



UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y JURIDICAS

Trabajo de fin de carrera titulado:

**“ANÁLISIS DEL PROCESO DE IMPORTACIÓN DE INSUMOS
MÉDICOS Y SU INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD DE LA
EMPRESA REPRESENTACIONES MÉDICAS CIA. LTDA EN EL AÑO
2015”**

Realizado por:

LORENA PAOLA MONCAYO FAJARDO

Director del proyecto:

Mgs. Juan Viera

Como requisito para la obtención del título de:

INGENIERO EN FINANZAS

Quito, de Julio de 2016

DECLARACION JURAMENTADA

Yo, LORENA PAOLA MONCAYO FAJARDO, con cédula de identidad N° 172210917-8, declaro bajo juramento que el trabajo de investigación aquí realizado es de mi autoría, no ha sido previamente presentado a ningún grado de calificación profesional; y, que se han consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en el documento.

A través de la presente declaración, cedo mis derechos de propiedad intelectual correspondiente a este trabajo, a la UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su reglamento y por la normativa institucional presente.

LORENA PAOLA MONCAYO FAJARDO

CC: 172210917-8

DECLARATORIA

El presente trabajo de investigación titulado:

**“ANÁLISIS DEL PROCESO DE IMPORTACIÓN DE INSUMOS
MÉDICOS Y SU INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD DE LA
EMPRESA REPRESENTACIONES MÉDICAS CIA. LTDA EN EL AÑO
2015”**

Realizado por:

MONCAYO FAJARDO LORENA PAOLA

Como Requisito para la obtención del título de:

INGENIERO COMERCIAL CON MENCIÓN EN FINANZAS

Ha sido dirigido por el profesor

MGS. JUAN VIERA

DIRECTOR

DEDICATORIA

A mis padres por todo su amor y comprensión a quienes después de Dios les debo todo lo que soy y seré. A mi madre Mery por inspírame con su amor y gran visión de la vida. A mi padre Luis Fernando por sostenerme y guiarme con su gran ejemplo, mi hermana Pamela, por el regalo de crecer juntas y finalmente a mi compañero de vida Gabriel, el hombre que con su gran determinación y amor me apoyo a lograr grandes cosas en mi vida.

¡Te amo por siempre esposo!

AGRADECIMIENTO

Mi mayor agradecimiento a todos y cada uno de los docentes de la Universidad Internacional SEK y a mí Director de Tesis, Mgc. Juan Viera, por su apoyo, paciencia en pos de contribuir con mi formación personal y profesional.

ÍNDICE

DECLARACION JURAMENTADA	3
DECLARATORIA.....	4
DEDICATORIA.....	5
AGRADECIMIENTO.....	6
ÍNDICE	7
ÍNDICE DE TABLAS.....	10
ÍNDICE DE GRÁFICOS	12
ÍNDICE DE FIGURAS	12
RESUMEN.....	13
ABSTRACT	14
FASE 1: PROBLEMA DE INVESTIGACION	15
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	15
1.1 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	17
1.2 SISTEMATIZACIÓN DE PROBLEMA, PREGUNTAS Y DIRECTRICES	17
1.3 OBJETIVO GENERAL	17
1.4 OBJETIVOS ESPECIFICOS	18
1.5 JUSTIFICACION.....	18
1.6 IDENTIFICACIÓN Y CARACTERIZACIÓN DE LAS VARIABLE	19
1.7 NOVEDAD Y/O INNOVACIÓN.....	20
2. EL MÉTODO.....	20
2.1 NIVEL DE ESTUDIO.....	20
2.2 MODALIDAD DE ESTUDIO	20
2.4 POBLACIÓN Y MUESTRA	21
2.5 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.....	22

2.6	SELECCIÓN INSTRUMENTOS INVESTIGACIÓN	23
2.7	VALIDEZ Y CONFIABILIDAD DE LOS INSTRUMENTOS	23
3.	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS	23
3.1	RECURSOS HUMANOS	23
3.2	RECURSOS TECNICOS Y MATERIALES.....	23
3.3	RECURSOS FINANCIEROS.....	24
3.4	CRONOGRAMA DE TRABAJO.....	24
	FASE 2: FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA Y DIAGNÓSTICO.....	25
1.	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	25
1.1	MARCO CONCEPTUAL.....	25
1.2	MARCO TEÓRICO.....	26
1.3	MARCO REFERENCIAL	28
1.4	MARCO LEGAL	32
2.	DIAGNOSTICO.....	39
3.1	AMBIENTE EXTERNO.....	39
3.2	AMBIENTE INTERNO.....	46
3.	INVESTIGACION DE CAMPO	52
3.1	ELABORACIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN.....	52
3.2	RECOLECCIÓN DE DATOS	54
3.3	PROCESAMIENTOS, ANALISIS E INTERPRETACION.....	54
	FASE 3. VALIDACIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO.....	65
1.	RESUMEN DE OBSERVACIÓN	65
2.	INDUCCIÓN.....	67
3.	HIPÓTESIS.....	68
4.	PROBAR LA HIPÓTESIS POR EXPERIMENTACIÓN.....	68
	CARTERA DE NUEVOS PRODUCTOS (NACIONALES).....	79
	Marketing MIX para la nueva Cartera de Productos.....	81
	Productos Nacionales que conforman la nueva Cartera.....	82

Precio.....	85
Plaza o Distribución	87
Promoción (Comunicación)	88
Presupuesto.....	90
5. DEMOSTRACION O REFUTACION	90
6. EVALUACION FINANCIERA.....	92
7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	96
8. BIBLIOGRAFÍA.....	98
9. ANEXOS.....	99

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Operacionalización de Variable Independiente	22
Tabla 2. Operacionalización de Variable Dependiente	22
Tabla 3. Recursos Financieros	24
Tabla 4. Cronograma de Trabajo.....	24
Tabla 5. Factores Politicos	40
Tabla 6. Factores Económicos	41
Tabla 7. Balanza Comercial (2000-2016)	42
Tabla 8. Inflación anual (Junio 2016/ Junio 2015).....	43
Tabla 9. Producto Interno Bruto PIB (Trimestral)	44
Tabla 10. Factores Tecnologicos y Sociales	45
Tabla 11. Proceso de Importación actual del Empresa Representaciones Médicas.....	48
Tabla 12. FODA.....	49
Tabla 13. Evaluación Competencia Representaciones Medias Cia. Ltda.	51
Tabla 14. Proceso de Importación con mejoras planteadas Empresa Representaciones Médicas	71
Tabla 15. Comparacion-Costos proceso actual y propuesto	72
Tabla 16. Analisis de estrategias para el mejoramiento de Proceso de Importación	73
Tabla 17. Evaluación de competencia producción Nacional	75
Tabla 18. Evaluación de proveedores producción Nacional	77
Tabla 19. Objetivos de la Cartera de Clientes de Productos Nacionales	80
Tabla 20. Listado de productos y proveedores nacionales	82
Tabla 21. Estrategias de Productos	85
Tabla 22. Precio Costo y PVP de los productos.....	86
Tabla 23. Estrategias de precio	86
Tabla 24. Estrategias de distribución	87

Tabla 25. Estrategias de promoción	89
Tabla 26. Presupuesto	90
Tabla 27 Consolidado de Estado de Resultados 2010-2015	91
Tabla 28. Compra de Mercaderia	92
Tabla 29. Comportamiento de la utilidad (2010 – 2015)	93
Tabla 30. Proyección 2016.....	94
Tabla 31. Variaciones en la Utilidad	95

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Balanza Comercial (2000-2016)	42
Gráfico 2. Inflación anual (Junio 2016/ Junio 2015)	43
Gráfico 3. Producto Interno Bruto PIB (Trimestral)	44
Gráfico 4. Organigrama Representaciones Medicas Cia. Ltda.	47
Gráfico 5. Evaluación Competencia Representaciones Medicas Cia. Ltda.	52
Gráfico 6. Mejora en el proceso de Importacion de Representaciones Medicas Cia. Ltda.	69
Gráfico 7. Proceso de Importación.....	70
Gráfico 8. Mejora disminución tiempo flete Internacional	74
Gráfico 9. Efectividad en disminución tiempo flete Internacional	74
Gráfico 10. Evaluación competencia producción nacional	76
Gráfico 11. Evaluación proveedores producción nacional.....	77

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Marketing MIX	81
Figura 2. Productos del proveedor “SANA”	83
Figura 3. Productos del proveedor “Familia”	83
Figura 4. Productos del proveedor “Ecuquímica”	84
Figura 5. Productos del proveedor “LIFE”	84
Figura 6. Canal de distribución de los productos	87

RESUMEN

El presente trabajo se ha enfocado en determinar la manera en la que el proceso de importación están siendo llevado a cabo y la incidencia en la rentabilidad en la Empresa Representaciones Medicas Cia. Ltda.

