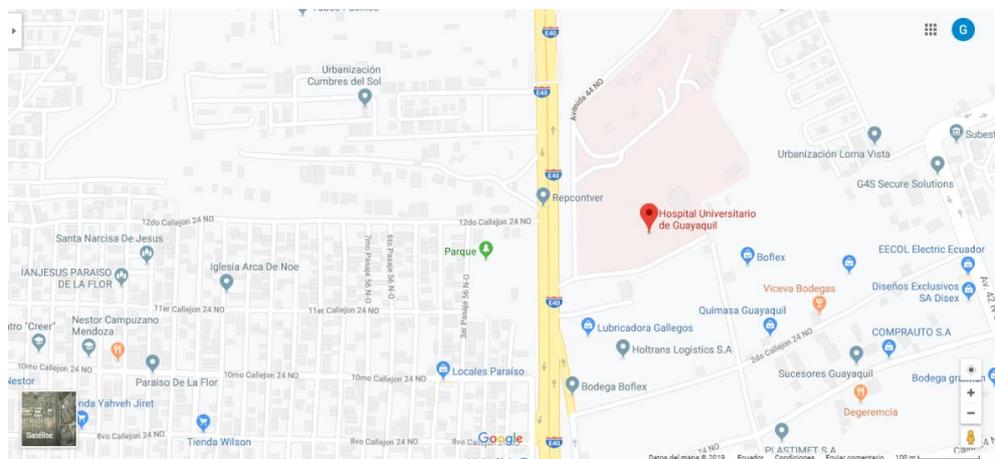


Figura 53. Ubicación Hospital Universitario De Guayaquil

Hospital General Guasmo Sur

Ubicado en la avenida Cacique Tomalá y el callejón Eloy Alfaro. De manera semejante con el Ministerio de Salud Pública (2017) el hospital cuenta “con 474 camas y una inversión de 187,2 millones de dólares” (Se Inaugurará Hospital De 474 Camas En El Guasmo Sur De Guayaquil, párr. 2). Además, “tiene 57.900 m2 de construcción, en una superficie de 46.300 m2 de terreno, y está ubicado en un importante sector popular de la ciudad” (Se Inaugurará Hospital De 474 Camas En El Guasmo Sur De Guayaquil, párr. 3).

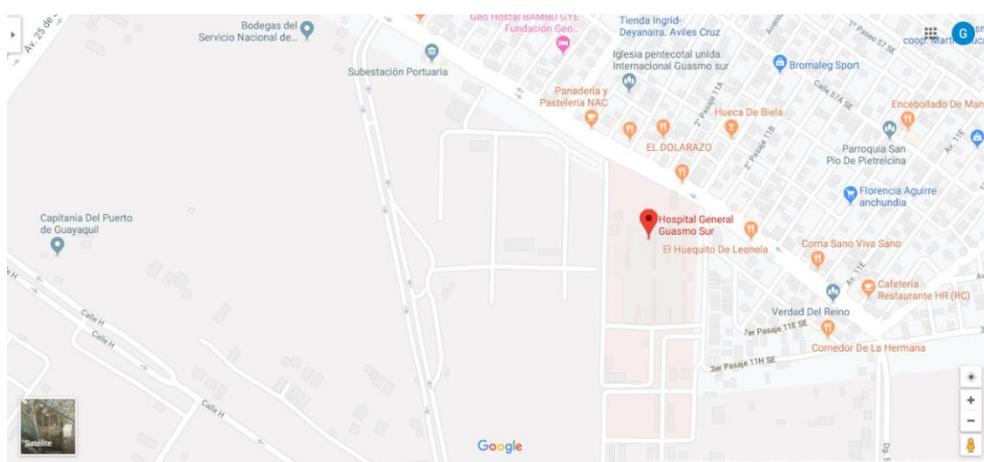


Figura 54. Ubicación Hospital General Guasmo Sur

Hospital José Rodríguez Maridueña

Ubicado en las calles Julián Coronel 900 y José Mascote. De manera análoga con Ministerio de Salud Pública (2018) el hospital cuenta con servicio de:

Emergencia las 24 horas los 7 días de la semana. Consulta Externa, cirugía, psicología, neurología, neumología, terapia respiratoria, Medicina Interna, dermatología, nutrición, odontología e Infectología. Hospitalización con dos salas de varones y una de mujeres con una capacidad de 70 camas” (Hospital de Infectología al Servicio de la Comunidad, párr. 3).

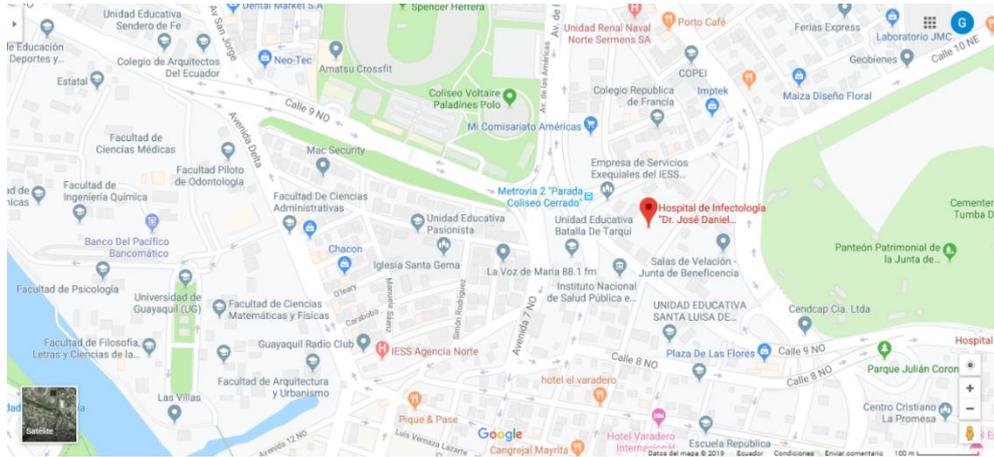


Figura 55. Ubicación Hospital José Rodríguez Maridueña

Hospital Teodoro Maldonado Carbo

Ubicado en la avenida 25 de Julio S/N Vía Puerto Marítimo. El Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2014) en su presentación titulada *Anuario de Estadísticas Hospitalarias: Egresos y Camas 2014* asevera que “en el Hospital Teodoro Maldonado Carbo hay una capacidad de 496 camas disponibles” (p. 65).

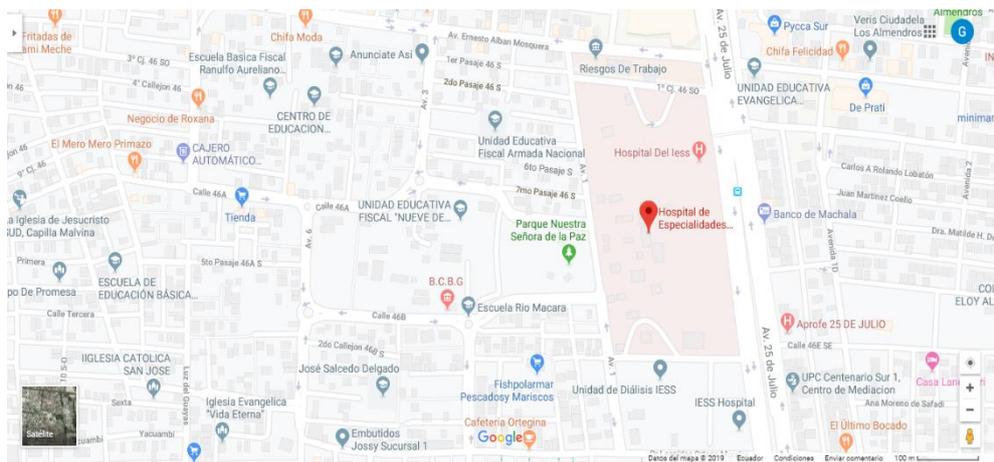


Figura 56. Ubicación Hospital Teodoro Maldonado Carbo

Hospital General Del Norte De Guayaquil Los Ceibos

Ubicado en el kilómetro No. 6 de la avenida Del Bombero. Conforme al diario matutino El Universo (2017) en su artículo titulado *Hospital Del IESS En Los Ceibos Funciona Y En Una Semana Habrá Servicio Total* sostiene que el hospital cuenta con “600 camas (450 de hospitalización y el restante en posoperatorio y otras áreas)” (párr. 7).

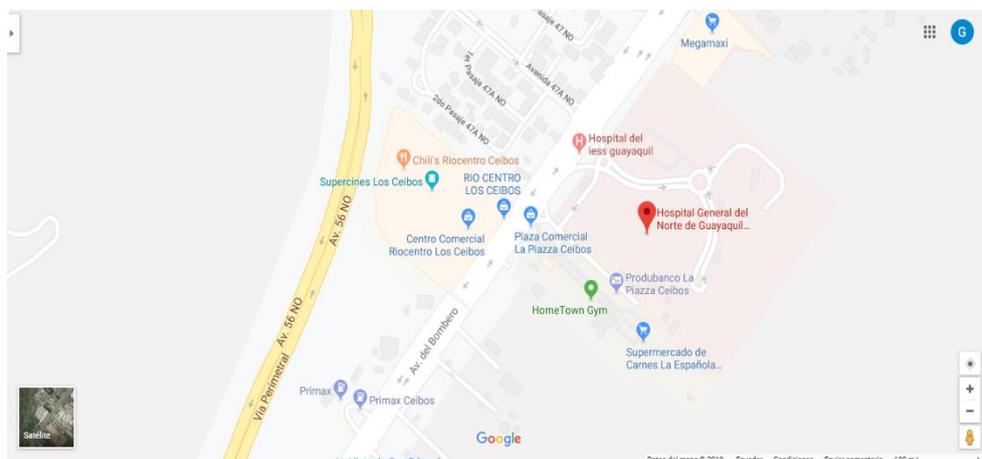


Figura 57. Ubicación Hospital General Del Norte De Guayaquil Los Ceibos

Clínica Kennedy Alborada

Ubicada en la calle Crotos y la avenida Rodolfo Baquerizo Nazur. El Grupo Hospitalario Kennedy (2007) en su ficha informativa de sus tres hospitales en la urbe alega lo siguiente acerca de la clínica en discusión:

Ofrece 74 camas hospitalarias instaladas y una capacidad total de 100, 7 salas de cirugía, 9 camas de cuidados intensivos, servicio de emergencia y unidad de trauma, Centro de Diagnóstico por Imágenes CDI-HCKA, Unidad de Gastroenterología y Departamento de Servicios al Paciente (Producto, párr. 4).

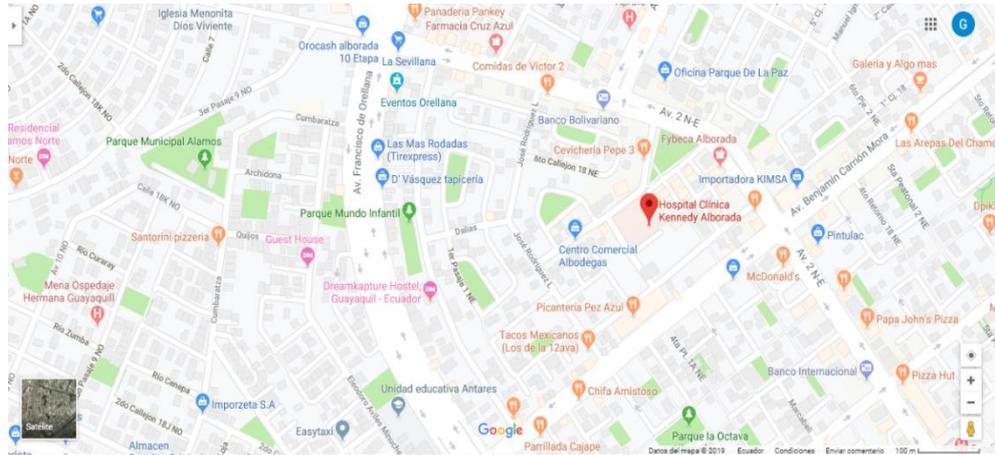


Figura 58. Clínica Kennedy Alborada

Clínica Kennedy Policentro

Ubicada en la avenida Del Periodista S3 y 2do callejón 11A. El Grupo Hospitalario Kennedy (2007) en su ficha informativa de sus tres hospitales en la ciudad de Guayaquil menciona lo siguiente:

Cuenta con una capacidad instalada de 125 camas hospitalarias de tipo suites, privadas y semiprivadas; 10 salas de cirugía para especialidades, 10 camas en la Unidad de Cuidados Intensivos, Unidad de Cuidados Intensivos Neonatológicos, Servicio de Emergencia y Unidad de Trauma, Centro Integral del Corazón y un Centro de Diagnóstico por Imágenes CDI-HCK (Producto, párr. 2).



Figura 59. Clínica Kennedy Policentro

Clínica Kennedy Samborondón

Ubicado en el kilómetro 1 y medio Vía Puntilla Samborondón. El Grupo Hospitalario Kennedy (2014) en su sitio web asegura que “cuenta 48 consultorios médicos, estacionamientos vehiculares y 35 camas hospitalarias adicionales” (Samborondón, párr. 1).

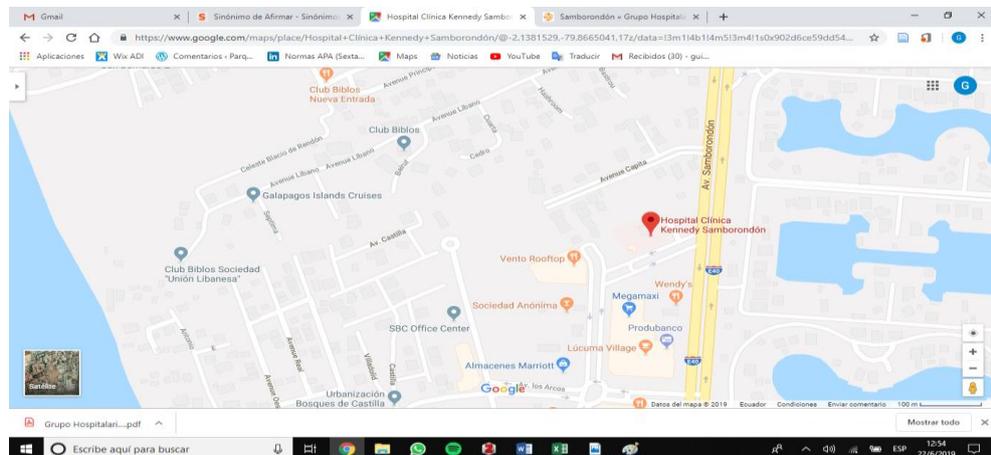


Figura 60. Clínica Kennedy Samborondón

Clínica Alcívar

Ubicada en las calles Chimborazo #3310 y Azuay. La Clínica Alcívar (2019) dentro de los principales servicios que ofrece encontramos los siguientes:

- Ambulancia Trauma
- Uno – Servicio de Asistencia Médico a Domicilio
- Hiperbárica Alcívar
- Emergencia
- Traumatología y Ortopedia
- Chequeo Médicos
- Cirugía Plástica
- Maternidad
- Cirugía Bariátrica
- Banco de Celulas Madre
- Diálisis
- Laboratorio Alcívar
- Departamento de Cardiología
- Imágenes Alcívar
- Medicina Regenerativa

(Servicios Principales)

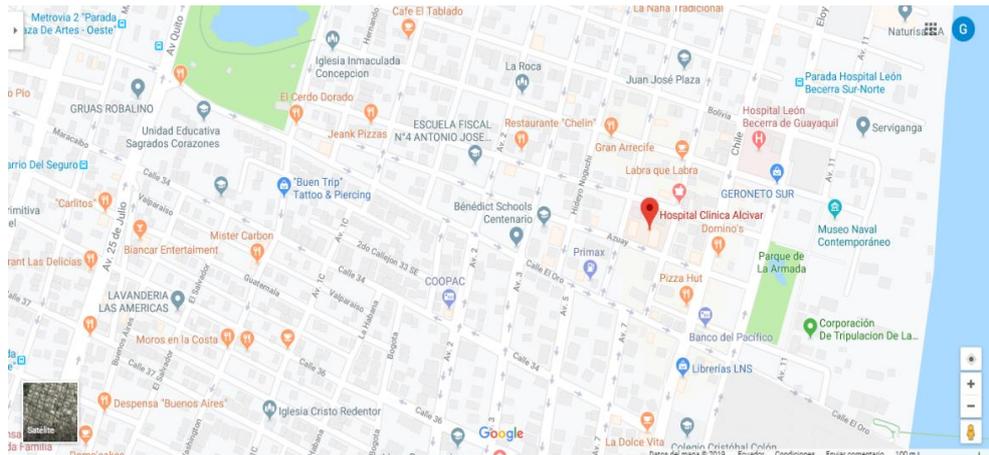


Figura 61. Ubicación Clínica Alcívar

Clínica San Francisco

Ubicada en la avenida Alejandro Andrade y Juan Rolando. La Clínica San Francisco (2018) en su página web certifica que “cuenta con más de 60 habitaciones compartidas, privadas y suites completamente equipadas para hacer su estadía lo más grata posible” (Habitaciones, párr. 1).