El estudio ha sido estructurado de la siguiente forma: en el primer capítulo se establece el problema, los objetivos y el marco teórico sobre el cual se sustenta la investigación; en el capítulo dos se define el tipo de estudio, el cual en el caso del presente documento es de tipo descriptivo, además de los métodos e instrumentos a utilizar para llevar a cabo la investigación; en el capítulo tres se realiza un levantamiento de procesos y un análisis de rentabilidad para de esta manera determinar la situación actual de la empresa y plantear una propuesta de mejora que contribuya con los objetivos financieros de la organización. Finalmente se identifican tanto las conclusiones y las recomendaciones que se han podido determinar, una vez que los análisis del proceso de importación y de las finanzas de la empresa han sido realizados.

ABSTRACT

The current paperwork has focused on determining the manner in which the import process are being carried out and the impact on profitability in the company Representaciones Medical Cia. Ltda.

The study has been structured as follows: in the first chapter the problem is established, the objectives and the theoretical framework on which the research is based; in chapter two type of study, which in the case of this document is defined descriptive, in addition to the methods and tools used to conduct research; in chapter three a survey of processes and a cost benefit analysis to thereby determine the current situation of the company and a proposal for the improvement that contributes to the financial objectives of the organization is done. Finally they identify both the conclusions and recommendations have been able to determine, once the import process analysis and finance of the company have been made.

FASE 1: PROBLEMA DE INVESTIGACION

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En la actualidad se puede observar una gran demanda de insumos médicos importados en nuestro país a conforme aumentan los avances tecnológicos y las exigencias de los usuarios de este sector, por lo cual se ha generado la expectativa de importar este tipo de productos, ya que los insumos médicos son elementos indispensables en la práctica diaria del personal de salud existente en un hospital, clínica o casas de salud, se cuenta con una enorme variedad de dichos insumos y cada vez con mayores desarrollos tecnológicos que beneficien al paciente.

Debido a la gran cantidad de clases de insumos médicos existentes y clasificados de acuerdo a las distintas especialidades médicas que hay, se ha visto la necesidad de centrar este análisis en una cartera de productos delimitada y centrada en lo que son instrumentos generales y útiles en cualquier rama de la medicina.

La presente investigación se la realizará de acuerdo a los siguientes objetivos, lineamientos y políticas del Plan Nacional del Buen Vivir (PNBV)

Objetivo 12 (PNBV)

Garantizar la soberanía y la paz, profundizar la inserción estratégica en el mundo y la integración latinoamericana.

La importación de insumos médicos profundiza las relaciones internacionales con Estados Unidos, China, Taiwán, Francia y la India, donde existe industria relacionada con este campo.

Política 12.3

Profundizar una política comercial estratégica y soberana, articulada al desarrollo económico y social del país. (SENPLADES, 2009-2013)

Lineamiento 12.3.a

Promover negociaciones comerciales en condiciones de comercio justo y en uso de los Acuerdos Comerciales para el Desarrollo (ACD), la Cláusula de Habilitación de la OMC y demás instrumentos que permitan el cumplimiento de las políticas nacionales.

DIAGNÓSTICO DEL PROBLEMA.

CAUSA 1: Falta de evaluación de proceso de importación de este tipo de productos en Ecuador.

CAUSA 2: Producción de mala calidad en países vecinos, en cuanto a características morfológicas y satisfactorias.

PRONÓSTICO

En caso de no proponer ninguna alternativa se podría generar una sobrevaloración del precio de venta al público de insumos médicos, o también una devaluación del mismo, consecuente una posible escases de demanda nacional, además de un posible desequilibrio en cuanto al aspecto económico de la actividad de importación de insumos médicos del Ecuador, otro factor que puede suceder es el aumento del tiempo de rotación del inventario en bodegas y una posible consideración de inventario obsoleto.

Sin duda por lo mencionado se requiere realizar un análisis del proceso de importación de insumos médicos dentro de la empresa Representaciones Médicas Cía. Ltda. debido a que el potencial y calidad del producto que se ofrecerá, se encuentra sobre el estándar de calidad.

CONTROL DEL PRONÓSTICO

Es necesario que exista la implementación de nuevas estrategias de mercado por ejemplo buscar proveedores locales, así la empresa Representaciones Medicas Cía. Ltda. Optimizará costos y los utilizara realmente en productos que no los ofrezca la producción nacional.

1.1 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo afecta el proceso de Importación de insumos médicos en la rentabilidad de la Empresa Representaciones Medicas Cía. Ltda.?

1.2 SISTEMATIZACIÓN DE PROBLEMA, PREGUNTAS Y DIRECTRICES

- ¿Cuál es el procedimiento de importación y principales problemas de la importación de insumos médicos?
- ¿Qué mejoras implantaría la empresa Representaciones Medicas Cia. Ltda. en este proceso, para incrementar la utilidad de la misma?
- ¿Cómo determinar si todos los recursos destinados a la importación de insumos médicos son necesarios?

1.3 OBJETIVO GENERAL

Realizar un análisis del proceso de importación de Insumos Médicos y su incidencia en la rentabilidad de la empresa Representaciones Medicas Cia. Ltda.

1.4 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Determinar el proceso actual de importación de los productos importados de la empresa Representaciones Medicas Cía. Ltda.
- Elaborar una nueva cartera de productos que incorporen la producción nacional.
- Determinar el costo beneficio de la implementación de una nueva cartera de productos.

1.5 JUSTIFICACION

El presente análisis servirá para comprender de mejor manera la forma en que la empresa Representaciones Medicas Cía. Ltda., propone e implementan su proceso de importación de insumos médicos.

Los impactos de la investigación a realizar en la Empresa Representaciones Medicas Cía. Ltda., ayudaran a que la misma conozca con exactitud los costos implicados durante el proceso de importación, los cuales podrá optimizarlos de manera que su utilidad se incremente.

JUSTIFICACIÓN TEÓRICA: “El proceso de importación, puede ser realizado por todas las Personas Naturales o Jurídicas, ecuatorianas o extranjeras radicadas en el país que hayan sido registrados como importador en el sistema ECUAPASS y aprobado por la Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador.

Es importante tomar en cuenta, que antes de importar un producto, se debe considerar si este está habilitado para el proceso de importación, además los requisitos y restricciones del mismo. Una vez cumplidos los requisitos y restricciones del producto importado se podrá realizar el trámite de desaduanización de la mercancía.” (Aduana del Ecuador, 2016)

JUSTIFICACION METODOLOGICA: “Para lograr los objetivos del estudio, se acudirá al empleo de técnicas de investigación como es LA ENTREVISTA, la cual es una técnica de recopilación de información mediante una conversación profesional, con la que además de adquirirse información acerca de lo que se va a investigar, los resultados a lograr dependen en gran medida del nivel de comunicación entre el investigador y los participantes en la misma. Si la entrevista persigue el objetivo de adquirir información acerca de las variables de estudio, el entrevistador debe tener clara la hipótesis de trabajo, las variables y relaciones que se quieren demostrar; de forma tal que se pueda elaborar un cuestionario adecuado con preguntas que tengan un determinado fin y que son imprescindibles para esclarecer la tarea de investigación, así como las preguntas de apoyo que ayudan a desenvolver la entrevista.” (Jesús Ferrer. I.U.T.A. 2010)

JUSTIFICACION PRÁCTICA: Basándose en el estado actual de la empresa, la investigación permitirá comprender la manera en la que el manejo inadecuado de los procesos de importación afecta la rentabilidad de la empresa Representaciones Medicas Cía. Ltda. y se procederá a realizar una reestructuración del proceso.