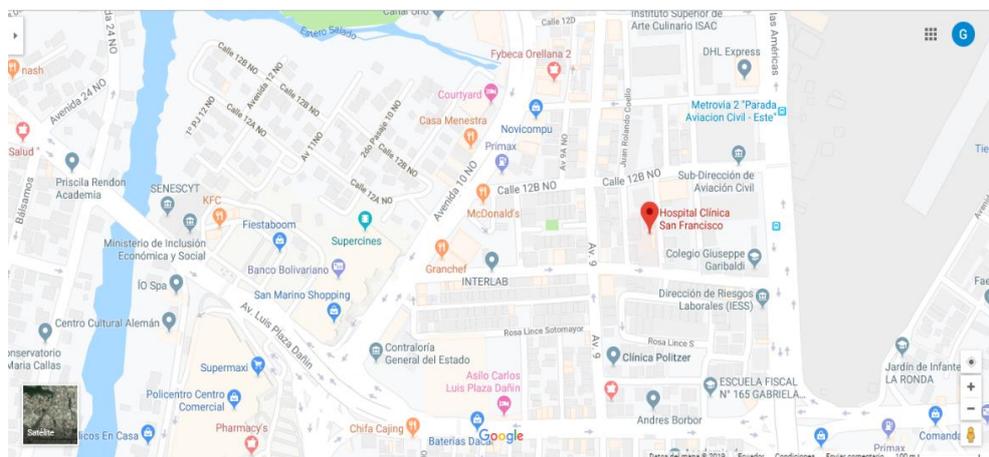


Figura 62. Clínica San Francisco De Guayaquil

Omnihospital

Ubicado en la avenida Abel R. Castillo S/N y la avenida Juan Tanca Marengo. Omnihospital (2019) dentro de su sitio web en línea manifiesta la serie de servicios que presta como institución de la salud:

- Cirugía
- Emergencias
- Hospital Del Día
- Hospitalización
- Omni Asistencia
- Omni Gastro
- Omni Imágenes
- Omni Lab
- UCI Neonatales
- Unidad De Cuidados Intensivos

(Servicios Hospitalarios)

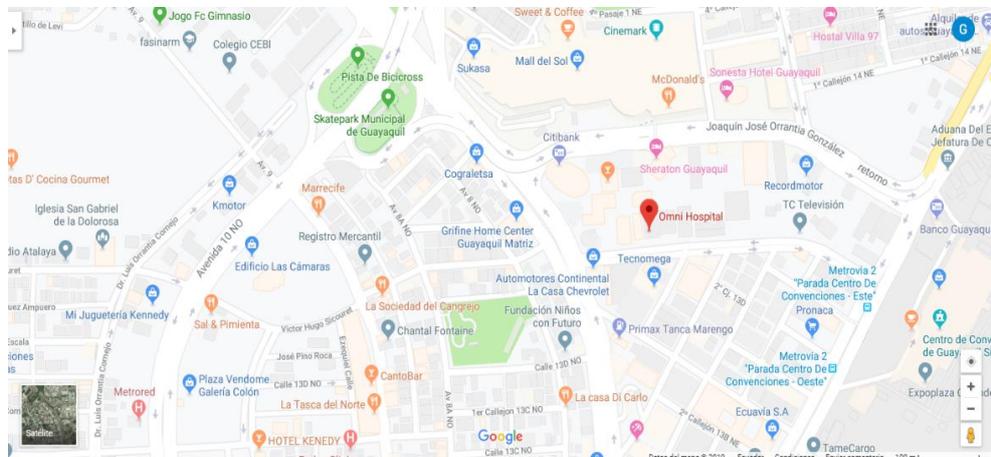


Figura 63. Ubicación Omnihospital

Construcción De Rutas

La distribución de las rutas a cubrir por el vendedor senior se realizará en función del sector donde se encuentran ubicados los hospitales y clínicas respectivamente, razón por la cual clasificaremos las instituciones citadas en seis sectores: Noroeste, Noreste, Centro, Suroeste, Sureste y Vía Samborondón, como se exhibe en la tabla 35 y 36 a continuación:

Tabla 35

Direcciones & Sectores Hospitales Encuestados

Hospital	Dirección	Sector
Alfredo G. Paulson	Avenida Dr. Roberto Gilbert y Avenida de la Democracia (Ciudadela Atarazana)	Noreste
Luis Vernaza	Loja No. 700 y Escobedo	Centro
Dr. Roberto Gilbert E.	Avenida Roberto Gilbert y Nicasio Safadi (Ciudadela Atarazana)	Noreste
Sociedad de Lucha Contra el Cáncer	Avenida Pedro Menéndez Gilbert (Ciudadela Atarazana)	Noreste
León Becerra	Eloy Alfaro #2402 y Bolivia	Sureste
Abel Gilbert Pontón	Galápagos y La 29ava	Suroeste
Del Niño Dr. Francisco Icaza Bustamante	Avenida Quito S/N Y Gómez Rendón	Centro
Universitario de Guayaquil	Vía Perimetral S/N .Km23 Frente A La Compañía Kubiec	Noroeste
Teodoro Maldonado Carbo	Avenida 25 de Julio S/N Vía Puerto Marítimo	Suroeste
General del Norte de Guayaquil Los Ceibos	Kilometro No. 6 Avenida Del Bombero	Noroeste
General Guasmo Sur	Avenida Cacique Tomalá y Callejón Eloy Alfaro	Sureste
José Rodríguez Maridueña	Julián Coronel 900 y José Mascote	Centro

Tomado de Base de Clientes de DISGILBERT S.A.

Tabla 36

Direcciones & Sectores Clínicas Encuestadas

Clínica	Dirección	Sector
Kennedy Alborada	Crotos Y Avenida Rodolfo Baquerizo Nazur	Noroeste
Kennedy Policentro	Avenida Del Periodista S.3 Y 2do. Callejón 11a	Noroeste
Kennedy Samborondón	Km 1/2 Vía Puntilla Samborondón	Vía Samborondón
Alcívar	Chimborazo 3310 Y Azuay	Sureste
San Francisco	Avenida Alejandro Andrade Y Juan Rolando	Noroeste
Omnihospital	Avenida Abel R. Castillo S/N Y Avenida Juan Tanca Marengo	Noroeste

Tomado de Base de Clientes de DISGILBERT S.A.

Así, obtenemos los siguientes resultados correspondientes al número de hospitales y clínicas por los seis sectores determinados:

Tabla 37
Número de Hospitales & Clínicas Por Sector

Sector	# Hospitales - Clínicas
Noreste	3
Noroeste	6
Centro	3
Sureste	3
Suroeste	2
Vía Samborondón	1
Total	18

Con respecto al número de visitas, DISGILBERT S.A. cuenta actualmente con un vendedor senior, por lo cual él se encargará de llevar a cabo 1 visita al mes para los 12 hospitales y las 6 clínicas descritas anteriormente. Hecha esta salvedad, se muestra en la tabla 38 el número distribuido de visitas que el vendedor senior efectuará a los hospitales y clínicas por cada semana del mes junto con el sector que abarcará en las mismas:

Tabla 38
Número de Visitas Vendedor Senior Hospitales & Clínicas

Frecuencia Mensual	Número De Visitas Hospitales	Número De Visitas Clínicas	Total Visitas Por Semana
Semana 1 (Noroeste)	2	4	6
Semana 2 (Noreste - Vía Samborondón)	3	1	4
Semana 3 (Suroeste - Sureste)	4	1	5
Semana 4 (Centro)	3		3
Total	12	6	18

DISGILBERT S.A. demanda a su área comercial realizar 2 visitas por día, por lo cual el vendedor senior empleará 9 rutas al mes para cumplir las 18 visitas planificadas a realizar. Por tanto, en la tabla 39 a continuación se detalla el número de rutas que el vendedor senior

utilizará para visitar a los 12 hospitales y 6 clínicas por cada semana del mes junto con el sector que abarcará en las mismas:

Tabla 39

Número de Rutas A Emplear Vendedor Senior Hospitales & Clínicas

Frecuencia Mensual	Número De Rutas Hospitales	Número De Rutas Clínicas	Total Rutas Por Semana
Semana 1 (Noroeste)	1	2	3
Semana 2 (Noreste - Vía Samborondon)	1	1	2
Semana 3 (Suroeste - Sureste)	2	1	3
Semana 4 (Centro)	1		1
Total	5	4	9

Métodos & Tiempos: Productividad En Rutas

En vista de que el vendedor senior visitará 12 hospitales y 6 clínicas para comercializar el ácido tranexámico, la lidocaína con epinefrina, la lidocaína sin epinefrina, la metoclopramida y el sulfato de magnesio, la participación en ambas instituciones será del 58% y 42% como se indica específicamente en unidades y dólares en las tablas 40 y 41:

Tabla 40

Participación Hospitales En Unidades & Dólares Año 2020

Participación Hospitales	Unidades A Vender Hospitales Año 2020	Precio	Venta En \$ Hospitales Año 2020
	0	\$2,82	\$0,00
	554	\$2,55	\$1.411,43
58%	3891	\$1,72	\$6.692,52
	63540	\$0,31	\$19.697,40
	13898	\$0,30	\$4.169,25
Total	81882		\$31.970,60

Tabla 41
Participación Clínicas En Unidades & Dólares Año 2020

Participación Clínicas	Unidades A Vender Clínicas Año 2020	Precio	Venta En \$ Clínicas Año 2020
	1295	\$2,82	\$3.651,34
	196	\$2,55	\$500,31
42%	3994	\$1,72	\$6.869,25
	48931	\$0,31	\$15.168,53
	4631	\$0,30	\$1.389,15
Total	59046		\$27.578,58

Por consiguiente, el vendedor deberá colocar 81882 unidades (\$31.970,60) y 59046 unidades (\$27.578,58) de los cinco fármacos citados para conseguir una participación del 100% en ambas instituciones de la salud.

3.3. Organización Y Funciones De La Estructura De Ventas

3.3.1. Estructura Organizacional Y Funcional

La estructura organizacional que maneja DISGILBERT S.A. desde el 2005 es la estructura vertical y funcional, puesto que sus niveles jerárquicos quedan determinados de arriba hacia abajo y divide las labores disponiendo la especialización de funciones en cada cargo:

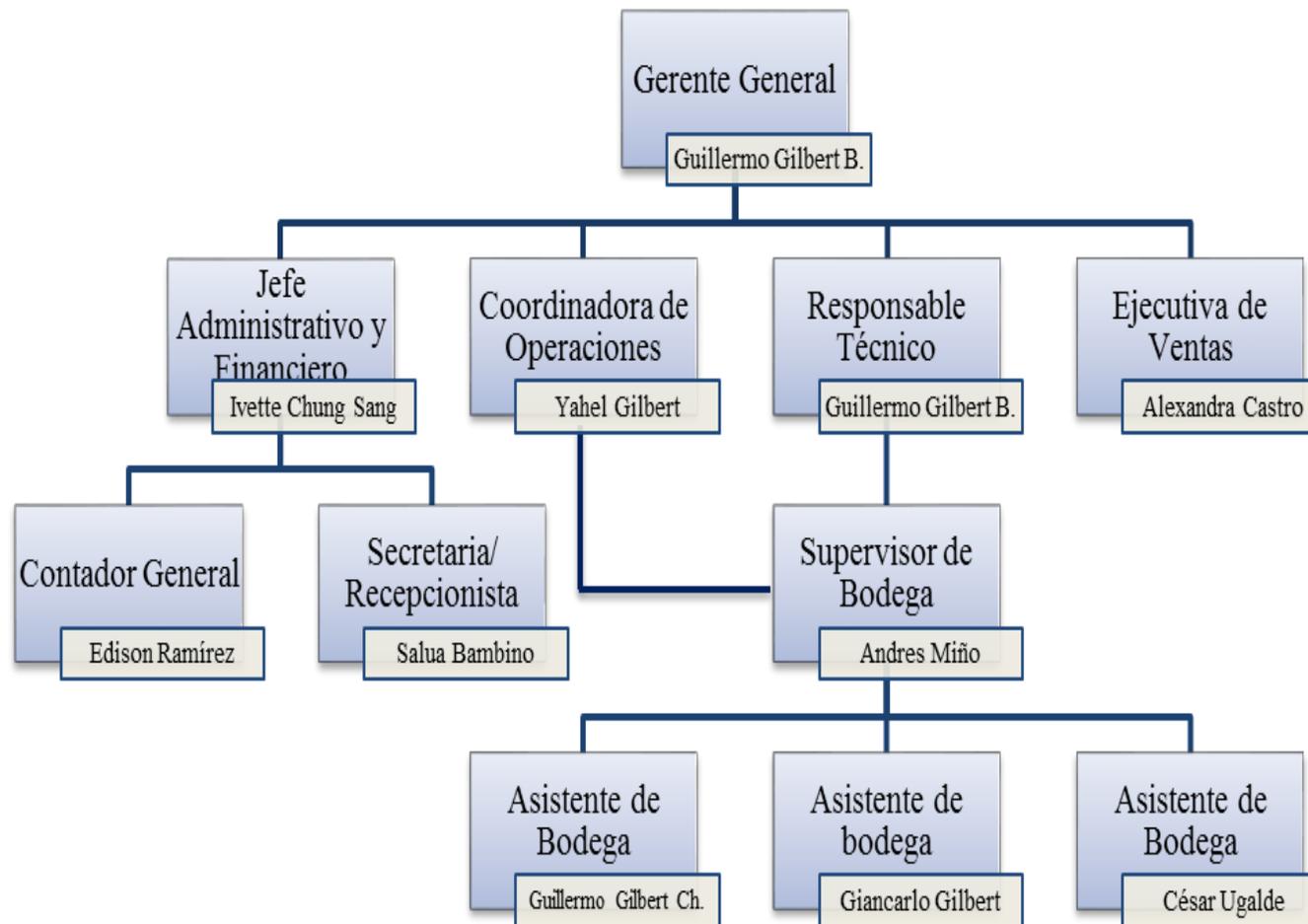


Figura 64. Organigrama DISGILBERT S.A.
Tomado de Base de Datos de DISGILBERT S.A.

3.3.2. Organización De La Estructura De Ventas

DISGILBERT S.A cuenta actualmente con un vendedor senior que reporta directamente al Gerente General de la organización todos los requerimientos, reclamos, agradecimientos o sugerencias de sus clientes más las actividades de la competencia, entre otros.

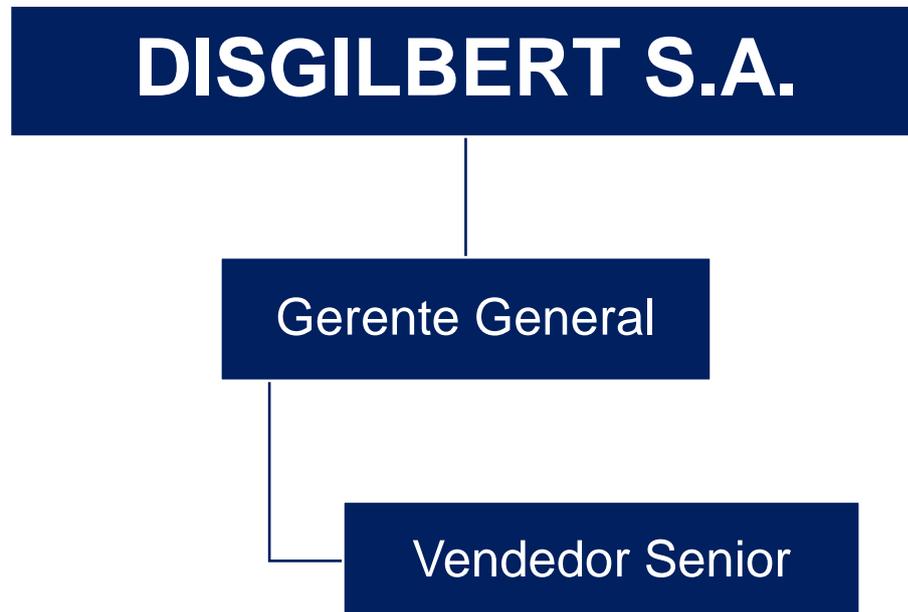


Figura 65. Organigrama Comercial DISGILBERT S.A.

Tomado de Base de Datos de DISGILBERT S.A.

3.3.3. Funciones De Los Cargos En El Área Comercial

Vendedor Senior

- Coordinar con el Gerente la cartera de clientes, volúmenes de ventas, servicio post venta, condiciones a ofrecer y pactar con los posibles nuevos clientes.
- Planificar y organizarse para mantener una cartera de los clientes creciente e informada referente a los productos y promociones a ofrecer por parte de la empresa.

- Retroalimentar a la empresa referente a inquietudes de los clientes (requerimientos, quejas, reclamos, agradecimientos, sugerencias y otros); actividades de la competencia.
- Elevar un informe mensual en donde muestre las ventas realizadas del mes, estado de crédito de los clientes, lista de nuevos clientes captados, e información relevante que sirva de retroalimentación para la empresa.
- Llevar el control de sus actividades diarias.
- Informar a la Gerencia en forma oportuna, de las actividades relacionadas con la cobranza.
- Coordinar con la Gerencia, precios pactados para cada cliente de acuerdo a su cuenta por pagar.
- Comunicar a su jefe inmediato y/o responsable técnico de cualquier queja o reclamo por parte de nuestros clientes.
- Desempeñar las demás funciones inherentes al cargo y que le sean asignadas por su jefe inmediato.
- Cumplir con las políticas y procedimientos de la compañía.