1.6 IDENTIFICACIÓN Y CARACTERIZACIÓN DE LAS VARIABLE

VARIABLE DEPENDIENTE:

La rentabilidad de la Empresa Representaciones Medicas Cía. Ltda., la cual incrementaría si se establecen cambios en el proceso de importación de la empresa

VARIABLE INDEPENDIENTE:

El proceso de importación de insumos médicos, es lo cual vamos a modificar o manipular para ayudar al incremento de rentabilidad de la empresa, optimizando recursos e incrementando los ingresos.

1.7 NOVEDAD Y/O INNOVACIÓN

Al momento el departamento de Importaciones no cuenta con un procedimiento en donde se detallan las actividades una vez analizadas y reestructuradas.

Es por lo cual la innovación de la presente investigación es establecer un proceso de importación dentro de la empresa Representaciones Medicas Cía. Ltda.

2. EL MÉTODO

2.1 NIVEL DE ESTUDIO

EXPLORATORIO: Se deberá conocer o indagar el proceso de importación existente en la empresa Representaciones Medicas Cía. Ltda. y así poder determinar su incidencia en la rentabilidad de la misma. El presente estudio se dará por medio de revisiones bibliográficas de expertos en el tema opiniones de expertos o en investigaciones de campo.

DESCRIPTIVO: Conocer detalladamente el proceso y los costos que intervienen en la importación de insumos médicos de la Empresa Representaciones Medicas Cía. Ltda.

“Con este tipo de investigación se logra caracterizar un objeto de estudio o una situación concreta, señalar sus particularidades y propiedades.” (Alba Lucía Marín Villada, 2008)

2.2 MODALIDAD DE ESTUDIO

INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL: La información documental será obtenida de medios bibliográficos impresos como libros, enciclopedias y electrónicos como páginas web referentes al tema.

“La Investigación Documental, indaga, interpreta, presenta datos e informaciones sobre un tema determinado de cualquier ciencia, utilizando para ello, una metódica de análisis y teniendo como finalidad obtener resultados.” (Manuel Luis Rodríguez, 2013)

INVESTIGACIÓN DE CAMPO: Para la presente investigación es necesario obtener los datos directamente de la empresa Representaciones Medicas Cía. Ltda., donde realizaremos el análisis del proceso de importación de insumos médicos y toda la documentación respectiva para el mismo.

“La investigación de campo es la que se realiza directamente en el medio donde se presenta el fenómeno de estudio.” (Arturo Elizondo López, 2013, pág. 347)

2.3 MÉTODO

MÉTODO INDUCTIVO – DEDUCTIVO

Del universo de las empresas de insumos médicos analizaremos el comportamiento del proceso de importaciones de la empresa Representaciones Medicas.

Este es un método basado en la inferencia basado en la lógica y relacionando el estudio de hechos particulares, aunque es deductivo en un sentido, parte de lo parte de los general a lo particular, e inductivo en sentido contrario, va de lo particular a lo general. (Cesar Augusto Bernal, 2006, pág. 57)

2.4 POBLACIÓN Y MUESTRA

POBLACIÓN: Empleados de la empresa Representaciones Medicas Cía. Ltda. que se encuentran inmersos en el proceso de importación y finanzas. (número de empleados)

MUESTRA: Al ser la población muy pequeña no se aplicara técnica de muestreo a toda la población. Se estudiara a toda la población.

2.5 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Tabla 1. Operacionalización de Variable Independiente

VARIABLE INDEPENDIENTE: Proceso de Importacion				
CONCEPTUALIZACION	CATEGORIAS	INDICADORES	ITEMS BASICOS	TECNICAS INSTRUMENTOS
<p>El termino de IMPORTACION se define como:</p> <p>"Las importaciones son el transporte legítimo de bienes y servicios del extranjero los cuales son adquiridos por un país para distribuirlos en el interior de este. Las importaciones pueden ser cualquier producto o servicio recibido dentro de la frontera de un Estado con propósitos comerciales". (Sullivan, Arthur; Sheffrin, Steven M, 2003)</p>	IMPORTACIONES A CONSUMO	TIPO DE TRANSPORTE INCOTERM COSTO AGENTE DE ADUANA COSTO TRANSPORTE INTERNO	<p>El Procedimiento de importación se está aplicado de manera que este, sea rentable para la Empresa Representaciones Medicas Cia. Ltda.</p>	Observacion
	IMPUESTOS PAGADOS	ARANCEL IVA FODINFA SALVAGUARDIAS		

Fuente: Autora

Elaborado por: Autora

Tabla 2. Operacionalización de Variable Dependiente

VARIABLE DEPENDIENTE: Rentabilidad				
CONCEPTUALIZACION	CATEGORIAS	INDICADORES	ITEMS BASICOS	TECNICAS INSTRUMENTOS
<p>Concepto:</p> <p>"Rentabilidad es una noción que se aplica a toda acción económica en la que se movilizan unos medios, materiales, humanos y financieros con el fin de obtener unos resultados. "</p> <p>(Sánchez Ballesta, Juan Pedro 2002)</p>	Rentabilidad Económica	ROE, VAN, TIR	<p>Procedimiento de importaciones en Representacion es Médicas Cia. Ltda.</p>	Observación
	Rentabilidad Financiera			

Fuente: Autora

Elaborado por: Autora

2.6 SELECCIÓN INSTRUMENTOS INVESTIGACIÓN

Entrevista: Las entrevistas serán efectuadas a los integrantes esenciales dentro del proceso de importación de la empresa Representaciones Medicas Cía. Ltda. en las diferentes jerarquías existentes en el ámbito administrativo.

Así mismo se tomara en cuenta a un experto en el área de exportaciones para que pueda ayudar a confirmar los procesos estudiados.

Cargos: Jefe de Importaciones, Experto en Negocios Internacionales

2.7 VALIDEZ Y CONFIABILIDAD DE LOS INSTRUMENTOS

Antes de la utilización de los instrumentos de trabajo, se validará la confiabilidad de los mismos mediante la implementación de pruebas piloto en el caso de las entrevistas.

Se asegurará que los instrumentos midan de manera confiable las variables que deban medir.

Se hará investigación de campo preliminar para cumplir con este objetivo.

3. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

3.1 RECURSOS HUMANOS

Las personas que intervendrán en la presenta investigación son:

- Autor: Lorena Moncayo F.
- Entrevistador: Lorena Moncayo F.
- Director: Mgs. Juan Viera

3.2 RECURSOS TECNICOS Y MATERIALES

Los recursos técnicos y materiales que se utilizarán en la investigación serán:

- Computadora portátil
- Impresora Epson Multifunción
- Software Windows

- Paquete Office
- Suministros de oficina
- Grabadora digital

3.3 RECURSOS FINANCIEROS

Tabla 3. Recursos Financieros

N°	DETALLE	VALOR
1	Computador portatil	\$ 850,00
2	Impresora Epson Multifuncion	\$ 60,00
3	Software Windows	\$ 200,00
4	Suministros de Oficina	\$ 300,00
5	Gabrador Digital	\$ 35,00
TOTAL		\$ 1.445,00

Fuente: Autora
Elaborado por: Autora

3.4 CRONOGRAMA DE TRABAJO

Tabla 4. Cronograma de Trabajo

ACTIVIDADES/SEMANA	MES 1				MES 2				MES 3				MES 4				
APROBACION DE TITULO DE PROYECTO INTEGRADOR																	
FASE 1																	
FASE 2																	
FASE 3																	

Fuente: Autora
Elaborado por: Autora

FASE 2: FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA Y DIAGNÓSTICO.

1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.1 MARCO CONCEPTUAL

IMPORTACION: Es la acción de ingresar mercancías extranjeras al país cumpliendo con las formalidades y obligaciones aduaneras, dependiendo del RÉGIMEN DE IMPORTACION al que se haya sido declarado. (Aduana del Ecuador, 2012)

AD-VALOREM (ARANCEL COBRADO A LAS MERCANCIAS): Son los establecidos por la autoridad competente, consistentes en porcentajes según el tipo de mercancía y se aplica sobre la suma del Costo, Seguro y Flete (base imponible de la importación). (Aduana del Ecuador, 2012)

RENTABILIDAD: La rentabilidad es el conjunto de varias políticas y decisiones que una persona jurídica o natural obtienen como resultado en un período determinado, es la relación directa entre los recursos que se utilizaron en cualquier actividad económica lícita y el beneficio económico que dejó al final de los procesos realizados. (Brigham, 2005)

CAPITAL: Capital en sentido financiero es toda suma de dinero que no fue consumida por su propietario, sino que ha sido ahorrada y colocada en el mercado financiero, bien sea comprando acciones, obligaciones, Fondos Públicos, o bien haciendo imposiciones en entidades de depósito, etcétera, con la esperanza de obtener una renta posterior en forma de dividendos o intereses. (Gitman, 2003)

INCOTERM: Los Incoterms son términos utilizados mundialmente en el comercio exterior, creados por la Cámara de Comercio Internacional de París, que deben ser estrictamente aceptados por el Importador o Exportador para definir las condiciones de un contrato. (Corporación Aduanera Ecuatoriana CAE, 2009)

1.2 MARCO TEÓRICO

Para la ejecución de la presente investigación se ha considerado pertinente y necesario utilizar varias teorías de expertos. En el universo financiero y comercio exterior, existen muchas obras valiosas, de las cuales hemos escogido las que más se adapten al estudio en proceso, entre los principales autores revisados se mencionan: Al Servicio Nacional de Aduana del Ecuador

RENTABILIDAD ECONOMICA: El concepto de rentabilidad ha ido cambiando con el tiempo y ha sido usado de distintas formas, siendo éste uno de los indicadores más relevantes para medir el éxito de un sector, subsector o incluso un negocio, ya que una rentabilidad sostenida con una política de dividendos, conlleva al fortalecimiento de las unidades económicas. Las utilidades reinvertidas adecuadamente significan expansión en capacidad instalada, actualización de la tecnología existente, nuevos esfuerzos en la búsqueda de mercados, o una mezcla de todos estos puntos.

La rentabilidad es la relación que existe entre la utilidad y la inversión necesaria para lograrla, ya que mide tanto la efectividad de la gerencia de una empresa, demostrada por las utilidades obtenidas de las ventas realizadas y utilización de inversiones, su categoría y regularidad es la tendencia de las utilidades. Estas utilidades a su vez, son la conclusión de una administración competente, una planeación integral de costos y gastos y en general de la observancia de cualquier medida tendiente a la obtención de utilidades. La rentabilidad también es entendida como una noción que se aplica a toda acción económica en la que se movilizan los medios, materiales, humanos y financieros con el fin de obtener los resultados esperados.

En la literatura económica, aunque el término de rentabilidad se utiliza de forma muy variada, y son muchas las aproximaciones doctrinales que inciden en una u otra faceta de la misma, en sentido general se denomina a la rentabilidad a la medida del rendimiento que en un determinado periodo produce los capitales utilizados en el mismo. Esto supone la

comparación entre la renta generada y los medio utilizados para obtenerla con el fin de permitir la elección entre alternativas o a juzgar por la eficiencia de la acciones realizadas, según que el análisis sea a priori o a posteriori (Sánchez, 2001).

REGIMENES DE IMPORTACION: De acuerdo con Aduana del Ecuador (2012) entre los regímenes de importación podemos mencionar:

- Importación para el Consumo
- Admisión Temporal para Reexportación en el mismo estado
- Admisión Temporal para Perfeccionamiento Activo
- Reposición de Mercancías con Franquicia Arancelaria
- Transformación bajo control Aduanero
- Depósito Aduanero
- Reimportación en el mismo estado

PROCESO DE IMPORTACION: El proceso de importación, puede ser realizado por todas las Personas Naturales o Jurídicas, ecuatorianas o extranjeras radicadas en el país que hayan sido registrados como importador en el sistema ECUAPASS y aprobado por la Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador.

Para lo cual se deberá gestionar el RUC en el Sistema de Rentas Internas, adquirir el certificado digital para la firma electrónica y autenticación, otorgado por el Banco Central o Security Data y finalmente obtener el registro en el portal de ECUAPASS.

Es importante tomar en cuenta, que antes de importar un producto, se debe considerar si este está habilitado para el proceso de importación, además los requisitos y restricciones del mismo. Una vez cumplidos los requisitos y restricciones del producto importado se podrá realizar el trámite de desaduanización de la mercancía. (Aduana del Ecuador, 2012)

INCOTERMS: Las reglas sobre el uso de términos nacionales e internacionales Incoterms 2010 de la Cámara de Comercio Internacional, facilitan el proceso de las negociaciones

globales, los mismos definen obligaciones y derechos del comprador y vendedor, describen las tareas, costos y riesgos que implica la entrega de mercancía de la empresa vendedora a la compradora, siempre y cuando el Incoterm 2010 se encuentre establecido en el contrato de compraventa. (Proecuador, 2010)

1.3 MARCO REFERENCIAL

ARTÍCULO 1

Título: ANÁLISIS DE LA IMPORTACIÓN DE REPUESTOS PARA HÉLICES Y SU INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD DE LA COMPAÑÍA AEROHELICES Y ACCESORIOS DEL ECUADOR INTERPROPEC CÍA. LTDA. EN EL DMQ, AÑO 2014

Universidad Internacional SEK

Cevallos Ayala, Jonathan Fernando

Feb-2016

Resumen:

Análisis de la importación de repuestos para Hélices y su incidencia en la rentabilidad de la compañía Aerohelices y Accesorios del Ecuador Interpropec Cía. Ltda. En el DMQ, año 2014.” El manejo adecuado de las importaciones, es una herramienta que define el desempeño adecuado de la empresa y la integración de los diferentes departamentos para la consecución de objetivos en la empresa. La planificación adecuada de las importaciones asegura la correcta utilización de los recursos humanos y materiales de manera que este factor influya de manera positiva en la rentabilidad. Bajo la importancia del comercio exterior, el presente trabajo se orientó a analizar la incidencia de la importación de repuestos para hélices en la rentabilidad de la compañía Aerohelices y Accesorios del Ecuador Interpropec Cía. Ltda. En el DMQ, año 2014. Periodo en el cual se fijó para la respectiva proyección del proyecto. La investigación de campo fue la metodología utilizada para la recolección de datos mediante la aplicación de herramientas como la observación y la entrevista, éstas permitieron obtener

información para analizar la coordinación de las importaciones y su impacto en rentabilidad de la empresa. El análisis de la importación y la incidencia directa en la rentabilidad de Aerohelices y Accesorios del Ecuador Interpropec Cía. Ltda. . Permitió conocer en qué grado este procedimiento aporta a la rentabilidad. Al no haber un análisis previo este estudio pudo obtener información vital para el manejo de las importaciones de la compañía en el año 2014. Bajos estos antecedentes como resultado del estudio, se recomienda generar un cambio estructural en el procedimiento de importación de Aerohelices y Accesorios del Ecuador Interpropec Cía. Ltda. mediante la capacitación del personal en aduanas, la reducción de costos de importación en flete y la correcta administración de aranceles. Creando como resultado una organización que genere liquidez y rentabilidad en el corto y largo plazo

ARTÍCULO 2

Título: ANÁLISIS DEL IMPACTO DE LAS IMPORTACIONES DE HIERRO ESTRUCTURAL EN LA BALANZA COMERCIAL DEL ECUADOR AÑO 2014.

Universidad Internacional SEK

Ago-2015

Resumen:

La Balanza Comercial del Ecuador se entiendo como la balanza que mide las importaciones versus las exportaciones en un país. Históricamente el Ecuador siempre se ha caracterizado por poseer una Balanza Comercial negativa ya que debido a las condiciones de las industrias nacionales era necesario importar productos terminados ya que por falta de tecnología, procesos y materias primas era casi imposible poder producirlas localmente. El sector de la construcción se ha caracterizado por ser uno de los componentes más importantes dentro de la economía nacional ya que gracias a la cantidad de dinero que pone en circulación y las plazas de trabajo que brinda ayuda a que la economía siempre se mantenga en un constante movimiento. El Hierro Estructural es un material que en la actualidad brinda muchos

beneficios en comparación con otros productos, dentro de estos beneficios se encuentra la capacidad de resistir a los sismo nuestro país debido a su ubicación geográfica es propenso a presentar este tipo de actividades telúricas. La importancia de este proyecto radica en que este estudio quiere medir y analizar cuál fue el grado en que afecto las Importaciones de Hierro Estructural a la Balanza Comercial en el año 2014.