Tomado de Manual de Funciones DISGILBERT S.A. 2019

Reclutamiento De Vendedores: Localización, selección e incorporación

Con la finalidad de reclutar a los vendedores es imprescindible que atraviesen un proceso de reclutamiento y preserven el siguiente perfil comercial:

Perfil Vendedor Senior

Sexo: Indistinto

Edad: 27-35 años

Educación: Graduado de estudios universitarios relacionados a la administración de ventas o carreras afines

Experiencia: 3 a 5 años en ventas en el sector farmacéutico

Conocimientos: Servicio al cliente, planificación estratégica, técnicas de ventas

Competencias: Resolución de quejas o reclamos, iniciativa, trabajo en equipo

Indispensable vehículo propio y en buenas condiciones

Disponibilidad para viajar

Datos Generales				
Localización	Horario de trabajo	Disponibilidad para viajar		
Guayaquil	Administrativo	Si		
Activos asignados	Reporta funcionalmente a	Personas bajo supervisión directa		
	Gerente General	N/A		
Misión Del Puesto				
Cumplir con el presupuesto de venta asignado a su cargo				
Funciones Principales	Generales	Tipos De Competencia		
		Técnicas	Tipo de Función	Prioridad
Coordinar con el Gerente la cartera de clientes, volúmenes de ventas, servicio post venta, condiciones a ofrecer y pactar con los posibles nuevos clientes.		X	E	M
Planificar y organizarse para mantener una cartera de los clientes creciente e informada referente a los productos y promociones a ofrecer por parte de la empresa.		X	E	S
Retroalimentar a la empresa referente a inquietudes de los clientes (requerimientos, quejas, reclamos, agradecimientos, sugerencias y otros); actividades de la competencia.	X		E	D
Elevar un informe mensual en donde muestre las ventas realizadas del mes, estado de crédito de los clientes, lista de nuevos clientes captados, e información relevante que sirva de retroalimentación para la empresa.		X	E	M
Llevar el control de sus actividades diarias.	X		E	D
Informar a la Gerencia en forma oportuna, de las actividades relacionadas con la cobranza.		X	E	D
Coordinar con la Gerencia, precios pactados para cada cliente de acuerdo a su cuenta por pagar.		X	E	S
Comunicar a su jefe inmediato y/o responsable técnico de cualquier queja o reclamo por parte de nuestros clientes.	X		E	D
Desempeñar las demás funciones inherentes al cargo y que le sean asignadas por su jefe inmediato.		X	E	D
Cumplir con las políticas y procedimientos de la compañía.	X		E	D
Tipo de Función	Ejecución (E) Análisis (A) Dirección (D) Control (C)			
Periodicidad	Diaria (D) Semanal (S) Mensual (M) Trimestral (T)			
Perfil				
Formación Académica		Formación Experiencia		
Ingeniero/a en Administración y Ventas Ingeniero/a en Administración		3 a 5 años en ventas en el sector farmacéutico Conocimientos en técnicas de ventas Conocimientos en servicio al cliente		

Figura 66. Ficha Perfil Vendedor Senior

En relación con el método de reclutamiento de potenciales vendedores, DISGILBERT S.A. buscará a los mismos a través de la solicitud de referencias laborales de parte de profesionales comerciales en el sector farmacéutico que hayan trabajado directa o indirectamente con el individuo recomendado. De esta forma, la organización se asegura reclutar un vendedor que cumpla con la mayor parte de aspectos solicitados en el perfil de búsqueda.

3.4. Mercado, Previsiones, Cuotas, Previsiones Y Presupuesto De Ventas

3.4.1. Dimensionamiento Del Mercado

Como se había expuesto, la distribuidora Gilbert Global Business S.A. planea comercializar 5 nuevos productos de alta rotación con 18 de sus clientes de la ciudad de Guayaquil a fin de generar un crecimiento en ventas del 3% en referencia a las ventas obtenidas el año 2018 (\$2.247.801,68). En consonancia con lo dicho, la empresa deberá vender 140.928 unidades de ácido tranexámico, la lidocaína con epinefrina, la lidocaína sin epinefrina, la metoclopramida y el sulfato de magnesio para obtener una venta bruta anual de \$59.549,17 y lograr el porcentaje de crecimiento anual planeado como se presenta nuevamente el mercado objetivo de DISGILBERT S.A. en la tabla 42:

Tabla 42
Mercado Objetivo DISGILBERT S.A. Año 2020

Fármacos	Total Unidades	Precio	Total Venta Anual
Ácido Tranexámico	1295	\$2,82	\$3.651,34
Lidocaína Con Epinefrina	750	\$2,55	\$1.911,74
Lidocaína Sin Epinefrina	7885	\$1,72	\$13.561,77
Metoclopramida	112471	\$0,31	\$34.865,93
Sulfato De Magnesio	18528	\$0,30	\$5.558,40
Total	140928		\$59.549,17

Tomado de Servicio Nacional De Contratación Pública (2019) e IQVIA (2019)

3.4.2. Procedimiento Para Las Previsiones

Para realizar la previsión de ventas se tomó en consideración la señalada participación de los hospitales del 67% y de las clínicas del 33% en la demanda programada por la organización a cubrir el siguiente año como se demuestra nuevamente en las tablas 43 y 44:

Tabla 43

Participación Hospitales En Unidades & Dólares Año 2020

Participación Hospitales	Unidades A Vender Hospitales Año 2020	Precio	Venta En \$ Hospitales Año 2020
	0	\$2,82	\$0,00
	554	\$2,55	\$1.411,43
58%	3891	\$1,72	\$6.692,52
	63540	\$0,31	\$19.697,40
	13898	\$0,30	\$4.169,25
Total	81882		\$31.970,60

Tabla 44

Participación Clínicas En Unidades & Dólares Año 2020

Participación Clínicas	Unidades A Vender Clínicas Año 2020	Precio	Venta En \$ Clínicas Año 2020
	1295	\$2,82	\$3.651,34
	196	\$2,55	\$500,31
42%	3994	\$1,72	\$6.869,25
	48931	\$0,31	\$15.168,53
	4631	\$0,30	\$1.389,15
Total	59046		\$27.578,58

Por lo tanto, este vendedor deberá vender 81882 unidades (\$31.970,60) de los cinco fármacos a los 12 hospitales escogidos el siguiente año y 59046 unidades (\$27.578,58) a las 6 clínicas encuestadas en el año 2020.

3.4.3. Determinación De Las Previsiones

Para la determinación de las previsiones, se otorgó un peso porcentual a cada hospital y clínica encuestada tomando en consideración su frecuencia y volumen de compra y comportamiento

de pago. Así, determinamos la oferta anual y la venta bruta anual a obtener como se muestra en las tablas 45, 46, 47 y 48 a continuación:

Tabla 45
Previsión Anual En Unidades Hospitales Año 2020

Hospitales	Peso %	Q Ácido Tranexámico	Q Lidocaina Con Epinefrina	Q Lidocaina Sin Epinefrina	Q Metoclopramida	Q Sulfato de Magnesio	Total Venta Anual Q Hospitales
Alfredo G. Paulson	10%	0	55	389	6354	1390	8188
Luis Vernaza	10%	0	55	389	6354	1390	8188
Dr. Roberto Gilbert E.	10%	0	55	389	6354	1390	8188
Sociedad de Lucha Contra el Cáncer	20%	0	111	778	12708	2780	16376
León Becerra	15%	0	83	584	9531	2085	12282
Abel Gilbert Pontón	5%	0	28	195	3177	695	4094
Del Niño Dr. Francisco Icaza Bustamante	5%	0	28	195	3177	695	4094
Universitario de Guayaquil	5%	0	28	195	3177	695	4094
Teodoro Maldonado Carbo	5%	0	28	195	3177	695	4094
General del Norte de Guayaquil Los Ceibos	5%	0	28	195	3177	695	4094
General Guasmo Sur	5%	0	28	195	3177	695	4094
José Rodríguez Maridueña	5%	0	28	195	3177	695	4094
Total	100%	0	554	3891	63540	13898	81882

Tabla 46
Previsión Anual En Dólares Hospitales Año 2020

Hospitales	Peso %	\$ Ácido Tranexámico	\$ Lidocaina Con Epinefrina	\$ Lidocaina Sin Epinefrina	\$ Metoclopramida	\$ Sulfato de Magnesio	Total Venta Anual \$ Hospitales
Alfredo G. Paulson	10%	\$0,00	\$141,14	\$669,25	\$1.969,74	\$416,93	\$3.197,06
Luis Vernaza	10%	\$0,00	\$141,14	\$669,25	\$1.969,74	\$416,93	\$3.197,06
Dr. Roberto Gilbert E.	10%	\$0,00	\$141,14	\$669,25	\$1.969,74	\$416,93	\$3.197,06
Sociedad de Lucha Contra el Cáncer	20%	\$0,00	\$282,29	\$1.338,50	\$3.939,48	\$833,85	\$6.394,12
León Becerra	15%	\$0,00	\$211,71	\$1.003,88	\$2.954,61	\$625,39	\$4.795,59
Abel Gilbert Pontón	5%	\$0,00	\$70,57	\$334,63	\$984,87	\$208,46	\$1.598,53
Del Niño Dr. Francisco Icaza Bustamante	5%	\$0,00	\$70,57	\$334,63	\$984,87	\$208,46	\$1.598,53
Universitario de Guayaquil	5%	\$0,00	\$70,57	\$334,63	\$984,87	\$208,46	\$1.598,53
Teodoro Maldonado Carbo	5%	\$0,00	\$70,57	\$334,63	\$984,87	\$208,46	\$1.598,53
General del Norte de Guayaquil Los Ceibos	5%	\$0,00	\$70,57	\$334,63	\$984,87	\$208,46	\$1.598,53
General Guasmo Sur	5%	\$0,00	\$70,57	\$334,63	\$984,87	\$208,46	\$1.598,53
José Rodríguez Maridueña	5%	\$0,00	\$70,57	\$334,63	\$984,87	\$208,46	\$1.598,53
Total	100%	\$0,00	\$1.411,43	\$6.692,52	\$19.697,40	\$4.169,25	\$31.970,60

Tabla 47
Previsión Anual En Unidades Clínicas Año 2020

Clínicas	Peso %	Q Ácido Tranexámico	Q Lidocaina Con Epinefrina	Q Lidocaina Sin Epinefrina	Q Metoclopramida	Q Sulfato de Magnesio	Total Venta Anual Q Clínicas
Kennedy Alborada	15%	194	29	599	7340	695	8857
Kennedy Policentro	20%	259	39	799	9786	926	11809
Kennedy Samborondón	15%	194	29	599	7340	695	8857
Alcívar	10%	129	20	399	4893	463	5905
San Francisco	20%	259	39	799	9786	926	11809
Omnihospital	20%	259	39	799	9786	926	11809
Total	100%	1295	196	3994	48931	4631	59046

Tabla 48
Previsión Anual En Dólares Clínicas Año 2020

Clínicas	Peso %	\$ Ácido Tranexámico	\$ Lidocaina Con Epinefrina	\$ Lidocaina Sin Epinefrina	\$ Metoclopramida	\$ Sulfato de Magnesio	Total Venta Anual \$ Clínicas
Kennedy Alborada	15%	\$547,70	\$75,05	\$1.030,39	\$2.275,28	\$208,37	\$4.136,79
Kennedy Policentro	20%	\$730,27	\$100,06	\$1.373,85	\$3.033,71	\$277,83	\$5.515,72
Kennedy Samborodón	15%	\$547,70	\$75,05	\$1.030,39	\$2.275,28	\$208,37	\$4.136,79
Alcívar	10%	\$365,13	\$50,03	\$686,93	\$1.516,85	\$138,92	\$2.757,86
San Francisco	20%	\$730,27	\$100,06	\$1.373,85	\$3.033,71	\$277,83	\$5.515,72
Omnihospital	20%	\$730,27	\$100,06	\$1.373,85	\$3.033,71	\$277,83	\$5.515,72
Total	100%	\$3.651,34	\$500,31	\$6.869,25	\$15.168,53	\$1.389,15	\$27.578,58

3.4.4. Presupuestos Y Cuotas De Ventas

El mercado farmacéutico no tiene temporadas que afecten directamente la demanda de sus productos, razón por la cual establecimos el presupuesto en unidades (140928) y dólares (\$59.549,17) a llevar a cabo el próximo año tomando como referencia el peso porcentual de las ventas mensuales obtenidas el año 2018 por DISGILBERT S.A como se muestra en la tabla 49 a continuación:

Tabla 49
Venta De Medicina Año 2018 DISGILBERT S.A.

Mes	Venta \$	Peso %
Enero	\$ 135.310,99	6%
Febrero	\$ 229.826,22	10%
Marzo	\$ 230.583,49	10%
Abril	\$ 118.205,18	5%
Mayo	\$ 164.718,36	7%
Junio	\$ 193.491,39	9%
Julio	\$ 128.321,65	6%
Agosto	\$ 158.620,12	7%
Septiembre	\$ 164.627,07	7%
Octubre	\$ 169.169,05	8%
Noviembre	\$ 354.048,89	16%
Diciembre	\$ 200.879,27	9%
Total	\$2.247.801,68	100%

Tomado de Base de Datos de DISGILBERT S.A.

Así, la multiplicación del presupuesto en unidades y dólares para cada uno de los pesos porcentuales mensuales dan como resultado las cuotas de venta en unidades y dólares del mes de enero hasta diciembre del ácido tranexámico, la lidocaína con epinefrina, la lidocaína sin epinefrina, la metoclopramida y el sulfato de magnesio como se presentan desde la tabla 50 hasta la tabla 59 a continuación:

Tabla 50
Cuotas De Venta En Unidades Ácido Tranexámico Año 2020

Mes	Venta Q
Enero	78
Febrero	132
Marzo	133
Abril	68
Mayo	95
Junio	111
Julio	74
Agosto	91
Septiembre	95
Octubre	97
Noviembre	204
Diciembre	116
Total	1295

Tabla 51
Cuotas De Venta En Dólares Ácido Tranexámico Año 2020

Mes	Venta \$
Enero	\$219,80
Febrero	\$373,33
Marzo	\$374,56
Abril	\$192,01
Mayo	\$267,57
Junio	\$314,31
Julio	\$208,45
Agosto	\$257,66
Septiembre	\$267,42
Octubre	\$274,80
Noviembre	\$575,12
Diciembre	\$326,31
Total	\$3.651,34

Tabla 52
Cuotas De Venta En Unidades Lidocaína Con Epinefrina Año 2020

Mes	Venta Q
Enero	45
Febrero	77
Marzo	77
Abril	39
Mayo	55
Junio	65
Julio	43
Agosto	53
Septiembre	55
Octubre	56
Noviembre	118
Diciembre	67
Total	750

Tabla 53
Cuotas De Venta En Dólares Lidocaína Con Epinefrina Año 2020

Mes	Venta \$
Enero	\$115,08
Febrero	\$195,47
Marzo	\$196,11
Abril	\$100,53
Mayo	\$140,09
Junio	\$164,56
Julio	\$109,14
Agosto	\$134,90
Septiembre	\$140,01
Octubre	\$143,88
Noviembre	\$301,12
Diciembre	\$170,85
Total	\$1.911,74

Tabla 54
Cuotas De Venta En Unidades Lidocaína Sin Epinefrina Año 2020

Mes	Venta Q
Enero	475
Febrero	806
Marzo	809
Abril	415
Mayo	578
Junio	679
Julio	450
Agosto	556
Septiembre	577
Octubre	593
Noviembre	1242
Diciembre	705
Total	7885

Tabla 55
Cuotas De Venta En Dólares Lidocaína Sin Epinefrina Año 2020

Mes	Venta \$
Enero	\$816,38
Febrero	\$1.386,62
Marzo	\$1.391,19
Abril	\$713,17
Mayo	\$993,80
Junio	\$1.167,40
Julio	\$774,21
Agosto	\$957,01
Septiembre	\$993,25
Octubre	\$1.020,66
Noviembre	\$2.136,10
Diciembre	\$1.211,97
Total	\$13.561,77

Tabla 56
Cuotas De Venta En Unidades Metoclopramida Año 2020

Mes	Venta Q
Enero	6770
Febrero	11500
Marzo	11537
Abril	5915
Mayo	8242
Junio	9682
Julio	6421
Agosto	7937
Septiembre	8237
Octubre	8465
Noviembre	17715
Diciembre	10051
Total	112471

Tabla 57
Cuotas De Venta En Dólares Metoclopramida Año 2020

Mes	Venta \$
Enero	\$2.098,83
Febrero	\$3.564,86
Marzo	\$3.576,61
Abril	\$1.833,50
Mayo	\$2.554,97
Junio	\$3.001,27
Julio	\$1.990,41
Agosto	\$2.460,38
Septiembre	\$2.553,55
Octubre	\$2.624,00
Noviembre	\$5.491,70
Diciembre	\$3.115,86
Total	\$34.865,93

Tabla 58
Cuotas De Venta En Unidades Sulfato de Magnesio Año 2020

Mes	Venta Q
Enero	1115
Febrero	1894
Marzo	1901
Abril	974
Mayo	1358
Junio	1595
Julio	1058
Agosto	1307
Septiembre	1357
Octubre	1394
Noviembre	2918
Diciembre	1656
Total	18528

Tabla 59
Cuotas De Venta En Dólares Sulfato de Magnesio Año 2020

Mes	Venta \$
Enero	\$334,60
Febrero	\$568,32
Marzo	\$570,19
Abril	\$292,30
Mayo	\$407,32
Junio	\$478,47
Julio	\$317,32
Agosto	\$392,24
Septiembre	\$407,09
Octubre	\$418,32
Noviembre	\$875,50
Diciembre	\$496,74
Total	\$5.558,40

3.5. Diseño De La Compensación Para El Área Comercial

3.5.1. Estructura Fija Y Variable

El vendedor senior con el cual actualmente se maneja la venta del resto de portafolio de productos continuará recibiendo un sueldo base de \$700 adicional a una variable que estará regida al cumplimiento de la meta asignada como se exhibe en la tabla 60 a continuación:

Tabla 60

Escala Comisional Por Cumplimiento Porcentual De Cuota Establecida

Cumplimiento Cuota De Venta Establecida	Comisión A Recibir Por Cumplimiento De Cuota De Venta	Comisión A Recibir Vendedor Senior
100%	100%	\$400,00
85%	80%	\$320,00
60%	60%	\$240,00
50%	0%	\$0,00

3.5.2. Primas E Incentivos

En congruencia a lo expuesto anteriormente, la empresa ofrece todos los beneficios de ley, además de un excelente ambiente laboral, capacitación constante y flexy Friday quincenal que implica que la jornada laboral culmina los viernes correspondientes a la segunda y cuarta semana de cada mes a las 3pm si el vendedor cuenta con el cumplimiento al 100% de su meta como se demuestra en las tablas 61 y 62 a continuación:

Tabla 61

Honorarios Vendedor Senior

CARGO	DEPARTAMENTO	SUELDO	HORAS EXTRAS	COMISIONES	MOVILIDAD	BONO ALIMENTICIO	TOTAL REMUNERACION	FONDO DE RESERVA	TOTAL INGRESOS
VENDEDOR SENIOR	VENTAS	\$700		\$400	\$80		\$1.180	\$98,29	\$1.278,29

Tabla 62

Beneficios Sociales Vendedor Senior

CARGO	TOTAL REMUNERACION	XIII SUELDO	XIV SUELDO	VACACIONES	APORTE PATRONAL	TOTAL
VENDEDOR SENIOR	\$ 1.180	\$ 98,33	\$ 32,83	\$ 49,17	\$ 143,37	\$ 323,70

3.5.3. Gastos De Movilización Y Viáticos

Con respecto a viáticos, no aplica más que para combustible y mantenimiento vehicular, ya que la gestión comercial se manejará únicamente en la ciudad de Guayaquil, para lo cual el vendedor recibirá \$80 mensuales.