ARTÍCULO 3

Título: PROYECTO PARA LA CREACIÓN DE UNA COMPAÑÍA DEDICADA A LA COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS FARMACÉUTICOS EN EL MERCADO ECUATORIANO

Escuela Superior Politécnica Del Litoral

2008

Resumen:

El proyecto esta dirigido a disminuir los gastos de una empresa dedicada a la venta de medicamentos, reduciendo dos de los más grandes rubros en los que suelen incurrir la mayoría de los laboratorios como lo son el gasto de ventas y el gasto de distribución.

Para la realización del proyecto, la empresa encargara la fabricación de los productos que venderá al Laboratorio farmacéutico FARMADEX S.A., compañía en la cual uno de los miembros del proyecto tuvo la oportunidad de trabajar, lo cual facilitara las relaciones entre ambas compañías.

Con la reducción de gastos planteada se establecerá un nuevo sistema de ventas y distribución de medicamentos, el cual permitirá ofrecer un precio de venta mucho más bajo para brindar una ayuda a este problema de índole social.

ARTÍCULO 4

Título: PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPORTACION Y COMERCIALIZACION DE INSUMOS MEDICOS DESDE ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA AL ECUADOR

Universidad Tecnológica Equinoccial

2011

Resumen:

El volumen de ventas de insumos médicos de calidad, actualmente se han incrementado considerablemente en el país, por esos motivos se han creado empresas importadoras de estos productos, pero hay que recalcar que muchos de estos por más que sean importados no son de óptima calidad y en su gran mayoría son productos de procedencia china, este es uno de los principales problemas en clínicas y en lugares de salud para que se genere la duda en comprar nuevos insumos y equipos médicos y así poder renovar las instalaciones, con nuevos instrumentos para brindar un excelente servicio en algo tan importante como es el área de la salud.

En el país todos en su gran mayoría hemos constatado que existen ciertas clínicas, hospitales o casas de salud las cuales tienen insumos y equipos médicos casi deplorables en su totalidad, si este problema continuaría nos veríamos obligados a no asistir a los mismos, y uno de los puntos más claves de esto es cuando se genera la duda en que, si las instalaciones de dichas clínicas están en mal estado obviamente no tendríamos la confianza para volver o para continuar realizándonos chequeos médicos o tomando citas en estos lugares.

Por dichos motivos y en su mayoría, clínicas, hospitales, en especial los públicos necesitan una renovación en sus insumos y equipos médicos, los cuales tienen que ser de óptima calidad puesto que estos son para cuidar nuestra salud y bienestar.

Parte de la solución para estos establecimientos sería la importación de insumos e instrumental médico de calidad, de esta manera la confianza en los pacientes se podría incrementar, por lo tanto se propone la realización de un proyecto de factibilidad para importar insumos y equipos médicos desde Estados Unidos de Norteamérica, los mismos que son de marcas reconocidas y óptimo funcionamiento.

1.4 MARCO LEGAL

Dentro de las leyes y parámetros legales en la República del Ecuador, el domicilio tributario de la empresa Representaciones Medicas Cía. Ltda. tenemos un marco muy amplio, debido a que la empresa en estudio es una persona jurídica, tiene nómina de empleados, realiza actividades de comercio con artículos importados, trabaja en licitaciones con el estado y genera utilidades y rendimientos financieros para sus accionistas dentro del territorio ecuatoriano.

CONSTITUCIÓN DEL ECUADOR

La empresa Representaciones Medicas Cía. Ltda. es una empresa dedicada a la importación de Insumos Médicos

Tomando en cuenta su esencia económica la empresa con frecuencia trabaja con el estado, mediante la “Contratación pública” en la página web del Sercop “Servicio Nacional de Contratación Pública”. De esta manera está propensa a que entidades de control como la Contraloría General de Estado pueda regular o auditar su normal funcionamiento.

Sección tercera

CONTRALORÍA GENERAL DEL ESTADO

Art. 211. La Contraloría General del Estado es un organismo técnico encargado del control de la utilización de los recursos estatales y la consecución de los objetivos de las Instituciones del Estado y de las Personas Jurídicas de derecho privado que dispongan de recursos públicos

Art. 212. Serán funciones de la Contraloría General del Estado, además de las que determine la ley.

- Dirigir el sistema de control administrativo que se compone de auditoría interna, auditoría externa y de control interno de las entidades del sector público y de las entidades privadas que dispongan de recursos públicos.
- Determinar responsabilidades administrativas y civiles culposas e indicios de responsabilidad penal, relacionadas con los aspectos y gestiones sujetas a su control, sin perjuicio de las funciones que en esta materia sean propias de la Fiscalía General del Estado.
- Expedir la normativa para el cumplimiento de las normativas.
- Asesorar a los órganos y entidades del Estado cuando se le solicite.(Consituyente, 2008, p 112)

SUPERINTENDENCIAS

Art. 213. La superintendencia son organismos técnicos de vigilancia, auditoría, intervención y control de las actividades económicas, sociales y ambientales, y de los servicios que prestan las entidades públicas y privadas, con el propósito de que estas actividades y servicios se sujeten al ordenamiento jurídico y atiendan al interés general. Las superintendencias actuarán de oficio o por requerimiento ciudadano. Las facultades específicas de las superintendencias y de las áreas que requieran control, auditoría y vigilancia de cada una de ellas se determinarán de acuerdo con la ley.

Las superintendencias serán dirigidas y representadas por las superintendentes o superintendentes. La ley determinará los requisitos que deban cumplir quienes aspiren a dirigir estas entidades. (Constituyente, 2008, p. 112)

SISTEMA ECONÓMICO Y POLÍTICAS ECONÓMICAS

Art. 283. El sistema económico es social y solidario; reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en

armonía con la naturaleza; y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir.

El sistema económico se integrará por las formas de organización económica pública, privada, mixta, popular y solidaria, y las demás que las Constitución determine. La economía popular y solidaria se regulará de acuerdo con la ley e incluirá a los sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios.

Art. 284 La política económica tendrá los siguientes objetivos.

- Asegurar una adecuada distribución del ingreso y de la riqueza nacional.
- Incentivar la producción nacional, la productividad y la competitividad sistemáticas, acumulación del conocimiento científico y tecnológico, la inserción estratégica en la Economía mundial y las actividades productivas complementarias en la integración regional.
- Proporcionar la incorporación del valor agregado con máxima eficiencia, dentro de los límites biofísicos de la naturaleza y el respeto a la vida y a las culturas.
- Impulsar el pleno empleo y valorar todas las formas de trabajo, con respeto a los derechos laborales.
- Mantener la estabilidad económica, entendida como el máximo nivel de producción y empleo sostenibles en el tiempo.
- Proporcionar el intercambio justo y complementario de los bienes y servicios en mercados transparentes y eficientes.
- Impulsar un consumo social y ambientalmente responsable. (Constituyente, 2008, p. 140)

CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIONES

Según el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones publicado en el registro oficial No.351 en Diciembre del 2010 que dice:

Art. 1.Ámbito.-Se rigen por la presente normativa todas las personas naturales y jurídicas y demás formas asociativas que desarrollen una actividad productiva, en cualquier parte del

territorio nacional. El ámbito de esta normativa abarcará en su aplicación el proceso productivo en su conjunto, desde el aprovechamiento de los factores de producción, la transformación productiva, la distribución y el intercambio comercial, el consumo, el aprovechamiento de las externalidades positivas y políticas que desincentiven las externalidades negativas.

Así también impulsará toda la actividad productiva a nivel nacional, en todos sus niveles de desarrollo y a los actores de la economía popular y solidaria; así como la producción de bienes y servicios realizada por las diversas formas de organización de la producción en la economía, reconocidas en la Constitución de la República. De igual manera, se regirá por los principios que permitan una articulación internacional estratégica, a través de la política comercial, incluyendo sus instrumentos de aplicación y aquellos que facilitan el comercio exterior, a través de un régimen aduanero moderno transparente y eficiente

Art. 2. Actividad Productiva. Se considerará actividad productiva al proceso mediante el cual la actividad humana transforma insumos en bienes y servicios lícitos, socialmente necesarios y ambientalmente sustentables, incluyendo actividades comerciales y otras que generen valor agregado.

Art. 3. Objeto.- El presente Código tiene por objeto regular el proceso productivo en las etapas de producción, distribución, intercambio, comercio, consumo, manejo de externalidades e inversiones productivas orientadas a la realización del Buen Vivir.

Esta normativa busca también generar y consolidar las regulaciones que potencien, impulsen e incentiven la producción de mayor valor agregado, que establezcan las condiciones para incrementar productividad y promuevan la transformación de la matriz productiva, facilitando la aplicación de instrumentos de desarrollo productivo, que permitan generar empleo de calidad y un desarrollo equilibrado, equitativo, ecoeficiente y sostenible con el cuidado de la naturaleza

Art. 4.Fines.-La presente legislación tiene, como principales, los siguientes fines:

d. Generar trabajo y empleo de calidad y dignos, que contribuyan a valorar todas las formas de trabajo y cumplan con los derechos laborales.

e. Generar un sistema integral para la innovación y el emprendimiento, para que la ciencia y tecnología potencien el cambio de la matriz productiva; y para contribuir a la construcción de una sociedad de propietarios, productores y emprendedores, está relacionado con la posibilidad de apertura de canchas deportivas de fútbol generadoras de trabajo al tratarse de un negocio innovador.

g. Incentivar y regular todas las formas de inversión privada en actividades productivas y de servicios, socialmente deseables y ambientalmente aceptables.

p. Facilitar las operaciones de comercio exterior.

Art. 5. Rol del Estado.- El Estado fomentará el desarrollo productivo y la transformación de la matriz productiva, mediante la determinación de políticas y la definición e implementación de instrumentos e incentivos, que permitan dejar atrás el patrón de especialización dependiente de productos primarios de bajo valor agregado.

Para la transformación de la matriz productiva, el Estado incentivará la inversión productiva, a través del fomento de:

a. La competitividad sistémica de la economía a través de la provisión de bienes públicos como la educación, salud, infraestructura y asegurando la provisión de los servicios básicos necesarios, para potenciar las vocaciones productivas de los territorios y el talento humano de las ecuatorianas y ecuatorianos. El Estado establecerá como objetivo nacional el alcance de una productividad adecuada de todos los actores de la economía, empresas, emprendimientos y gestores de la economía popular y solidaria, mediante el fortalecimiento de la institucionalidad y la eficiencia en el otorgamiento de servicios de las diferentes instituciones que tengan relación con la producción;

- b. El establecimiento y aplicación de un marco regulatorio que garantice que ningún actor económico pueda abusar de su poder de mercado, lo que se establecerá en la ley sobre esta materia;
- c. El desarrollo productivo de sectores con fuertes externalidades positivas a fin de incrementar el nivel general de productividad y las competencias para la innovación de toda la economía, a través del fortalecimiento de la institucionalidad que establece este Código;
- d. La generación de un ecosistema de innovación, emprendimiento y asociatividad mediante la articulación y coordinación de las iniciativas públicas, privadas y populares y solidarias de innovación y transferencia tecnológica productivas, y la vinculación de investigación a la actividad productiva. Así también fortalecerá los institutos públicos de investigación y la inversión en el mejoramiento del talento humano, a través de programas de becas y financiamiento de estudios de tercer y cuarto nivel;
- e. La implementación de una política comercial al servicio del desarrollo de todos los actores productivos del país, en particular, de los actores de la economía popular y solidaria y de la micro, pequeñas y medianas empresas, y para garantizar la soberanía alimentaria y energética, las economías de escala y el comercio justo, así como su inserción estratégica en el mundo;
- f. La profundización del acceso al financiamiento de todos los actores productivos, a través de adecuados incentivos y regulación al sistema financiero privado, público y popular y solidario, así como del impulso y desarrollo de la banca pública destinada al servicio del desarrollo productivo del país;
- g. La mejora de la productividad de los actores de la economía popular y solidaria y de las micro, pequeñas y medianas empresas, para participar en el mercado interno, y, eventualmente, alcanzar economías de escala y niveles de calidad de producción que le permitan internacionalizar su oferta productiva;

- h. Un desarrollo logístico y de infraestructura que potencie la transformación productiva, para lo que el Estado generará las condiciones para promover la eficiencia del transporte marítimo, aéreo y terrestre, bajo un enfoque integral y una operación de carácter multimodal;
- i. La producción sostenible a través de la implementación de tecnologías y prácticas de producción limpia; y,
- j. La territorialización de las políticas públicas productivas, de manera que se vayan eliminando los desequilibrios territoriales en el proceso de desarrollo

DE LA OBLIGACIÓN TRIBUTARIA ADUANERA

Art. 107.Obligación Tributaria Aduanera.- La obligación tributaria aduanera es el vínculo jurídico personal entre el Estado y las personas que operan en el tráfico internacional de mercancías, en virtud del cual, aquellas quedan sometidas a la potestad aduanera, a la prestación de los tributos respectivos al verificarse el hecho generador y al cumplimiento de los demás deberes formales.

Art. 108.Tributos al Comercio Exterior.- Los tributos al comercio exterior son: a. Los derechos arancelarios; b. Los impuestos establecidos en leyes orgánicas y ordinarias, cuyos hechos generadores guarden relación con el ingreso o salida de mercancías; y, c. Las tasas por servicios aduaneros. El Servicio Nacional de Aduana del Ecuador mediante resolución creará o suprimirá las tasas por servicios aduaneros, fijará sus tarifas y regulará su cobro. Los recargos arancelarios y demás gravámenes económicos que se apliquen por concepto de medidas de defensa comercial o de similar naturaleza, no podrán ser considerados como tributos en los términos que establece el presente Código, y por lo tanto no se regirán por los principios del Derecho Tributario.

Art. 109. Hecho Generador de la Obligación Tributaria Aduanera.- El Hecho Generador de la obligación tributaria aduanera es el ingreso de mercancías extranjeras o la salida de mercancías del territorio aduanero bajo el control de la autoridad aduanera competente

2. DIAGNOSTICO

3.1 AMBIENTE EXTERNO

Es importante aprovechar este análisis para identificar oportunidades y amenazas de la compañía, con el fin de identificar parámetros externos que inciden en el proceso de importación y su relación con en el mercado, existen diversos factores que afectan directa o indirectamente el ambiente externo de la empresa Representaciones Medicas Cía. Ltda., aspectos políticos, sociales, económicos, etc., ligados al desempeño de su actividad económica.