3.6. Control De La Gestión Comercial

3.6.1. Control De Las Ventas

El control de ventas lo realizará el gerente general mediante la revisión del sistema de facturación, el cumplimiento de la venta de unidades proyectadas, el nivel de satisfacción de los clientes, cumplimiento de rutas y una revisión trimestral mediante un feedback para medir el aumento de productividad de la cartera de clientes realizado por el Gerente General.

3.6.2. Control De Otras Dimensiones De Las Ventas

La dimensión de las ventas no solo se manejará de manera que las ventas en unidades incrementen, sino de manera que se fidelice a los clientes mediante planes de fidelización de clientes existentes y finalmente realizar prospecciones de hospitales y clínicas, mejorar procesos operacionales y de esa manera en general aumentar la productividad del puesto.

3.6.3. Evaluación Del Equipo Comercial

El gerente General realizará la evaluación mensual del rendimiento del vendedor mediante una reunión presencial que revisen los siguientes indicadores:

Control de venta	$\frac{\text{Volumen de ventas}}{\text{Cartera de pedidos}}$
Ventas por clientes	$\frac{\text{Volumen de venta}}{\text{Número de clientes}}$
Venta exitosa	$\frac{\text{Volumen de venta}}{\text{Volumen de oferta}}$
Rendimiento Comercial	$\frac{\text{Gastos de venta}}{\text{Volumen de venta}}$

Supera expectativas	A veces supera expectativas	Satisface eventualmente	Siempre está por debajo de la meta
----------------------------	------------------------------------	--------------------------------	---

Figura 67. Indicadores De Evaluación Área Comercial

3.6.4. Cuadro De Mando Del Área Comercial

El Gerente General, encargado de evaluar al vendedor asignado a este proyecto, empleará el sistema de facturación para verificar la frecuencia y volumen de compra y comportamiento de pago de la cartera de clientes asignada al vendedor senior, la rotación del inventario de los cinco fármacos junto con las promociones y descuentos ofrecidos.

Dicho lo anterior, se proyecta que el vendedor aumente la participación de los clientes con menor participación y potencialice aquellos clientes con participación alta como se muestra en la tabla 63 y 64 a continuación:

Tabla 63
Categorización De Clientes Por Montos De Venta

No.	Provinci	Ciudad	Clientes	Direccion	Venta	participac	Acumula	Clase Rie	Zona
1	Guayas	Guayaquil	San Francisco	Avenida Alejandro Andrade Y Juan Rolando	\$225.162,11	17,14%		AA	Noroeste
2	Guayas	Guayaquil	Abel Gilbert Pontón	Galápagos y La 23ava	\$135.108,83	10,28%	27,42%	AA	Suroeste
3	Guayas	Guayaquil	Teodoro Maldonado Carbo	Avenida 25 de Julio SIN Vía Puerto Marítimo	\$117.525,70	8,94%	36,37%	AA	Suroeste
4	Guayas	Guayaquil	Sociedad de Lucha Contra el Cáncer	Avenida Pedro Menéndez Gilbert (Ciudadela	\$106.899,80	8,14%	44,50%	AA	Noroeste
5	Guayas	Guayaquil	Luis Vernaza	Loja No. 700 y Escobedo	\$98.940,49	7,53%	52,03%	A	Centro
6	Guayas	Guayaquil	Kennedy Policentro	Avenida Del Periodista S.3 Y 2do. Callejón 11a	\$93.877,64	7,15%	59,18%	A	Noroeste
7	Guayas	Guayaquil	Universitario de Guayaquil	Vía Perimetral SIN Km23 Frente A La Compañía	\$91.437,30	6,96%	66,14%	A	Noroeste
8	Guayas	Guayaquil	León Becerra	Eloy Alfaro #2402 y Bolivia	\$91.331,95	6,95%	73,09%	A	Sureste
9	Guayas	Guayaquil	Alfredo G. Paulson	Avenida Dr. Roberto Gilbert y Avenida de la Democracia (Ciudadela Atarazana)	\$74.205,37	5,65%	78,74%	B	Noroeste
10	Guayas	Guayaquil	Dr. Roberto Gilbert E.	Avenida Roberto Gilbert y Nicasio Sañadi (Ciudadela	\$74.205,37	5,65%	84,38%	B	Noroeste
11	Guayas	Guayaquil	Omnihospital	Avenida Abel R. Castillo SIN Y Avenida Juan Tanca	\$61.935,37	4,71%	89,10%	B	Noroeste
12	Guayas	Guayaquil	Kennedy Samborondón	Km 12 Vía Puntilla Samborondón	\$54.673,14	4,16%	93,26%	B	Vía Samborondón
13	Guayas	Guayaquil	José Rodríguez Masdueña	Julían Coronel 900 y José Mascote	\$26.874,08	2,05%	95,30%	C	Centro
14	Guayas	Guayaquil	Kennedy Alborada	Crotos Y Avenida Rodolfo Baquerizo Nazur	\$26.796,22	2,04%	97,34%	C	Noroeste
15	Guayas	Guayaquil	Alcivar	Chimborazo 3310 Y Azuay	\$23.706,84	1,80%	99,15%	C	Sureste
16	Guayas	Guayaquil	General del Norte de Guayaquil Los Ceibos	Kilometro No. 63 Avenida Del Bombero	\$5.866,98	0,45%	99,59%	D o N	Noroeste
17	Guayas	Guayaquil	Dr. Francisco Icaza Bustamante	Avenida Quito SIN Y Gómez Rendón	\$5.330,00	0,41%	100,00%	D o N	Centro
					\$1.313.876,19	100,00%			

Tabla 64
Categorización De Clientes Detallada Por Monto & Rango De Facturación

GUAYAQUIL - VIA SAMBORONDÓN							
Categoría Clientes	% Facturación	Limite de Facturacion	Acumulado Facturación	% Clientes	Acumulado de Clientes	Clientes en Numero	Rango
AA	44,50%	\$584.695,44	45%	24%	24%	4	\$100.001 a \$400.000
A	39,88%	\$523.998,12	84%	35%	59%	6	\$70.001 a \$100.000
B	8,88%	\$116.608,51	93%	12%	71%	2	\$40.001 a \$70.000
C	5,89%	\$77.377,14	99%	18%	88%	3	\$10.000 a \$40.000
D o N	0,85%	\$11.196,98	100%	12%	100%	2	\$1.000 a \$9.999
TOTAL	100%	\$1.313.876,19		100%		17	

CAPÍTULO IV

ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

4.1. Hipótesis De Partida

4.1.1. Capital Inicial

El presente plan de negocio tiene como inversión pre-operacional la suma de \$16.395,86, que abarca la inversión en material promocional por \$3.000,00, distribuidos en inversión de muestras médicas, panfletos y gimmicks por \$500, \$200 y \$2.300 respectivamente. Igualmente, la inversión pre-operacional comprende inversiones en registros sanitarios, capital de trabajo y gastos logísticos valorados en \$2.500, \$9312,70 y \$1.583,16 respectivamente como se presenta en la tabla 65 a continuación:

Tabla 65
Inversiones Del Proyecto

INVERSIONES DEL PLAN DE NEGOCIO	
Preoperacionales	
Inversión Material Promocional	\$3.000
Inversión en Muestras Médicas	\$500
Inversión en Panfletos	\$200
Inversión en Gimmicks	\$2.300
Inversión Registros Sanitarios	\$2.500
Inversión Capital de Trabajo	\$9.312,70
Inversión Gastos Logísticos	\$1.583,16
Total Preoperaciones	\$16.395,86
TOTAL	
	\$16.395,86

4.1.2. Política De Financiamiento

Siendo la inversión total \$16.395,86 la financiación del 40% será mediante un préstamo bancario a una tasa de interés de 11,83% comercial ordinaria, de acuerdo con el Banco Central del Ecuador, a un plazo de pagos de 5 años a cancelar en dividendos fijos mensuales de \$145,32 como se presenta en la tabla 66 a continuación:

Tabla 66
Amortización 40% Inversión Pre-Operacional

TABLA DE AMORTIZACIÓN					
CAPITAL				\$6.558,35	
Tasa Total				11,83%	
Plazo				5	Años
Amortización Capital				12	Mensual
Período de Gracia				-	Año
Número de cupones				60	Cupones
Dividendo normal				\$145,32	Mensual

Cupon	Interés	Amortización Capital	Valor del Dividendo	Saldo Capital
1	\$64,65	\$80,67	\$145,32	\$6.558,35
2	\$63,86	\$81,46	\$145,32	\$6.477,68
3	\$63,06	\$82,27	\$145,32	\$6.396,21
4	\$62,24	\$83,08	\$145,32	\$6.313,94
5	\$61,43	\$83,90	\$145,32	\$6.230,86
6	\$60,60	\$84,73	\$145,32	\$6.146,97
7	\$59,76	\$85,56	\$145,32	\$6.062,24
8	\$58,92	\$86,40	\$145,32	\$5.976,68
9	\$58,07	\$87,26	\$145,32	\$5.890,28
10	\$57,21	\$88,12	\$145,32	\$5.803,02
11	\$56,34	\$88,98	\$145,32	\$5.714,90
12	\$55,46	\$89,86	\$145,32	\$5.625,92
13	\$54,58	\$90,75	\$145,32	\$5.536,06
14	\$53,68	\$91,64	\$145,32	\$5.445,31
15	\$52,78	\$92,55	\$145,32	\$5.353,67
16	\$51,87	\$93,46	\$145,32	\$5.261,12
17	\$50,94	\$94,38	\$145,32	\$5.167,66
18	\$50,01	\$95,31	\$145,32	\$5.073,29
19	\$49,07	\$96,25	\$145,32	\$4.977,98
20	\$48,13	\$97,20	\$145,32	\$4.881,73
21	\$47,17	\$98,16	\$145,32	\$4.784,53
22	\$46,20	\$99,12	\$145,32	\$4.686,37
23	\$45,22	\$100,10	\$145,32	\$4.587,25
24	\$44,24	\$101,09	\$145,32	\$4.487,15
25	\$43,24	\$102,08	\$145,32	\$4.386,06
26	\$42,23	\$103,09	\$145,32	\$4.283,97
27	\$41,22	\$104,11	\$145,32	\$4.180,88
28	\$40,19	\$105,13	\$145,32	\$4.076,77
29	\$39,15	\$106,17	\$145,32	\$3.971,64
30	\$38,11	\$107,22	\$145,32	\$3.865,47
31	\$37,05	\$108,27	\$145,32	\$3.758,25
32	\$35,98	\$109,34	\$145,32	\$3.649,98
33	\$34,90	\$110,42	\$145,32	\$3.540,64
34	\$33,82	\$111,51	\$145,32	\$3.430,22
35	\$32,72	\$112,61	\$145,32	\$3.318,71
36	\$31,61	\$113,72	\$145,32	\$3.206,10
37	\$30,49	\$114,84	\$145,32	\$3.092,39
38	\$29,35	\$115,97	\$145,32	\$2.977,55
39	\$28,21	\$117,11	\$145,32	\$2.861,58
40	\$27,06	\$118,27	\$145,32	\$2.744,46
41	\$25,89	\$119,43	\$145,32	\$2.626,20
42	\$24,71	\$120,61	\$145,32	\$2.506,76
43	\$23,52	\$121,80	\$145,32	\$2.386,15
44	\$22,32	\$123,00	\$145,32	\$2.264,35
45	\$21,11	\$124,21	\$145,32	\$2.141,35
46	\$19,89	\$125,44	\$145,32	\$2.017,13
47	\$18,65	\$126,68	\$145,32	\$1.891,70
48	\$17,40	\$127,92	\$145,32	\$1.765,02
49	\$16,14	\$129,18	\$145,32	\$1.637,10
50	\$14,87	\$130,46	\$145,32	\$1.507,91
51	\$13,58	\$131,74	\$145,32	\$1.377,45
52	\$12,28	\$133,04	\$145,32	\$1.245,71
53	\$10,97	\$134,35	\$145,32	\$1.112,67
54	\$9,64	\$135,68	\$145,32	\$978,31
55	\$8,31	\$137,02	\$145,32	\$842,63
56	\$6,96	\$138,37	\$145,32	\$705,61
57	\$5,59	\$139,73	\$145,32	\$567,25
58	\$4,21	\$141,11	\$145,32	\$427,52
59	\$2,82	\$142,50	\$145,32	\$286,41
60	\$1,42	\$143,91	\$145,32	\$143,91
				\$0,00

El restante 60% que corresponde a la suma de \$9.837,52 será pagado con recursos propios de los autores del presente trabajo.

4.1.3. Costo De Capital

La tasa de descuento determinada para el plan de negocio en discusión es de 34% tomando en cuenta que:

- El costo del capital propio es de 49%
- El costo de la deuda es de 12%
- La relación objetivo capital propio del total de financiamiento es del 60%
- La relación objetivo de deuda a total de financiamiento es del 40%

Tabla 67
Tasa de Descuento Del Proyecto

FÓRMULA		%
$WACC = (k_g) * (E/v) + k_d * (D/V)$		
En donde:		
K_g = Costo del capital propio		49%
K_d = Costo de la deuda		12%
E/V = Relación objetivo capital propio del total de financiamiento		60%
D/V = Relación objetivo de deuda a total de financiamiento		40%
WACC		34%

4.1.4. Impuestos

Para el presente plan de negocio, se ha estimado cancelar por cada año de operación el 36,25% de impuesto a la renta correspondiente a las obligaciones tributarias necesarias de DISGILBERT S.A.

4.2. Presupuesto De Ingresos

4.2.1. Volúmenes

La organización aspira a vender en el primer año 140928 unidades del ácido tranexámico, la lidocaína con epinefrina, la lidocaína sin epinefrina, la metoclopramida y el sulfato de magnesio. A su vez, se estima un crecimiento anual del 5% en unidades para el año 2021, 7% para el año 2022, 10% para el año 2023 y 12% para el año 2024 a fin de contar con 195192 unidades de los cinco medicamentos como se demuestra en la tabla 68 a continuación:

Tabla 68
Estimación Volúmenes Año 2020 - 2024

Crecimiento esperado	0%	5%	7%	10%	12%
	2020	2021	2022	2023	2024
Productos Cantidades (En Unidades)					
Ácido Tranexámico	1295	1366	1467	1619	1819
Lidocaína Con Epinefrina	750	792	853	944	1062
Lidocaína Sin Epinefrina	7885	8286	8871	9762	10938
Metoclopramida	112471	118099	126372	139015	155703
Sulfato De Magnesio	18528	19461	20829	22916	25670
Total	140928	148004	158392	174256	195192

4.2.2. Precios

Los precios fijados para el primer año de venta son de \$2,82 el ácido tranexámico, \$2,55 la lidocaína con epinefrina, \$1,72 la lidocaína sin epinefrina, \$0,31 la metoclopramida y \$0,27 el sulfato de magnesio sin un crecimiento de los mismos dado el decreto No. 400 del Estado que fija precios techos hasta los cuales los actores de la industria farmacéutica pueden vender medicamentos desde el año 2021 hasta el año 2024 como se expone a continuación en la tabla 69:

Tabla 69
Estimación Precios Año 2020 – 2024

	2020	2021	2022	2023	2024
Precio Unitario (En US\$)					
Ácido Tranexámico	\$2,82	\$2,82	\$2,82	\$2,82	\$2,82
Lidocaína Con Epinefrina	\$2,55	\$2,55	\$2,55	\$2,55	\$2,55
Lidocaína Sin Epinefrina	\$1,72	\$1,72	\$1,72	\$1,72	\$1,72
Metoclopramida	\$0,31	\$0,31	\$0,31	\$0,31	\$0,31
Sulfato De Magnesio	\$0,30	\$0,30	\$0,30	\$0,30	\$0,30

Igualmente, el margen neto del ácido tranexámico, la lidocaína con epinefrina y la lidocaína sin epinefrina decrecerán \$0,05 desde el año 2020 hasta el año 2024; mientras que la metoclopramida y el sulfato de magnesio reducirán su margen en \$0,01 y \$0,02 respectivamente del año 2020 al año 2024 como se manifiesta en la tabla 70 a continuación:

Tabla 70
Margen De Ganancia Unitario Fármacos Año 2020 - 2024

	2020	2021	2022	2023	2024
Margen Unitario (En US\$)					
Ácido Tranexámico	\$2,60	\$2,59	\$2,58	\$2,57	\$2,55
Lidocaína Con Epinefrina	\$2,30	\$2,29	\$2,27	\$2,26	\$2,25
Lidocaína Sin Epinefrina	\$1,50	\$1,49	\$1,48	\$1,47	\$1,45
Metoclopramida	\$0,26	\$0,26	\$0,25	\$0,25	\$0,25
Sulfato De Magnesio	\$0,22	\$0,22	\$0,21	\$0,21	\$0,20

De igual forma, los márgenes de ganancias porcentuales del ácido tranexámico y la lidocaína con epinefrina decrecerán 2% del año 2020 al año 2024; mientras que los márgenes de la lidocaína sin epinefrina y la metoclopramida se reducirán en un 3% del año 2020 al año 2024. Finalmente, el margen del sulfato de magnesio se acortará en un 6% del año 2020 al año 2024 como se muestra en la tabla 71 a continuación:

Tabla 71 Margen De Ganancia Porcentual Año 2020 - 2024

	2020	2021	2022	2023	2024
Margen de Ganancia (En %)					
Ácido Tranexámico	92%	92%	91%	91%	90%
Lidocaína Con Epinefrina	90%	90%	89%	89%	88%
Lidocaína Sin Epinefrina	87%	87%	86%	85%	84%
Metoclopramida	84%	84%	81%	81%	81%
Sulfato De Magnesio	73%	73%	70%	70%	67%

4.2.3. Ventas Esperadas

La organización aspira a obtener una venta anual en dólares del año 2020 de \$59.549,17 por el ácido tranexámico, la lidocaína con epinefrina, la lidocaína sin epinefrina, la metoclopramida y el sulfato de magnesio. A su vez, se estima un crecimiento anual de 5% para el año 2021; 7% para el 2022; 10% para el año 2023 y 12% para el año 2024 a fin de obtener una venta de \$82.619,97 por los cinco medicamentos como se demuestra en la tabla 72 a continuación:

Tabla 72
Ventas Esperadas Año 2020 - 2024

Productos	2020	2021	2022	2023	2024
Cantidades (En Unidades)					
Ácido Tranexámico	1295	1366	1467	1619	1819
Lidocaína Con Epinefrina	750	792	853	944	1062
Lidocaína Sin Epinefrina	7885	8286	8871	9762	10938
Metoclopramida	112471	118099	126372	139015	155703
Sulfato De Magnesio	18528	19461	20829	22916	25670
Total	140928	148004	158392	174256	195192
Precio Unitario (En US\$)					
Ácido Tranexámico	\$2,82	\$2,82	\$2,82	\$2,82	\$2,82
Lidocaína Con Epinefrina	\$2,55	\$2,55	\$2,55	\$2,55	\$2,55
Lidocaína Sin Epinefrina	\$1,72	\$1,72	\$1,72	\$1,72	\$1,72
Metoclopramida	\$0,31	\$0,31	\$0,31	\$0,31	\$0,31
Sulfato De Magnesio	\$0,30	\$0,30	\$0,30	\$0,30	\$0,30

Ingresos de Venta (En US\$)					
Ácido Tranexámico	\$3.651,34	\$3.852,12	\$4.136,94	\$4.565,58	\$5.129,58
Lidocaína Con Epinefrina	\$1.911,74	\$2.019,60	\$2.175,15	\$2.407,20	\$2.708,10
Lidocaína Sin Epinefrina	\$13.561,77	\$14.251,92	\$15.258,12	\$16.790,64	\$18.813,36
Metoclopramida	\$34.865,93	\$36.610,69	\$39.175,32	\$43.094,65	\$48.267,93
Sulfato De Magnesio	\$5.558,40	\$5.838,30	\$6.248,70	\$6.874,80	\$7.701,00
Total	\$59.549,17	\$62.572,63	\$66.994,23	\$73.732,87	\$82.619,97

4.3. Presupuesto De Costos

4.3.1. Costos Materia Prima

Estos costos están conformados por los siguientes elementos:

- **Materia Prima** = Representa el 45% del costo de compra unitario de cada medicamento
- **Envase Primario (Vidrio)** = Representa el 32,50% del costo de compra unitario de cada medicamento
- **Envase Secundario (Caja Cartón)** = Representa el 22,50% del costo de compra unitario de cada medicamento

Además, el crecimiento anual de los materiales en unidades y del costo unitario en dólares es del 5% como se manifiesta en la tabla 73 a continuación:

Tabla 73

Costos Materia Prima Año 2020 - 2024

Crecimiento Esperado Unidades	0%	5%	5%	5%	5%
Crecimiento Esperado Costos	0%	5%	5%	5%	5%

2020	2021	2022	2023	2024
-------------	-------------	-------------	-------------	-------------

Ácido Tranexámico					
Materiales (unidades)					
Materia Prima	1295	1366	1438	1518	1598
Envase Primario (Vidrio)	1295	1366	1438	1518	1598
Envase Secundario (Caja Cartón)	162	175	188	201	214
Total	2751	2907	3064	3237	3410

Costo Unitario (En US\$)					
Materia Prima	\$0,10	\$0,10	\$0,11	\$0,11	\$0,12
Envase Primario (Vidrio)	\$0,07	\$0,08	\$0,08	\$0,08	\$0,09
Envase Secundario (Caja Cartón)	\$0,05	\$0,05	\$0,05	\$0,06	\$0,06
Total	\$0,22	\$0,23	\$0,24	\$0,25	\$0,27

Lidocaína Con Epinefrina					
Materiales (unidades)					
Materia Prima	750	792	838	887	937
Envase Primario (Vidrio)	750	792	838	887	937
Envase Secundario (Caja Cartón)	750	792	838	887	937
Total	2249	2376	2514	2661	2811

Costo Unitario (En US\$)					
Materia Prima	\$0,11	\$0,12	\$0,12	\$0,13	\$0,14
Envase Primario (Vidrio)	\$0,08	\$0,09	\$0,09	\$0,09	\$0,10
Envase Secundario (Caja Cartón)	\$0,06	\$0,06	\$0,06	\$0,07	\$0,07
Total	\$0,25	\$0,26	\$0,28	\$0,29	\$0,30

Lidocaína Sin Epinefrina					
Materiales (unidades)					
Materia Prima	7885	8286	8706	9145	9608
Envase Primario (Vidrio)	7885	8286	8706	9145	9608
Envase Secundario (Caja Cartón)	7885	8286	8706	9145	9608
Total	7885	24858	26118	27435	28824

Costo Unitario (En US\$)					
Materia Prima	\$0,10	\$0,10	\$0,11	\$0,11	\$0,12
Envase Primario (Vidrio)	\$0,07	\$0,08	\$0,08	\$0,08	\$0,09
Envase Secundario (Caja Cartón)	\$0,05	\$0,05	\$0,05	\$0,06	\$0,06
Total	\$0,22	\$0,23	\$0,24	\$0,25	\$0,27

Metoclopramida					
Materiales (unidades)					
Materia Prima	112471	118099	124010	130217	136732
Envase Primario (Vidrio)	112471	118099	124010	130217	136732
Envase Secundario (Caja Cartón)	1125	1188	1256	1324	1393
Total	75355	237386	249276	261758	274857

Costo Unitario (En US\$)					
Materia Prima	\$0,02	\$0,02	\$0,02	\$0,03	\$0,03
Envase Primario (Vidrio)	\$0,02	\$0,02	\$0,02	\$0,02	\$0,02
Envase Secundario (Caja Cartón)	\$0,01	\$0,01	\$0,01	\$0,01	\$0,01
Total	\$0,05	\$0,05	\$0,06	\$0,06	\$0,06

Sulfato De Magnesio					
Materiales (unidades)					
Materia Prima	18528	19454	20427	21448	22521
Envase Primario (Vidrio)	18528	19454	20427	21448	22521
Envase Secundario (Caja Cartón)	185	195	204	214	225
Total	12414	39103	41059	43111	45267

Costo Unitario (En US\$)					
Materia Prima	\$0,04	\$0,04	\$0,04	\$0,04	\$0,04
Envase Primario (Vidrio)	\$0,03	\$0,03	\$0,03	\$0,03	\$0,03
Envase Secundario (Caja Cartón)	\$0,02	\$0,02	\$0,02	\$0,02	\$0,02
Total	\$0,08	\$0,08	\$0,09	\$0,09	\$0,10

4.3.2. Costos Mano De Obra Directa

Comprende el número de empleados del área comercial de la organización, la comisión mensual de los mismos, el número de colaboradores del área de logística u operaciones y el sueldo mensual tanto de los empleados del área comercial como logística u operacional. Así mismo, proyecta un crecimiento anual de 2,50% de las comisiones del área comercial y sueldos de ambas áreas como se muestra en la tabla 74 a continuación:

Tabla 74 Costos Mano De Obra Directa Año 2020 - 2024

Crecimiento Esperado Unidades	0%	0%	0%	0%	0%
Crecimiento Esperado Dólares	0%	2,50%	2,50%	2,50%	2,50%
Tasa de Comisiones	0%	2,50%	2,50%	2,50%	2,50%
	2020	2021	2022	2023	2024
R.R.H.H (Unidades)					
Vendedor Senior	1	1	1	1	1

Comisión Mensual (US \$)					
Vendedor Senior	\$400	\$410	\$420	\$431	\$442

R.R.H.H (unidades)					
Supervisor de Bodega	1	1	1	1	1
Asistentes de Bodega	3	3	3	3	3
Total	4	4	4	4	4

Sueldo mensual (En US\$)					
Vendedor Senior	\$700	\$718	\$735	\$754	\$773
Supervisor de Bodega	\$600	\$615	\$630	\$646	\$662
Asistente de Bodega	\$500	\$513	\$525	\$538	\$552
Asistente de Bodega	\$500	\$513	\$525	\$538	\$552
Asistente de Bodega	\$500	\$513	\$525	\$538	\$552
Total	\$2.800	\$2.870	\$2.942	\$3.015	\$3.091

4.3.3. Costos Indirectos De Fabricación

Abarca los costos indirectos que forman parte de la comercialización de fármacos que realiza DISGILBERT S.A cuya tasa de crecimiento anual estimada es de 2,50% desde el año 2021 hasta el año 2024 como se dan a conocer en la tabla 75 a continuación:

Tabla 75

Costos Indirectos De Fabricación Año 2020 - 2024

Crecimiento Esperado	0%	2,50%	2,50%	2,50%	2,50%
	2020	2021	2022	2023	2024
Detalle					
Transporte de Mercadería	\$600,00	\$615,00	\$630,38	\$646,13	\$662,29
Correo & Encomiendas	\$80,00	\$82,00	\$84,05	\$86,15	\$88,31
Plan Celular Vendedor	\$480,00	\$492,00	\$504,30	\$516,91	\$529,83
Combustibles & Lubricantes	\$960,00	\$984,00	\$1.008,60	\$1.033,82	\$1.059,66
Seguro	\$720,00	\$738,00	\$756,45	\$775,36	\$794,75
Reparación - Mantenimiento Vehículo	\$500,00	\$512,50	\$525,31	\$538,45	\$551,91
Total CIF	\$3.340,00	\$3.423,50	\$3.509,09	\$3.596,81	\$3.686,74

4.4. Costos Esperados

Los costos totales del primer año serán de \$9.312,70; \$9.783,27 en el segundo año; \$10.472,53 en el tercer año; \$11.523,85 en el cuarto año y

\$12.910,79 en el quinto y último año de proyección como se manifiesta en la tabla 76 a continuación:

Tabla 76
Costos Esperados Año 2020 - 2024

Productos	2020	2021	2022	2023	2024
Cantidades (En Unidades)					
Ácido Tranexámico	1295	1366	1467	1619	1819
Lidocaína Con Epinefrina	750	792	853	944	1062
Lidocaína Sin Epinefrina	7885	8286	8871	9762	10938
Metoclopramida	112471	118099	126372	139015	155703
Sulfato De Magnesio	18528	19461	20829	22916	25670
Total	140928	148004	158392	174256	195192

Costo Unitario (En US\$)					
Ácido Tranexámico	\$0,22	\$0,23	\$0,24	\$0,25	\$0,27
Lidocaína Con Epinefrina	\$0,25	\$0,26	\$0,28	\$0,29	\$0,30
Lidocaína Sin Epinefrina	\$0,22	\$0,23	\$0,24	\$0,25	\$0,27
Metoclopramida	\$0,05	\$0,05	\$0,06	\$0,06	\$0,06
Sulfato De Magnesio	\$0,08	\$0,08	\$0,09	\$0,09	\$0,10

Costos de Compra (En US\$)					
Ácido Tranexámico	\$284,86	\$315,55	\$355,82	\$412,32	\$486,42
Lidocaína Con Epinefrina	\$187,43	\$207,90	\$235,11	\$273,20	\$322,72
Lidocaína Sin Epinefrina	\$1.734,65	\$1.914,07	\$2.151,66	\$2.486,16	\$2.924,95
Metoclopramida	\$5.623,54	\$6.200,20	\$6.966,26	\$8.046,36	\$9.462,90
Sulfato De Magnesio	\$1.482,24	\$1.634,72	\$1.837,12	\$2.122,25	\$2.496,16
Total	\$9.312,70	\$10.272,43	\$11.545,96	\$13.340,30	\$15.693,15

4.5. Presupuesto De Gastos

Dentro de los gastos del presente plan de negocio, hemos tomado en cuenta los siguientes:

- Transporte de Mercadería
- Correo & Encomiendas
- Plan Celular Vendedor
- Combustibles & Lubricantes
- Seguro
- Reparación – Mantenimiento Vehículo

Tabla 77

Gastos Administrativos & De Ventas Proyectados Año 2020 - 2024

Descripción	2020	2021	2022	2023	2024
Transporte de Mercadería	\$600,00	\$615,00	\$630,38	\$646,13	\$662,29
Correo & Encomiendas	\$80,00	\$82,00	\$84,05	\$86,15	\$88,31
Plan Celular Vendedor	\$480,00	\$492,00	\$504,30	\$516,91	\$529,83
Combustibles & Lubricantes	\$960,00	\$984,00	\$1.008,60	\$1.033,82	\$1.059,66
Seguro	\$720,00	\$738,00	\$756,45	\$775,36	\$794,75
Reparación - Mantenimiento Vehículo	\$500,00	\$512,50	\$525,31	\$538,45	\$551,91
Total Gastos Administrativos	\$3.340,00	\$3.423,50	\$3.509,09	\$3.596,81	\$3.686,74

En relación con los gastos de depreciación más amortización, estos corresponden a la inversión total pre-operacional amortizado en 5 años a una tasa del 20% por cada año como se presenta en la tabla 78 a continuación:

Tabla 78

Amortización Inversión Pre-Operativa Año 2020 – 2024

Descripción	Tasas	2020	2021	2022	2023	2024
Total Pre-Operacionales	20%	\$3.279,17	\$3.279,17	\$3.279,17	\$3.279,17	\$3.279,17
Total Gastos Amortizables		\$3.279,17	\$3.279,17	\$3.279,17	\$3.279,17	\$3.279,17
Gastos de Depreciación + Amortización		\$3.279,17	\$3.279,17	\$3.279,17	\$3.279,17	\$3.279,17

4.6. Análisis De Punto De Equilibrio

Con respecto al punto de equilibrio de los cinco fármacos expuestos, las cantidades en las cuales DISGILBERT S.A no gana ni pierde desde el año 2020 hasta el año 2024 se revelan en la tabla 79 a continuación:

Tabla 79
Punto De Equilibrio En Unidades Año 2020 - 2024

Ácido Tranexámico	2020	2021	2022	2023	2024
Precio Unitario (En US\$)	\$2,82	\$2,82	\$2,82	\$2,82	\$2,82
Costo Variable Unitario (En US\$)	\$0,10	\$0,10	\$0,11	\$0,11	\$0,12
Costo Fijo Total (En US\$)	\$156,67	\$173,55	\$195,70	\$226,78	\$267,53
Punto de Equilibrio (unidades - año)	58	64	73	84	100
Punto de Equilibrio (unidades - mes)	5	5	6	7	8

Lidocaína Con Epinefrina	2020	2021	2022	2023	2024
Precio Unitario (En US\$)	\$2,55	\$2,55	\$2,55	\$2,55	\$2,55
Costo Variable Unitario (En US\$)	\$0,11	\$0,12	\$0,12	\$0,13	\$0,14
Costo Fijo Total (En US\$)	\$103,08	\$114,35	\$129,31	\$150,26	\$177,49
Punto de Equilibrio (unidades - año)	43	48	54	63	74
Punto de Equilibrio (unidades - mes)	4	4	5	5	6

Lidocaína Sin Epinefrina	2020	2021	2022	2023	2024
Precio Unitario (En US\$)	\$1,72	\$1,72	\$1,72	\$1,72	\$1,72
Costo Variable Unitario (En US\$)	\$0,10	\$0,10	\$0,11	\$0,11	\$0,12
Costo Fijo Total (En US\$)	\$954,05	\$1.052,74	\$1.183,41	\$1.367,39	\$1.608,72
Punto de Equilibrio (unidades - año)	589	652	735	852	1006
Punto de Equilibrio (unidades - mes)	49	54	61	71	84

Metoclopramida	2020	2021	2022	2023	2024
Precio Unitario (En US\$)	\$0,31	\$0,31	\$0,31	\$0,31	\$0,31
Costo Variable Unitario (En US\$)	\$0,02	\$0,02	\$0,02	\$0,03	\$0,03
Costo Fijo Total (En US\$)	\$3.092,95	\$3.410,11	\$3.831,44	\$4.425,50	\$5.204,59
Punto de Equilibrio (unidades - año)	10759	11908	13435	15586	18414
Punto de Equilibrio (unidades - mes)	897	992	1120	1299	1535

Sulfato De Magnesio	2020	2021	2022	2023	2024
Precio Unitario (En US\$)	\$0,30	\$0,30	\$0,30	\$0,30	\$0,30
Costo Variable Unitario (En US\$)	\$0,04	\$0,04	\$0,04	\$0,04	\$0,04
Costo Fijo Total (En US\$)	\$815,23	\$899,10	\$1.010,41	\$1.167,24	\$1.372,89
Punto de Equilibrio (unidades - año)	3088	3430	3882	4519	5358
Punto de Equilibrio (unidades - mes)	257	286	324	377	447

4.7. Estados Financieros Proyectados

Con respecto al Estado de Situación Financiera, la organización contará en el transcurso de los cinco años proyectados con grandes montos de efectivo crecientes desde el 2020 hasta el 2024. El préstamo bancario por el 40% de la inversión pre-operativa (\$6.558,35) se terminará de cancelar en el año 2024. De igual forma, la organización contará con grandes montos de utilidades retenidas crecientes desde el 2020 hasta el 2024 como se presenta en la tabla 80 a continuación:

Tabla 80

Estado De Situación Financiera Proyectado Año 2020 – 2024

		90	90	90	90	90
		180	180	180	180	180
		0	0	0	0	0
	Pre-Operacional	2020	2021	2022	2023	2024
Política de Crédito						
Política de Inventario						
Política de Pagos						
Activos						
Efectivo	-	\$11.519,59	\$42.921,53	\$75.582,87	\$110.209,32	\$147.811,87
Cuentas por Cobrar	-	\$14.683,36	\$15.428,87	\$16.519,13	\$18.180,71	\$20.372,05
Inventario	-	\$9.312,70	\$10.272,43	\$11.545,96	\$13.340,30	\$15.693,15
Total de Activos Corrientes	-	\$35.515,65	\$68.622,83	\$103.647,96	\$141.730,32	\$183.877,07
Propiedades, Planta y Equipos, neto	-	-	-	-	-	-
Gastos de Constitución de la empresa	\$16.395,86	-	-	-	-	-
Amortización Gastos Preoperacionales	-	\$13.116,69	\$9.837,52	\$6.558,35	\$3.279,17	\$0,00
Total Activos	\$16.395,86	\$48.632,34	\$78.460,35	\$110.206,31	\$145.009,50	\$183.877,07
Pasivos y Patrimonio						
Cuentas por Pagar	-	\$2.800,00	\$2.870,00	\$2.941,75	\$3.015,29	\$3.090,68
Deudas de corto plazo	-	\$1.022,29	\$1.150,00	\$1.293,67	\$1.455,29	\$1.637,10
Total de Pasivos a corto plazo	\$0,00	\$3.822,29	\$4.020,00	\$4.235,42	\$4.470,58	\$4.727,77
Deudas de largo plazo	\$6.558,35	\$5.536,06	\$4.386,06	\$3.092,39	\$1.637,10	\$0,00
Otros pasivos de largo plazo	-	-	-	-	-	-
Total de Pasivos a largo plazo	\$6.558,35	\$5.536,06	\$4.386,06	\$3.092,39	\$1.637,10	\$0,00
Total de Pasivos	\$6.558,35	\$9.358,35	\$8.406,06	\$7.327,81	\$6.107,68	\$4.727,77
Utilidades retenidas		\$29.436,48	\$60.216,77	\$93.040,98	\$129.064,30	\$169.311,78
Capital pagado	\$9.837,52	\$9.837,52	\$9.837,52	\$9.837,52	\$9.837,52	\$9.837,52
Total Pasivos y Patrimonio	\$16.395,86	\$48.632,34	\$78.460,35	\$110.206,31	\$145.009,50	\$183.877,07

Con respecto al Estado de Resultados, se obtuvo un margen bruto con un promedio del 83% durante los cinco años proyectados, mientras que el margen operativo tiene un promedio del 78% y el margen neto un promedio de 49% en los cinco años planificados como se exhibe en la tabla 81 a continuación:

Tabla 81
Estado De Resultados Proyectado Año 2020 – 2024

	Pre-Operacional	2020	2021	2022	2023	2024
Ventas	-	\$59.549,17	\$62.572,63	\$66.994,23	\$73.732,87	\$82.619,97
Costos de Ventas	-	-\$9.312,70	-\$10.272,43	-\$11.545,96	-\$13.340,30	-\$15.693,15
Utilidad Bruta	-	\$50.236,47	\$52.300,20	\$55.448,27	\$60.392,57	\$66.926,82
Gastos Administrativos y de Ventas	-	-\$3.340,00	-\$3.423,50	-\$3.509,09	-\$3.596,81	-\$3.686,74
Utilidad Operativa	-	\$46.896,47	\$48.876,70	\$51.939,18	\$56.795,76	\$63.240,09
Ingresos por Intereses	-	-	-	-	-	-
(Gastos por Intereses)	-	-\$721,60	-\$593,89	-\$450,22	-\$288,60	-\$106,79
Utilidad antes de impuestos	-	\$46.174,87	\$48.282,81	\$51.488,96	\$56.507,16	\$63.133,30
Impuestos a la Renta (Tasa impositiva combinada)	36,25%	-\$16.738,39	-\$17.502,52	-\$18.664,75	-\$20.483,85	-\$22.885,82
Utilidad Neta	-	\$29.436,48	\$30.780,29	\$32.824,21	\$36.023,31	\$40.247,48
<i>Tasa de crecimiento en Ventas (anual)</i>	---	---	5%	7%	10%	12%
<i>Margen Bruto</i>	---	84%	84%	83%	82%	81%
<i>Margen operativo</i>	---	79%	78%	78%	77%	77%
<i>Margen neto</i>	---	49%	49%	49%	49%	49%

Finalmente, el Estado de Flujo de Efectivo define que DISGILBERT S.A. dispondrá inicialmente de \$21.308,50 que en los siguientes años crecerá en un 60% del año 2020 al 2021, un 39% del año 2021 al 2022, un 29% del año 2022 al 2023 y crecerá un 24% del año 2023 al 2024 como se muestra en la tabla 82 a continuación:

Tabla 82
Estado De Flujo De Efectivo Proyectado Año 2020 – 2024

	Pre-Operacional	2020	2021	2022	2023	2024
Efectivo al Inicio del Periodo	-	\$0,00	\$11.519,59	\$42.921,53	\$75.582,87	\$110.209,32
<u>Flujo de Efectivo por Operaciones</u>						
Ingreso Neto	-	\$29.436,48	\$30.780,29	\$32.824,21	\$36.023,31	\$40.247,48
Depreciación		\$3.279,17	\$3.279,17	\$3.279,17	\$3.279,17	\$3.279,17
<u>Cambio en las cuentas del Balance</u>						
(Incremento en Cuentas por Cobrar)		-\$14.683,36	-\$745,51	-\$1.090,26	-\$1.661,58	-\$2.191,34
(Incremento en Inventario)		-\$9.312,70	-\$959,73	-\$1.273,53	-\$1.794,33	-\$2.352,85
Incremento en Cuentas por Pagar		\$2.800,00	\$70,00	\$71,75	\$73,54	\$75,38
Cambio en otros activos y pasivos de largo plazo						
Total Flujo de Efectivo por Operaciones	-	\$11.519,59	\$32.424,22	\$33.811,35	\$35.920,12	\$39.057,84
<u>Flujo de Efectivo por Inversiones</u>						
(Compras Netas de PPE)	-\$16.395,86	-	-	-	-	-
Ventas de Activos Fijos						
Total de Flujo de Efectivo por Inversiones	-\$16.395,86	-	-	-	-	-
<u>Flujo de Efectivo por Financiamientos</u>						
Inversiones de Capital (patrimoniales) obtenidas	\$9.837,52	-	-	-	-	-
Préstamos obtenidos	\$6.558,35	-	-	-	-	-
(Pagos a Deudas)	-	\$0,00	\$1.022,29	\$1.150,00	\$1.293,67	\$1.455,29
Total Flujo de Caja por Financiamientos	\$16.395,86	\$0,00	-\$1.022,29	-\$1.150,00	-\$1.293,67	-\$1.455,29
Total incremento (disminución en el Flujo de Caja)	-	\$11.519,59	\$31.401,94	\$32.661,35	\$34.626,44	\$37.602,56
Efectivo al Final del Periodo	-	\$11.519,59	\$42.921,53	\$75.582,87	\$110.209,32	\$147.811,87

4.8. Factibilidad Financiera

4.8.1. Análisis de Ratios

A fin de evaluar continuamente el éxito del proyecto se estudiaron distintos indicadores financieros como la razón corriente, que determino un promedio de 24,29 por los cinco años proyectados. Esto quiere decir que la empresa por cada dólar del pasivo corriente, cuenta con \$24,29 para cancelar los pasivos a corto plazo.

Mientras tanto, el capital de trabajo corresponde a la capacidad que DISGILBERT S.A. tendrá en el tiempo del proyecto para cubrir sus operaciones de corto plazo, el mismo que se mantiene positivo con tendencia al alza. En referencia a la prueba ácida, se obtuvo un promedio de \$21,48. Esto significa que la empresa transforma prontamente sus cuentas por cobrar en efectivo facultándole cancelar sus obligaciones financieras.

Con respecto al ciclo de efectivo se evidencia un valor estático de 270 días, mientras que la razón de endeudamiento es ínfima a 0,5, dado que la mayor parte de sus activos se financian a través de aportes de capital por los accionistas y las utilidades retenidas al final de cada año proyectado.

Por otra parte, el ROE nos indica el rendimiento del capital invertido por los accionistas, y tiene un promedio de 40% durante todo el proyecto, el ROI de DISGILBERT S.A. es positivo y nos indica que en relación a la inversión realizada la utilidad es en promedio 933% y para culminar el ROA tiene un promedio de 35%, es decir que en relación con los activos se tendrá un beneficio significativo.

Dicho lo anterior, en la tabla 83 a continuación se presentan los indicadores financieros descritos con sus resultados desde el año 2020 hasta el año 2024:

Tabla 83

Estado De Flujo De Efectivo Proyectado Año 2020 – 2024

	2020	2021	2022	2023	2024
Razón Corriente	9,29	17,07	24,47	31,70	38,89
Capital de Trabajo	\$31.693,36	\$64.602,83	\$99.412,54	\$137.259,74	\$179.149,29
Prueba Ácida	6,86	14,52	21,75	28,72	35,57
Ciclo de Efectivo	270,00	270,00	270,00	270,00	270,00
Razón de Endeudamiento	0,19	0,11	0,07	0,04	0,03
ROE	75%	44%	32%	26%	22%
ROI	798%	839%	901%	999%	1127%
ROA	61%	39%	30%	25%	22%

4.8.2. Evaluación Económica Del Proyecto

Acorde a todos los datos e indicadores analizados, la valoración del proyecto es alentadora y se estima un valor de salvamento nulo. Cabe recalcar que la deuda contraída por la inversión pre-operacional decrecerá un 70% en el primer año de operación. A partir del segundo año de operación, la empresa comenzará a obtener ganancias por la suma de \$26.525,66 y desde el tercer año hasta el quinto año de operación estimados las utilidades crecerán un 55% del año 2021 al 2022, un 37% del año 2022 al 2023 y un 29% del año 2023 al 2024.

La obtención del 124% en el TIR nos constata la alta rentabilidad del proyecto y a su vez que el VAN sea de \$31.687,19 confirma los resultados esperados del mismo como se demuestran en la tabla 84 a continuación:

Tabla 84

Evaluación Económica Del Proyecto

	Pre-Operacional	2020	2021	2022	2023	2024
Flujos de caja	-\$16.395,86	\$21.308,50	\$31.898,94	\$33.388,18	\$35.734,17	\$39.063,45
Flujo de caja acumulado		\$4.912,63	\$36.811,58	\$70.199,76	\$105.933,93	\$144.997,38
Valor de Salvamento						\$0,00
Flujo de caja acumulado + Valor de Salvamento	-\$16.395,86	\$4.912,63	\$36.811,58	\$70.199,76	\$105.933,93	\$144.997,38
Tasa de Descuento		34%				
VAN		\$38.061,99				
TIR		156%				
Año de recuperación		2020				

CAPÍTULO V

RESPONSABILIDAD SOCIAL

7.1. Base Legal

Por lo que se refiere a la estructura legal de Gilbert Global Business S.A. DISGILBERT se encuentra constituida y registrada en su Registro Único de Contribuyentes Sociedades (2018) como una organización cuya actividad económica principal es la “venta al por mayor de productos farmacéuticos y medicinales” (p. 1) para lo cual también requiere contar con los pertinentes permisos Municipales como el de Funcionamiento y del Cuerpo de Bomberos

Por otro lado, para el correcto desarrollo de las operaciones de DISGILBERT S.A. se necesitan los siguientes certificados:

- Buenas Prácticas de Almacenamiento, Transporte y Distribución o BPADT
- Distribución y Venta de Productos Controlados

El Certificado Buenas Prácticas de Almacenamiento, Distribución y Transporte (2017) faculta a los establecimientos farmacéuticos a “almacenar, distribuir y transportar productos que requieren temperatura de refrigeración de 2 - 8°C como los medicamentos en general y biológicos” (p. 1) junto con los “productos que requieren temperatura ambiente (no mayor a 30°C) como los medicamentos en general, biológicos y dispositivos médicos” (p. 1) por el período de 3 años.

Hay que mencionar, además que para solicitar la obtención, renovación o ampliación del certificado BPADT se deben presentar los siguientes documentos a la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria o ARCSA:

- Formulario de Solicitud de Certificación de Buenas Prácticas de Almacenamiento, Distribución y Transporte para Establecimientos Farmacéuticos, dirigida a la Dirección Técnica de Buenas Prácticas y Permisos, suscrita por el representante legal y el responsable técnico del establecimiento
- Guía de Verificación de Buenas Prácticas de Almacenamiento, Distribución y Transporte debidamente llenada en lo que corresponda a las condiciones de la empresa, declarando de manera expresa su veracidad con la firma del profesional responsable del Establecimiento Farmacéutico
- Formato de Lista de productos que Almacena, Distribuye y/o Transporta el establecimiento

(Requisitos Para La Obtención, Renovación, Ampliación Del Certificado De Buenas Prácticas De Almacenamiento, Distribución Y Transporte Para Establecimientos Farmacéuticos, 2017, p. 4)

Por otra parte, el Certificado Distribución-Venta Productos Controlados (2019) autoriza a los establecimientos farmacéuticos a comercializar o distribuir sustancias controladas o fiscalizadas por el período de un año (p. 1).

En vista que DISGILBERT S.A. no está regulado bajo leyes o certificaciones de carácter medio ambiental, damos paso a los beneficiarios directos e indirectos.

7.2. Beneficiarios Directos E Indirectos

De acuerdo con el Plan Nacional Para El Buen Vivir (2017) sus objetivos nacionales se resumen en tres ejes:

1. Derechos para todos durante toda la vida

2. Economía al servicio de la sociedad

3. Mas sociedad, mejor estado

Puesto que DISGILBERT S.A. busca comercializar y distribuir el ácido tranexámico, la lidocaína con epinefrina, la lidocaína sin epinefrina, la metoclopramida y el sulfato de magnesio en presentación genérica dentro de 12 hospitales y 6 clínicas de la ciudad de Guayaquil, el mismo se ajusta en el segundo eje llamado *Economía al servicio de la sociedad*, centrado específicamente en el objetivo no. 5 que procura *impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sustentable de manera redistributiva y solidaria*.

Dicho lo anterior, DISGILBERT S.A. plantea esta estrategia con la meta de incrementar las ventas de la compañía, acrecentar su participación en el mercado farmacéutico y que la organización obtenga mayor independencia al momento adquirir medicamentos por parte de sus proveedores y vender los fármacos bajo sus condiciones.

A su vez, aspira beneficiar directamente a las instituciones de la salud encuestadas en el trabajo de investigación en discusión al adquirir cualquiera de los cinco fármacos expuestos en el primer capítulo. Además, los accionistas de la distribuidora farmacéutica son de igual forma beneficiarios directos en vista de que la puesta en práctica del presente trabajo les permitirá obtener mayores utilidades netas y capital para reinvertir en la propia compañía.

Además, ansia beneficiar indirectamente a los pacientes de las 18 instituciones encuestadas que requieran cualquiera de los cinco fármacos expuestos en el primer capítulo.

Por todo esto, DISGILBERT S.A. aporta a la sociedad creando una nueva fuente de oferta del ácido tranexámico, la lidocaína con epinefrina, la lidocaína sin epinefrina, la metoclopramida y el sulfato de magnesio para el mercado farmacéutico ecuatoriano, brindando una rápida atención a las necesidades de sus clientes y satisfaciendo así la demanda local y

posteriormente nacional mediante la distribución de los cinco fármacos mencionados previamente.

7.3. Políticas De Responsabilidad Corporativa

A fin de brindar una adecuada responsabilidad corporativa a los demás ciudadanos de la ciudad de Guayaquil, se deben implementar las siguientes responsabilidades éticas:

- Supervisar la gestión de recursos y residuos
- Controlar la eficiencia energética de la organización
- Manejar un adecuado empleo o uso del agua
- Cumplir con severidad las leyes, reglamentos, normas y costumbres impuestas tanto por el Estado como por el Gobierno Autónomo Descentralizado o GAD.

CONCLUSIONES

DISGILBERT S.A. comenzó sus actividades el 30 de noviembre del 2005 en la ciudad de Guayaquil por el Q.F Guillermo Eduardo Gilbert Bambino y la Lcda. Yahel Auxiliadora Gilbert Bambino, donde actualmente es una empresa pequeña cuya facturación se asimila a la de una empresa de carácter mediano. En el expuesto plan de negocio demostramos que la introducción de una línea propia de fármacos puede incrementar las ventas y rentabilidad de la compañía, acrecentar su participación en el mercado farmacéutico y que DISGILBERT S.A. obtenga mayor independencia al momento adquirir medicamentos por parte de sus proveedores y vender los fármacos bajo sus condiciones.

En conclusión, con los resultados obtenidos de la encuesta realizada a las 18 instituciones de la salud de la ciudad de Guayaquil, se cumple el primer objetivo específico del presente plan de negocio. Hay que mencionar, además que el análisis macroentorno nos propició las oportunidades y amenazas influyentes en el accionar de DISGILBERT S.A. junto con las fortalezas y debilidades de su competencia en el mercado farmacéutico; mientras que el análisis microentorno nos otorgó las fortalezas a mantener y las debilidades a corregir por parte de la organización en discusión junto con las oportunidades a explotar y amenazas a afrontar identificadas y extraídas del análisis PEST, que es parte del análisis macroentorno ratificando así un favorable porvenir para el presente trabajo de investigación.