MACRO ENTORNO

Tabla 5. Factores Politicos

POLÍTICO:	
<p>Políticamente el país está fomentando el desarrollo de las empresas nacionales a través de leyes que ayudan a fomentar oportunidades y competitividad, se tomara en cuentas las políticas internas y externas ya que Representaciones Medicas Cía. Ltda. se relaciona directamente con políticas de comercio exterior.</p>	
<p>Estabilidad del Gobierno como Institucion central en la creacion de políticas</p>	<p>Nuestro país se ha caracterizado por ser un país inestable en los años previos a la famosa Revolución Ciudadana del Presidente Rafael Correa, el país tuvo dos presidentes que fueron destituidos cuando cumplían sus funciones y cuatro se sucedieron en el cargo, por este motivo no fue posible que el Ecuador logre que las finanzas públicas sean correctamente administradas</p>
<p>Políticas laborales y de seguridad Social</p>	<p>Crea seguridad tanto para el empleador como el empleado, fomentando políticas por medio de herramientas como el código de trabajo que promueven la equidad laboral.</p>
<p>Políticas relacionadas a la importacion de Insumos Medicos</p>	<p>De acuerdo a la resolución emitida por el COMEX el día miércoles 11 de marzo de 2015 entró en vigencia para aplicar salvaguardias de balanza de pagos a 2.800 partidas arancelarias. Las salvaguardias excluyen a los siguientes rubros (68% de las importaciones): materias primas, bienes de capital, medicinas y EQUIPOS MEDICOS</p>
<p>Políticas tributarias</p>	<p>Según Acuerdo Ministerial N°1151, publicado en el Registro Oficial 404 del 15 de Agosto del 2008, no graba IVA medicamentos e insumos medicos , el mismo que ya fue derogado el 03 de Agosto del 2011, indicando que solamente insumos medicos graba IVA 12%</p>

Fuente: Autora

Elaborado por: Autora

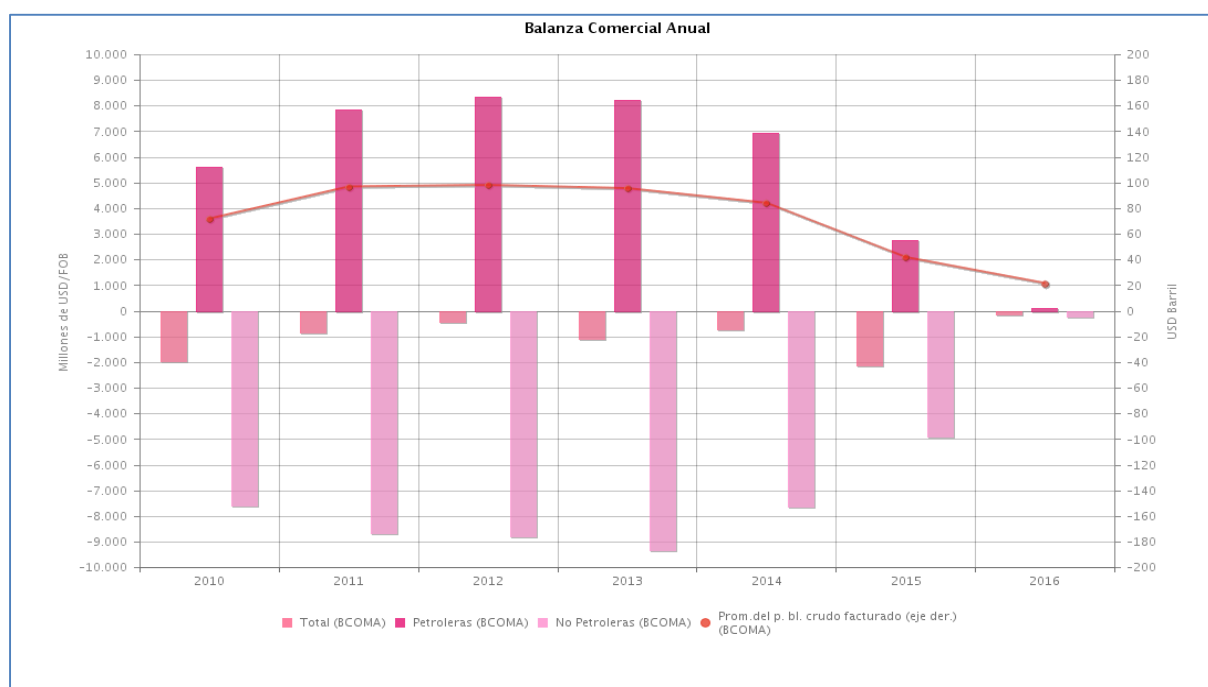
Tabla 6. Factores Económicos

ECONOMICA:	
En nuestro país se está protegiendo a la industria nacional razón por la cual se limita las importaciones y se potencia la producción nacional. Esto con el fin de crear puestos de trabajo y sostener la liquidez del país	
INFLACION	La inflación tiene una incidencia directa en el comercio y la industria medica, por consiguiente afecta a la empresa Representaciones Medicas Cia. Ltda, debido a que la reacción que tienen los productos con la inflación es el encarecimiento del costo. Por este motivo al incrementa la inflación, se incrementan los precios de los productos en oferta. El mercado reacciona de varias maneras. La que más daño haría a la empresa sería con la abstención por parte de la demanda hacia el producto final.
BALANCE COMERCIAL EN LAS IMPORTACIONES	Como sabemos la balanza de pagos es una identidad contable. Debe ser equitativa tanto en importaciones como en exportaciones. Si las importaciones son mayores a las exportaciones el gobierno pone restricciones a las importaciones en aranceles e imponiendo nuevas medidas o salvaguardias
PRODUCTO INTERNO BRUTO (PIB)	El incremento o disminución del PIB, afecta directamente a las finanzas de la empresa Representaciones Medicas Cia. Ltda. Cuando hay un recesión económica el estado toma medidas cautelares. Debido a que el PIB es el ingreso del país y si este indicador disminuye, va a afectar al presupuesto del estado, lo que obligará a buscar nuevas fuentes de ingreso o recaudación. Como nuevas políticas fiscales, o reestructuración de las que están vigentes.

Fuente: Autora

Elaborado por: Autora

Gráfico 1. Balanza Comercial (2000-2016)



Fuente: Banco Central del Ecuador (Central, Estadísticas Macroeconómicas, 2016)

Elaborado por: Banco Central del Ecuador.

Tabla 7. Balanza Comercial (2000-2016)

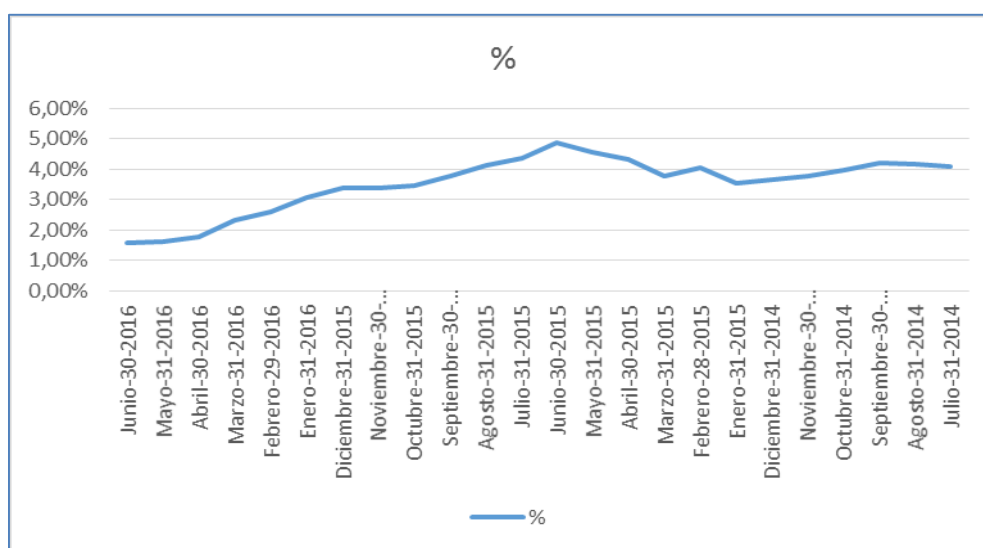
BALANZA COMERCIAL, (2000 - 2016)

Año	(Millones de USD/FOB)			Promedio del precio barril crudo facturado (USD Barril)
	TOTAL	PETROLERA	NO PETROLERA	
2000	1.438,4	2.162,2	-723,9	24,87396021
2001	498,8	1.650,4	-1.151,6	19,15661565
2002	-969,5	1.822,6	-2.792,0	21,82481421
2003	-31,5	1.874,0	-1.905,6	25,66274114
2004	177,7	3.238,9	-3.061,2	30,12535908
2005	531,7	4.154,9	-3.623,2	41,01107522
2006	1.448,8	5.163,6	-3.714,9	50,74873041
2007	1.414,2	5.750,2	-4.336,0	59,85864544
2008	1.081,0	8.362,8	-7.281,7	82,95387779
2009	-233,8	4.626,3	-4.860,2	52,56151828
2010	-1.978,7	5.630,4	-7.609,1	71,92847733
2011	-829,5	7.858,3	-8.687,8	96,93432208
2012	-440,6	8.350,7	-8.791,3	98,14414097
2013	-1.075,0	8.240,7	-9.315,7	95,6308944
2014	-723,2	6.916,9	-7.640,1	84,1590431
2015	-2.129,6	2.756,8	-4.886,4	41,87546859