En segunda instancia, con el 15% de la potencial demanda a atender el próximo año, se lleva a cabo el segundo objetivo específico del presente plan de negocio. Por otra parte, los presupuestos de venta en unidades y dólares estimados para el 2020 se alinean con los resultados obtenidos de la encuesta realizada correspondiente a la frecuencia y promedio de compra del ácido tranexámico, la lidocaína con epinefrina, la lidocaína sin epinefrina, la metoclopramida y el sulfato de magnesio. De igual modo, nos proporcionó la sectorización de los hospitales y clínicas encuestados, el número de visitas y rutas a efectuar a cada responsable del área de compras de las instituciones

de la salud descritas en el tercer capítulo y la participación porcentual de los hospitales y clínicas a cubrir junto con la demanda en unidades y venta en dólares de cada uno de los cinco medicamentos.

Después, la evaluación económica del proyecto dio como resultado una tasa de descuento de los flujos de caja futuros de 34%, un valor actual neto (VAN) de \$31.687,19; una tasa interna de retorno (TIR) de 124% y el 2021 como año de recuperación de la inversión del proyecto, cumpliendo así el tercer objetivo específico del presente plan de negocio. En efecto, el proyecto en discusión arroja un creciente flujo de efectivo en los cinco años de proyección dado los bajos costos de venta y pasivos que convierten a este plan de negocio en una inversión muy atractiva y altamente beneficiosa.

Finalmente, queda en evidencia que DISGILBERT S.A. cumple con todas sus obligaciones legales para poder comercializar y distribuir medicinas e insumos médicos evitando así sanciones legales y económicas y a su vez prestar sus servicios a los demás establecimientos farmacéuticos que no cuenten con certificaciones como las Buenas Prácticas de Almacenamiento, Distribución y Transporte (BPADT) con el objetivo que los terceros puedan proveer medicamentos o dispositivos médicos. Al mismo tiempo, el proyecto en discusión ha sido diseñado en beneficio directo de las instituciones de la salud encuestadas y los accionistas de la organización e indirecto para los pacientes o consumidores finales que requieran del ácido tranexámico, la lidocaína con epinefrina, la lidocaína sin epinefrina, la metoclopramida y el sulfato de magnesio.

RECOMENDACIONES

- Iniciar la construcción de las nuevas y espaciosas oficinas y bodegas en el terreno adquirido el año pasado una vez se obtenga el respectivo permiso de construcción del Municipio de Guayaquil.
- Trasladar las operaciones de DISGILBERT S.A. una vez terminada la construcción de sus nuevas oficinas y bodegas.
- Solicitar autorización a los actuales proveedores de DISGILBERT S.A. y a su proveedor internacional para exponer imágenes de los diversos medicamentos e insumos que comercializa y distribuye en su futura cuenta empresarial en la red social Instagram.
- Emplear los servicios de un community manager que administre y actualice el contenido de la cuenta empresarial de DISGILBERT S.A. en la red social Instagram.
- Contratar los servicios de un operador logístico con gran experticia en la importación de medicamentos.
- Evaluar y dar seguimiento mensual principalmente en el primer año a la venta de los cinco fármacos expuestos.
- Demandar mayores volúmenes del ácido tranexámico, lidocaína con epinefrina, lidocaína sin epinefrina, metoclopramida y sulfato de magnesio antes de culminar el primer trimestre del año 2020 solo si las ventas superan el presupuesto semestral del mismo año.
- Proyectar la venta de los fármacos a nivel nacional.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AIMFA, A. (2017, noviembre 7). QuintilesIMS es ahora IQVIA. Recuperado 1 de junio de 2019, de Agrupación de Investigación y Marketing Farmacéutico website: <https://www.aimfa.es/quintilesims-ahora-iqvia/>
- Anuario de Estadísticas Hospitalarias: Egresos y Camas 2014.* (s. f.).
- ARCOSA - Supervisión De Destrucción Y Eliminación De Medicamentos Y Productos En Investigación.* (s. f.).
- Certificado Buenas Prácticas de Almacenamiento, Distribución y Transporte Disgilbert S.A.* (s. f.).
- Certificado Distribucion-Venta Productos Controlados 2019.* (s. f.).
- Chacón Cantos, J. S. (2017). Impacto De Un Modelo De Calidad En El Desempeño Hospitalario. Caso Hospital Del Niño Dr. Francisco Icaza Bustamante (HNFIB). *3C Empresa: Investigación y pensamiento crítico*, 6(1), 37-53. <https://doi.org/10.17993/3cemp.2017.060129.37-53>
- Clínica Alcívar. (2019). Servicios Médicos. Recuperado 22 de junio de 2019, de Hospital Alcívar website: <https://hospitalalcivar.com/servicio/>
- Clínica San Francisco. (2018). HospitalizacionHCSF. Recuperado 22 de junio de 2019, de Hospital Clínica San Francisco website: <https://www.hospitalsanfrancisco.com.ec/hospitalizacion.html>
- ¿Cómo Crecerá La Población En Ecuador?* (s. f.). Recuperado de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Poblacion_y_Demografia/Proyecciones_Poblacionales/presentacion.pdf
- Corvo, T. S. (2018, mayo 11). Análisis Pesta: Para Qué Sirve, Cómo Hacerlo y Ejemplo. Recuperado 18 de mayo de 2019, de Lifeder website: <https://www.lifeder.com/analisis-pesta/>

Cristina Cuenca. (2015). *Hospital Abel Gilbert*. 11.

debitoor. (2019). Benchmarking—¿Qué es el benchmarking? Recuperado 9 de junio de 2019, de Debitoor website: <https://debitoor.es/glosario/definicion-de-benchmarking>

EAE Business School. (2019). Análisis DAFO: ¿Qué es y para qué sirve? - EAE. Recuperado 1 de junio de 2019, de EAE Business School website: <https://www.eaeprogramas.es/internacionalizacion/analisis-dafo-que-es-y-para-que-sirve>

Econ. Julio Jose Prado, PhD, Econ. Juan Pablo Erraez, Econ. Daniel Godoy, Econ. Ivonne Cilio, & Econ. Nicole Granizo. (2019). DataLab Asobanca. Recuperado 18 de mayo de 2019, de DataLab asobanca website: <https://datalab.asobanca.org.ec/datalab/resources/site/index.html?QlikTicket=hEyZYkINOqGVXbhl#>

El Universo. (2017, marzo 31). Hospital Del IESS En Los Ceibos Funciona Y En Una Semana Habrá Servicio Total. Recuperado 5 de julio de 2019, de El Universo website: <https://www.eluniverso.com/noticias/2017/03/31/nota/6116749/hospital-iess-funciona-semana-servicio-total>

El Universo. (2019, febrero 25). Ecuador Creció En Importaciones Y Exportaciones En El 2018. Recuperado 17 de junio de 2019, de El Universo website: <https://www.eluniverso.com/noticias/2019/02/25/nota/7208234/ecuador-crecio-importaciones-exportaciones-2018>

ESAN Graduate School of Business. (2017, julio 20). ¿Qué es un mapa estratégico y qué utilidad tiene en la organización? Recuperado 6 de junio de 2019, de Conexionesan website: <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2017/07/que-es-un-mapa-estrategico-y-que-utilidad-tiene-en-la-organizacion/>

Estudio De Mercado Sector Farmacéutico Ecuatoriano. (s. f.). Recuperado de <http://www.scpm.gob.ec/sitio/wp-content/uploads/2019/01/Estudio-de-mercado-en-el-sector-farmaceutico.pdf>

Experto GestioPolis.com. (2002, noviembre 25). ¿Qué es un perfil del consumidor? - GestioPolis. Recuperado 1 de junio de 2019, de GestioPolis website: <https://www.gestiopolis.com/que-es-un-perfil-del-consumidor/>

FRESENIUS KABI - Posología Lidocaina Sin Epinefrina 2% Ampolla.pdf. (s. f.).

Gomez Zorrilla-Sanjuan, J. M. (2015, julio 6). Herramientas claves Plan de Marketing (II): Análisis Porter o matriz Porter. Recuperado 31 de mayo de 2019, de LACULTURADELMARKETING website: <https://laculturadelmarketing.com/herramientas-claves-en-un-plan-de-marketing-ii-5-fuerzas-de-porter/>

Grupo Hospitalario Kennedy. (s. f.).

Heredia, V. (2018, septiembre 26). La calidad de los medicamentos genéricos vuelve al debate. Recuperado 26 de mayo de 2019, de El Comercio website: <https://www.elcomercio.com/actualidad/calidad-medicamentosgenericos-debate-codigosalud-ecuador.html>

Hospital León Becerra de Guayaquil. (s. f.).

Ing. M.D.E. Jorge Alvarez C. (2010, diciembre). *Gestion de Ventas.* Educación. Recuperado de <https://es.slideshare.net/jorgealvarezw/gestion-de-ventas>

IQVIA. (2019). Welcome to IQVIA - A New Path to Your Success Via Human Data Science. Recuperado 1 de febrero de 2019, de IQVIA website: <https://www.iqvia.com/>

Junta De Beneficencia. (2019). Investigación. Recuperado 21 de junio de 2019, de Hospital Luis Vernaza website:

<https://www.hospitalvernaza.med.ec/docencia-investigacion/investigacion>

Junta De Beneficencia De Guayaquil. (2016, agosto 16). Este viernes, abre sus puertas el nuevo Hospital de la Mujer “Alfredo G. Paulson” de la JBG. Recuperado 21 de junio de 2019, de Hospital Alfredo G. Paulson website: <https://www.juntadebeneficencia.org.ec/home/3014-este-viernes-abre-sus-puertas-el-nuevo-hospital-de-la-mujer-alfredo-g-paulson-de-la-jbg>

Junta De Beneficencia De Guayaquil. (2019). Nuestro Hospital. Recuperado 21 de junio de 2019, de Hospital De Niños Dr. Roberto Gilbert E. website: <https://www.hospitalrobertogilbert.med.ec/nuestro-hospital>

Kennedy, G. H. (2014, diciembre 12). Samborondón. Recuperado 22 de junio de 2019, de Grupo Hospitalario Kennedy website: <http://www.hospikennedy.med.ec/sedes/hck-samborondon/>

Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Dirección de Marketing*. Recuperado de <https://books.google.com.ec/books?id=CoHT8SmJVDQC&pg=PA38&dq=cadena+de+valor+michael+porter&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwi337fXucLiAhVBwVkkHa1IAPIQ6AEIQTAE#v=onepage&q=cadena%20de%20valor%20michael%20porter&f=false>

Ley de Régimen Tributario Interno del Ecuador. (s. f.).

Ministerio de Salud Pública. (2017, enero 17). Se Inaugurará Hospital de 474 Camas en el Guasmo Sur de Guayaquil. Recuperado 5 de julio de 2019, de Ministerio de Salud Pública website: <https://www.salud.gob.ec/se-inaugurara-hospital-de-474-camas-en-el-guasma-sur-de-guayaquil/>

Ministerio de Salud Pública. (2018, diciembre 12). Hospital de Infectología al Servicio de la Comunidad. Recuperado 5 de julio de 2019, de Hospital de Infectología Dr. José Daniel Rodríguez Maridueña website:

<http://hospital-infectologia.gob.ec/index.php/sala-de-prensa/noticias/55-noticias/331-hospital-de-infectologia-al-servicio-de-la-comunidad>

Ochoa, C. (2015, marzo 29). Muestreo no probabilístico: Muestreo por conveniencia. Recuperado 15 de mayo de 2019, de <https://www.netquest.com/blog/es/blog/es/muestreo-por-conveniencia>

Omnihospital. (2019). Servicios Hospitalarios. Recuperado 22 de junio de 2019, de Omni Hospital website: <https://omnihospital.ec/servicios-hospitalarios/>

Oxford College Of Marketing. (2016, agosto 1). Using The Ansoff Matrix to Develop Marketing Strategy. Recuperado 5 de junio de 2019, de Oxford College of Marketing Blog website: <https://blog.oxfordcollegeofmarketing.com/2016/08/01/using-ansoff-matrix-develop-marketing-strategy/>

Palacio Nacional de Quito. *Reglamento Para La Fijación De Precios De Medicamentos De Uso Y Consumo Humano.* , (2014).

Paredes B, K. (2016, junio 25). La población adulta mayor crecerá 34% a partir de 2020. Recuperado 19 de mayo de 2019, de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/palabra/1/la-poblacion-adulta-mayor-crecera-34-a-partir-de-2020>

Plan Nacional Para El Buen Vivir. (s. f.). Recuperado de <https://www.gobiernoelectronico.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/09/Plan-Nacional-para-el-Buen-Vivir-2017-2021.pdf>

Posología Lidocaína con Epinefrina Solución Inyectable 2% Ampolla 20ml.pdf. (s. f.).

Posología Sulfato de Magnesio. (s. f.). Recuperado de http://pediamecum.es/wp-content/farmacos/Sulfato_de_magnesio.pdf

REQUISITOS PARA LA OBTENCIÓN, RENOVACIÓN, AMPLIACIÓN DEL CERTIFICADO DE BUENAS PRÁCTICAS DE ALMACENAMIENTO, DISTRIBUCIÓN Y TRANSPORTE PARA ESTABLECIMIENTOS FARMACÉUTICOS. (s. f.). Recuperado de https://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/07/IE-B.3.1.7-EST-05_IE-Obtencion-Certificado-BPA-BPD-BPT.pdf

Roldán, P. N. (2017, junio 29). Matriz de Ansoff—Definición, qué es y concepto. Recuperado 5 de junio de 2019, de Economipedia website: <https://economipedia.com/definiciones/matriz-de-ansoff.html>

RUC Actualizado 02-Ene-2018 Disgilbert S.A. (s. f.).

Servicio Nacional De Contratación Pública. (2019). Subasta Inversa Corporativa De Medicamentos. Recuperado 1 de julio de 2019, de SERCOP website: <http://porta.compraspublicas.gob.ec/>

SITUACIÓN DE MEDICAMENTOS ESENCIALES CON RIESGO DE DESABASTECIMIENTO CON ÉNFASIS EN LOS PAÍSES SURAMERICANOS. (s. f.). Recuperado de <http://isags-unasur.org/wp-content/uploads/2018/05/tdr-1-10052018.pdf>

Sociedad Estadounidense de Farmacéuticos del Sistema de Salud. (2017, enero 15). Ácido tranexámico: MedlinePlus medicinas. Recuperado 7 de septiembre de 2019, de Medline Plus website: <https://medlineplus.gov/spanish/druginfo/meds/a612021-es.html>

Sociedad Estadounidense de Farmacéuticos del Sistema de Salud. (2018, octubre 15). Metoclopramida inyectable: MedlinePlus medicinas. Recuperado 13 de mayo de 2019, de Medline Plus website: <https://medlineplus.gov/spanish/druginfo/meds/a601158-es.html>

SOLCA. (2019). Dotación Física—SOLCA. Recuperado 21 de junio de 2019, de Sociedad De Lucha Contra El Cáncer SOLCA website: <https://www.solca.med.ec/nuestro-equipo/dotacion-fisica/>

Telégrafo, E. (2014, julio 19). Reglamento para fijación de precios de medicamentos se aplicará desde septiembre. Recuperado 18 de mayo de 2019, de El Telégrafo website: <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/informacion/1/reglamento-para-fijacion-de-precios-de-medicamentos-se-aplicara-desde-septiembre>

Tomalá Burgos, V. Á. (2009). *Aplicación De Las Normas Iso 14001 De Las Aguas Y Desechos Originados En El Hospital Universitario* (De Guayaquil. Facultad De Ingeniería Industrial). Recuperado de <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/4476/1/3799.TOMALA%2520BURGOS%2520VICTOR.pdf>

APÉNDICE

Gilbert Global Business S.A.

DISGILBERT

Representación y Comercialización de Medicinas e Insumos

Guayaquil, 1 de Marzo del 2019

Lcda.
Magaly Garcés Silva
Coordinadora de Trabajos de Titulación
Carrera de Comercio
Universidad Católica de Santiago de Guayaquil
Ciudad

De mi consideración:

Yo, Guillermo Eduardo Gilbert Bambino con cédula #0910337906, como Gerente General de Gilbert Global Business S.A. DISGILBERT autorizo al señor Guillermo André Gilbert Chung Sang con cédula #0923619357 para el desarrollo del "Plan de negocio para comercializar medicamentos genéricos distribuidos por la empresa DISGILBERT S.A. a los hospitales y clínicas de Guayaquil para el año 2020." como trabajo de titulación de la Carrera de Comercio de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

Atentamente,



GILBERT GLOBAL BUSINESS S.A.
RUC. 0992432926004

Q.F. Guillermo Gilbert Bambino
Gerente General

Cdla. Samanes 1 Mz 137 Villa 6

Telf: 042-212626

e-mail: gilbertglobalbusiness@yahoo.com; ggilbert@disgilbert.com

Guayaquil - Ecuador

Gilbert Global Business S.A.

DISGILBERT

Representación y Comercialización de Medicinas e Insumos

Guayaquil, 7 de Marzo del 2019

Lcda.

Magaly Garcés Silva

Coordinadora de Trabajos de Titulación

Carrera de Comercio

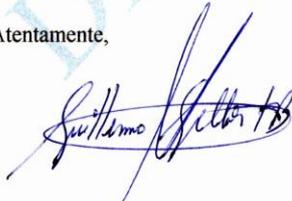
Universidad Católica de Santiago de Guayaquil

Ciudad

De mi consideración:

Yo, Guillermo Eduardo Gilbert Bambino con cédula #0910337906, como Gerente General de Gilbert Global Business S.A. DISGILBERT autorizo a la señorita Andrea Patricia Sellán Deleg con cédula #0918761008 para el desarrollo del "Plan de negocio para comercializar medicamentos genéricos distribuidos por la empresa DISGILBERT S.A. a los hospitales y clínicas de Guayaquil para el año 2020." como trabajo de titulación de la Carrera de Comercio de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

Atentamente,



Q.F. Guillermo Gilbert Bambino

Gerente General

GILBERT GLOBAL BUSINESS S.A.
RUC: 0992432926001

Cdla. Samanes 1 Mz 137 Villa 6

Telf: 042-212626

e-mail: gilbertglobalbusiness@yahoo.com; ggilbert@disgilbert.com

Guayaquil - Ecuador



**REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES
SOCIEDADES**



NÚMERO RUC: 0992432926001
RAZÓN SOCIAL: GILBERT GLOBAL BUSINESS S. A. DISGILBERT

NOMBRE COMERCIAL: DISGILBERT
REPRESENTANTE LEGAL: GILBERT BAMBINO GUILLERMO EDUARDO
CONTADOR: RAMIREZ JAIME EDISON XAVIER
CLASE CONTRIBUYENTE: OTROS
CALIFICACIÓN ARTESANAL: S/N
OBLIGADO LLEVAR CONTABILIDAD: SI
NÚMERO: S/N

FEC. NACIMIENTO:
FEC. INSCRIPCIÓN: 19/12/2005
FEC. SUSPENSIÓN DEFINITIVA:
FEC. INICIO ACTIVIDADES: 30/11/2005
FEC. ACTUALIZACIÓN: 02/01/2018
FEC. REINICIO ACTIVIDADES:

ACTIVIDAD ECONÓMICA PRINCIPAL

VENTA AL POR MAYOR DE PRODUCTOS FARMACEUTICOS Y MEDICINALES

DOMICILIO TRIBUTARIO

Provincia: GUAYAS Canton: GUAYAQUIL Parroquia: TARQUI Ciudadela: SAMANES 1 Numero: SOLAR 6 Manzana: 137 Referencia ubicacion: A RES CUADRAS DEL COLEGIO LICEO LOS ANDES Telefono Trabajo: 042212626 Telefono Trabajo: 042210041 Fax: 042212626 Email: gilbertglobalbusiness@yahoo.com Celular: 0999911926

DOMICILIO ESPECIAL

SN

OBLIGACIONES TRIBUTARIAS

- * ANEXO ACCIONISTAS, PARTICIPES, SOCIOS, MIEMBROS DEL DIRECTORIO Y ADMINISTRADORES
- * ANEXO DE DIVIDENDOS, UTILIDADES O BENEFICIOS - ADI
- * ANEXO RELACION DEPENDENCIA
- * ANEXO TRANSACCIONAL SIMPLIFICADO
- * DECLARACIÓN DE IMPUESTO A LA RENTA, SOCIEDADES
- * DECLARACIÓN DE RETENCIONES EN LA FUENTE
- * DECLARACIÓN MENSUAL DE IVA

*Son derechos de los contribuyentes: Derechos de trato y confidencialidad, Derechos de asistencia o colaboración, Derechos económicos, Derechos de información, Derechos procedimentales; para mayor información consulte en www.sri.gob.ec.
Las personas naturales cuyo capital, ingresos anuales o costos y gastos anuales sean superiores a los límites establecidos en el Reglamento para la aplicación de la ley de régimen tributario interno están obligados a llevar contabilidad, convirtiéndose en agentes de retención, no podrán acogerse al Régimen Simplificado (RISE) y sus declaraciones de IVA deberán ser presentadas de manera mensual.
Recuerde que sus declaraciones de IVA podrán presentarse de manera semestral siempre y cuando no se encuentre obligado a llevar contabilidad, transfiera bienes o preste servicios únicamente con tarifa 0% de IVA y/o sus ventas con tarifa diferente de 0% sean objeto de retención del 100% de IVA.*

DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS

# DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS	1	ABIERTOS	1
JURISDICCIÓN	\ZONA 8\ GUAYAS	CERRADOS	0



Código: RIMRUC2018000003196
Fecha: 02/01/2018 12:52:02 PM



**REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES
SOCIEDADES**



NÚMERO RUC:

0992432926001

RAZÓN SOCIAL:

GILBERT GLOBAL BUSINESS S. A. DISGILBERT

ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS

No. ESTABLECIMIENTO: 001 Estado: ABIERTO - MATRIZ FEC. INICIO ACT.: 30/11/2005
NOMBRE COMERCIAL: DISGILBERT FEC. CIERRE: FEC. REINICIO:

ACTIVIDAD ECONÓMICA:

VENTA AL POR MAYOR DE PRODUCTOS FARMACEUTICOS Y MEDICINALES

DIRECCIÓN ESTABLECIMIENTO:

Provincia: GUAYAS Canton: GUAYAQUIL Parroquia: TARQUI Ciudadela: SAMANES 1 Numero: SOLAR 6 Referencia: A RES CUADRAS DEL COLEGIO LICEO LOS ANDES Manzana: 137 Telefono Trabajo: 042212626 Telefono Trabajo: 042210041 Fax: 042212626 Email: gilbertglobalbusiness@yahoo.com Celular: 0999911926



Código: RIMRUC2018000003196

Fecha: 02/01/2018 12:52:02 PM



Ministerio
de Salud Pública

Agencia Nacional de Regulación, Control
y Vigilancia Sanitaria - ARCSA



REPÚBLICA DEL ECUADOR

N° 0008382

Agencia Nacional de Regulación, Control
y Vigilancia Sanitaria - ARCSA

**CERTIFICADO DE BUENAS PRÁCTICAS DE ALMACENAMIENTO, DISTRIBUCIÓN Y
TRANSPORTE PARA ESTABLECIMIENTOS FARMACÉUTICOS**

ESTABLECIMIENTO FARMACÉUTICO: GILBERT GLOBAL BUSINESS S. A. DISGILBERT.

El establecimiento aplica las normas de Buenas Prácticas de Almacenamiento, Distribución y Transporte establecidas en el Ecuador, elaboradas de conformidad con el Acuerdo Ministerial 00004872 publicado en Suplemento del Registro Oficial Nro. 260 el 04 de junio del 2014, y en su última modificación el 30 de noviembre de 2016, está sujeto a inspecciones periódicas para verificar el cumplimiento de dichas normas.

ALMACENAR: Productos que requieren temperatura de refrigeración de 2 - 8°C: Medicamentos en general, Medicamentos Biológicos; **Productos que requieren temperatura ambiente (no mayor a 30°C):** Medicamentos en general, Medicamentos Biológicos, Dispositivos médicos.

DISTRIBUIR: Productos que requieren temperatura de refrigeración de 2 - 8°C: Medicamentos en general, Medicamentos Biológicos; **Productos que requieren temperatura ambiente (no mayor a 30°C):** Medicamentos en general, Medicamentos Biológicos, Dispositivos médicos.

TRANSPORTAR: Productos que requieren temperatura de refrigeración de 2 - 8°C: Medicamentos en general, Medicamentos Biológicos; **Productos que requieren temperatura ambiente (no mayor a 30°C):** Medicamentos en general, Medicamentos Biológicos, Dispositivos médicos.

VEHICULOS CERTIFICADOS (PLACA VEHICULAR): Productos que requieren temperatura de refrigeración de 2 - 8°C: GSN-6523; **Productos que requieren temperatura ambiente (no mayor a 30°C):** GSN-6523.

CERTIFICADO N°:	BPADT-EF-062-2017
PERMISO DE FUNCIONAMIENTO:	ARCSA-2017-2-8-0000211
RESPONSABLE TÉCNICO:	Guillermo Eduardo Gilbert Bambino
RESPONSABLE LEGAL:	Guillermo Eduardo Gilbert Bambino
PROVINCIA: Guayas	CANTÓN: Guayaquil
PARROQUIA: Tarqui	DIRECCIÓN: Cda. Samanes 1 Mz. 137 SI.6
ESTABLECIMIENTO: 001	

FECHA DE EMISIÓN: 17 de agosto de 2017 **VALIDO HASTA:** 17 de agosto de 2020

Guayaquil, 17/08/2017, se emite certificado por obtención de BPA, D y T.

DR. LUIS ALBERTO MONTEVERDE RODRIGUEZ
COORDINADOR GENERAL TÉCNICO DE CERTIFICACIONES
AGENCIA NACIONAL DE REGULACIÓN, CONTROL Y VIGILANCIA SANITARIA
J.O.





GUAYAQUIL, 11 de Enero del 2019

De conformidad con el Art 25 del REGLAMENTO GENERAL A LA LEY ORGANICA DE PREVENCIÓN INTEGRAL DEL FENÓMENO SOCIO ECONOMICO DE LAS DROGAS Y DE REGULACION Y CONTROL DEL USO DE SUSTANCIAS CATALOGADAS SUJETAS A FISCALIZACIÓN y el Art 4 LA NORMATIVA TÉCNICA SANITARIA SUSTITUTIVA PARA LA REGULACIÓN Y CONTROL DE MEDICAMENTOS QUE CONTENGAN SUSTANCIAS CATALOGADAS SUJETAS A FISCALIZACIÓN RESOLUCIÓN No. ARCSA-DE-016-2016-GGG, y según el informe de renovación:

09-SVEL-00027 ,la **Coordinadora General de Certificaciones**

confiere la RENOVACION de la calificación o licencia, a:

GILBERT GLOBAL BUSINESS S. A. DISGILBERT

RUC : 0992432926001 Código ARCSA No. 5853

Representante Técnico: GILBERT BAMBINO GUILLERMO EDUARDO

Cédula: 0910337906

Con código de calificación No. 09-5853J-L como:

Comercialización / Distribución

Autorizando el manejo de los siguientes medicamentos y/o sustancias fiscalizadas:

MEDICAMENTO CONTROLADO

DIAZEPAM INYECTABLE 10 MG/ 2 ML

FENTANILO 0.5 MG/10 ML SOLUCION INYECTABLE

MIDAZOLAM SOLUCION INYECTABLE 15 MG/3 ML

MIDAZOLAM SOLUCION INYECTABLE 50 MG / 10 ML

MORFINA CLORHIDRATO TRIHIDRATO SOLUCION INYECTABLE 10 MG/1 ML

MORFINA CLORHIDRATO TRIHIDRATO SOLUCION INYECTABLE 20 MG/1 ML

REMIFENTANILO

Vigencia Desde: 01/01/2019 Hasta: 31/12/2019



Dra. Hemplen Lorena Zambrano

COORDINADORA GENERAL DE CERTIFICACIONES

Arcsa. para que tú estés bien, hacemos las cosas bien





ENCUESTA ROTACIÓN LINEA PROPIA DE FARMACOS DISGILBERT S.A EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

- 1. ¿CUAL ES LA PREFERENCIA EN CUANTO A LA PRESENTACIÓN DE FARMACOS QUE COMPRA LA INSTITUCION QUE REPRESENTA?**

GENERICOS DE MARCA AMBOS

- 2. DE LAS SIGUIENTES CARACTERÍSTICAS, ¿CUÁL CONSIDERA IMPORTANTE AL MOMENTO DE ELEGIR LA PRESENTACIÓN DE MEDICAMENTOS SELECCIONADA?**

ATRACTIVO Y PRÁCTICO DISEÑO EFECTIVIDAD TERAPÉUTICA PRECIO

- 3. DE LOS SIGUIENTES FARMACOS, ¿CUALES SOLICITA LA ORGANIZACIÓN QUE USTED REPRESENTA?**

ACIDO TRANEXAMICO SOLUCION INYECTABLE 100MG/5ML AMPOLLA
 LIDOCAINA CON EPINEFRINA SOLUCION INYECTABLE 2% VIAL X 20ML
 LIDOCAINA SIN EPINEFRINA SOLUCION INYECTABLE 2% VIAL X 20ML
 METOCLOPRAMIDA SOLUCION INYECTABLE 10MG/2ML AMPOLLA
 SULFATO DE MAGNESIO SOLUCION INYECTABLE 20% 10ML AMPOLLA

- 4. DE LOS SIGUIENTES LABORATORIOS FARMACEUTICOS, ¿CUÁLES PROVEEN LOS FARMACOS QUE REQUIERE SU ORGANIZACIÓN?**

HOSPIMEDIKKA (TRANEXAM, ROXICAINA CON/SIN EPINEFRINA)
 FARMAYALA (CLOPAN)
 FRESENIUS KABI (METOCLOPRAMIDA, SULFATO DE MAGNESIO)
 GENFAR (METOCLOPRAMIDA)

- 5. DE LAS SIGUIENTES OPCIONES, SELECCIONE LOS PRINCIPALES REQUISITOS QUE BUSCA EN UN PROVEEDOR**

CUMPLIMIENTO DE TIEMPOS DE ENTREGA
 CONTAR CON STOCK DE SEGURIDAD
 SERVICIO POST VENTA
 AMPLIO PORTAFOLIO DE PRODUCTOS

6. DE LOS FARMACOS SELECCIONADOS, MARQUE CON UNA X LA FRECUENCIA DE COMPRA DE LOS MENCIONADOS:

	MENSUAL	TRIMESTRAL	SEMESTRAL	ANUAL
ACIDO TRANEXAMICO SOLUCION INYECTABLE 100MG/5ML AMPOLLA				
LIDOCAINA CON EPINEFRINA SOLUCION INYECTABLE 2% VIAL X 20ML				
LIDOCAINA SIN EPINEFRINA SOLUCION INYECTABLE 2% VIAL X 20ML				
METOCLOPRAMIDA SOLUCION INYECTABLE 10MG/2ML AMPOLLA				
SULFATO DE MAGNESIO SOLUCION INYECTABLE 20% 10ML AMPOLLA				

7. DE LOS FARMACOS SELECCIONADOS, MARQUE CON UNA X LAS UNIDADES EN PROMEDIO MENSUAL SOLICITADAS DE LOS MENCIONADOS:

	1-10 UNIDADES	11-100 UNIDADES	101-1000 UNIDADES	1001-5000 UNIDADES	5001 EN ADELANTE
ACIDO TRANEXAMICO SOLUCION INYECTABLE 100MG/5ML AMPOLLA					
LIDOCAINA CON EPINEFRINA SOLUCION INYECTABLE 2% VIAL X 20ML					
LIDOCAINA SIN EPINEFRINA SOLUCION INYECTABLE 2% VIAL X 20ML					
METOCLOPRAMIDA SOLUCION INYECTABLE 10MG/2ML AMPOLLA					
SULFATO DE MAGNESIO SOLUCION INYECTABLE 20% 10ML AMPOLLA					

8. ¿LA INSTITUCION QUE REPRESENTA RECIBE CAPACITACIONES SOBRE LA APLICACIÓN DE LOS FARMACOS SELECCIONADOS?

SI

NO



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT

Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Nosotros, **Gilbert Chung Sang, Guillermo André; Sellan Deleg, Andrea Patricia**, con C.C: # **0923619357; 0918761008** autores del trabajo de titulación: **Plan De Negocio Para Comercializar Medicamentos Genéricos Distribuidos Por La Empresa DISGILBERT S.A. A Los Hospitales Y Clínicas De Guayaquil Para El Año 2020** previo a la obtención del título de **Ingeniero en Administración de Ventas** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaramos tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizamos a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 11 de Septiembre del 2019

f. _____

Gilbert Chung Sang, Guillermo André
C.C:0923619357

f. _____

Sellán Deleg, Andrea Patricia
C.C:0918761008



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TEMA Y SUBTEMA:	Plan De Negocio Para Comercializar Medicamentos Genéricos Distribuidos Por La Empresa DISGILBERT S.A. A Los Hospitales Y Clínicas De Guayaquil Para El Año 2020.		
AUTOR(ES)	Gilbert Chung Sang, Guillermo André; Sellan Deleg, Andrea Patricia		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Ing. Pérez Cepeda, Maximiliano Bolívar, Ph.D.		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Especialidades Empresariales		
CARRERA:	Administración de Ventas		
TITULO OBTENIDO:	Ingeniero en Administración de Ventas		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	11 de Septiembre del 2019	No. DE PÁGINAS:	143 p
ÁREAS TEMÁTICAS:	Área Comercial, Financiera y de Marketing		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	DISGILBERT S.A., Ácido Tranexámico, Lidocaína Con Epinefrina, Lidocaína Sin Epinefrina, Metoclopramida, Sulfato De Magnesio, Hospitales, Clínicas.		
RESUMEN/ABSTRACT:	<p>El presente plan de negocios tiene como objeto de estudio a la empresa GILBERT GLOBAL BUSINESS S.A DISGILBERT, ubicada en la ciudadela Samanez 1 manzana 137 villa 6. El objeto del presente trabajo es introducir medicamentos genéricos en hospitales y clínicas de Guayaquil a partir del año 2020. Con la introducción de los medicamentos genéricos se busca que fármacos de alta demanda y escasa oferta en el mercado como el ácido tranexámico solución inyectable de 100 miligramos ampolla, la lidocaína con epinefrina solución inyectable 2% vial de 20ml, lidocaína sin epinefrina solución inyectable 2% vial de 20ml, metoclopramida solución inyectable de 10 miligramos sobre 2 mililitros ampolla y sulfato de magnesio solución inyectable al 20% ampolla estén a disposición de la plantilla médica y de enfermeras en todos los hospitales y clínicas de la urbe. Así, DISGILBERT S.A. busca obtener mayor participación en instituciones donde antes no se tenía presencia incrementando así las ventas anuales de la compañía y captando más instituciones de la salud como las fundaciones o áreas de salud. Gracias a las herramientas utilizadas, logramos realizar el análisis FODA, CAME, la matriz de Ansoff, entre otros de DISGILBERT S.A. observamos que existe competencia directa e indirecta, no obstante, si el plan de negocio supera las expectativas, la capacidad selectiva del mercado causaría una ventaja distinta a la competencia directa, en vista de que actualmente son sus clientes.</p>		
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-9-95048817; +593-9-96501528	E-mail: guillermoandre41@gmail.com; andreasellandeleg@hotmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE)::	Nombre: Garcés Silva, Magaly Noemí		
	Teléfono: +593-4-2206953 Ext. 5046		
	E-mail: magaly.garces@cu.ucsg.edu.ec		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			