Fuente: Banco Central del Ecuador (Central, Estadísticas Macroeconómicas, 2016)

Elaborado por: Banco Central del Ecuador

Gráfico 2. Inflación anual (Junio 2016/ Junio 2015)



Fuente: Banco Central del Ecuador (Central, Estadísticas Macroeconómicas, 2016)

Elaborado por: Banco Central del Ecuador

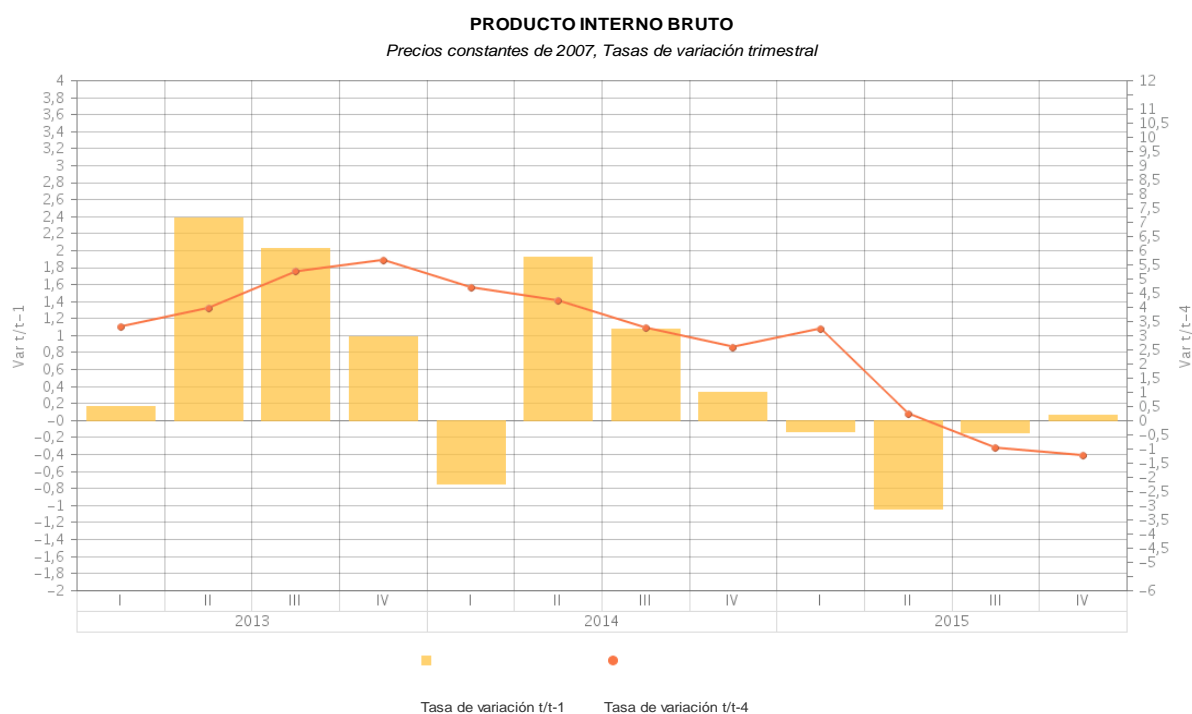
Tabla 8. Inflación anual (Junio 2016/ Junio 2015)

FECHA	%
Junio- 30- 2016	1,59%
Mayo- 31- 2016	1,63%
Abril- 30- 2016	1,78%
Marzo- 31- 2016	2,32%
Febrero- 29- 2016	2,60%
Enero- 31- 2016	3,09%
Diciembre- 31- 2015	3,38%
Noviembre- 30- 2015	3,40%
Octubre- 31- 2015	3,48%
Septiembre- 30- 2015	3,78%
Agosto- 31- 2015	4,14%
Julio- 31- 2015	4,36%
Junio- 30- 2015	4,87%
Mayo- 31- 2015	4,55%
Abril- 30- 2015	4,32%
Marzo- 31- 2015	3,76%
Febrero- 28- 2015	4,05%
Enero- 31- 2015	3,53%
Diciembre- 31- 2014	3,67%
Noviembre- 30- 2014	3,76%
Octubre- 31- 2014	3,98%
Septiembre- 30- 2014	4,19%
Agosto- 31- 2014	4,15%
Julio- 31- 2014	4,11%

Fuente: Banco Central del Ecuador (Central, Estadísticas Macroeconómicas, 2016)

Elaborado por: Banco Central del Ecuador

Gráfico 3. Producto Interno Bruto PIB (Trimestral)



Fuente: Banco Central del Ecuador (Central, Estadísticas Macroeconómicas, 2016)
Elaborado por: Banco Central del Ecuador

Tabla 9. Producto Interno Bruto PIB (Trimestral)

PRODUCTO INTERNO BRUTO
Precios constantes de 2007, Tasas de variación trimestral

Año	Trimestre	Tasa de variación t/t-1	Tasa de variación t/t-4
2011	I	1,1	7,7
2011	II	2,6	8,8
2011	III	1,5	8,7
2011	IV	0,9	6,3
2012	I	1,6	6,8
2012	II	1,7	5,9
2012	III	0,8	5,1
2012	IV	0,6	4,8
2013	I	0,2	3,3
2013	II	2,4	4,0
2013	III	2,0	5,2
2013	IV	1,0	5,7
2014	I	-0,7	4,7
2014	II	1,9	4,2
2014	III	1,1	3,3
2014	IV	0,3	2,6
2015	I	-0,1	3,2
2015	II	-1,0	0,2
2015	III	-0,1	-1,0
2015	IV	0,1	-1,2

Fuente: Banco Central del Ecuador (Central, Estadísticas Macroeconómicas, 2016)
Elaborado por: Banco Central del Ecuador

Tabla 10. Factores Tecnológicos y Sociales

TECNOLOGICA:	
<p>El desarrollo tecnológico va de la mano con el desarrollo industrial, lo cual no solo implica al gobierno como tal sino también a las empresas tanto públicas como privadas que integran el país. Dicho desarrollo es derivado de los avances científicos que tiene como resultado un alto nivel de competitividad.</p>	
INNOVACION Y ACCESO A LA TECNOLOGIA	<p>Representaciones Medicas Cía. Ltda. debe estar en constante innovación tecnológica, debido a que en el mercado médico a nivel mundial se requiere de altos estándares para satisfacer las necesidades del cliente. En cuanto al acceso a esta tecnología no hay limitación a la misma cuando existe una gestión de comercio exterior adecuada que garantice su disponibilidad, por lo cual la empresa acudirá a las ferias médicas más representativas.</p>
SOCIAL:	
<p>Ecuador ha potenciado la calidad de vida de sus ciudadanos al brindarle seguridad social en general, los ecuatorianos de diferentes culturas, creencias y clases sociales, económicas viven bajo normas en donde existen leyes que los protegen y amparan.</p>	
EMPRENDIMIENTO ENFOCADO AL BENEFICIO SOCIAL	<p>El emprendimiento enfocado a la creación de empresas o a su vez a la expansión de las mismas, mediante la creación de actividades complementarias al servicio de la comunidad de insumos médicos, el emprendimiento vital en el desarrollo de la sociedad Ecuatoriana, dado los varios beneficios que esto otorga.</p>

Fuente: Autora

Elaborado por: Autora

3.2 AMBIENTE INTERNO

MISION: Somos una empresa con objetivos claros y pleno conocimiento del mercado y de los productos utilizados en el área médica. Con esfuerzo y profesionalismo nos orientamos a ser una empresa líder dedicada a la Importación, Representación y Comercialización de productos médicos de calidad que esté acorde a un mercado de gran competitividad.

VISION: Nuestra visión principal es comercializar productos de calidad, de alta tecnología y que sean competitivos dentro del mercado nacional. Garantizamos excelencia en el servicio y atención a nuestros clientes, como un factor en el cual nos identifiquen ante profesionales en sus respectivas especialidades y en todas las áreas de salud tanto públicas como privadas.

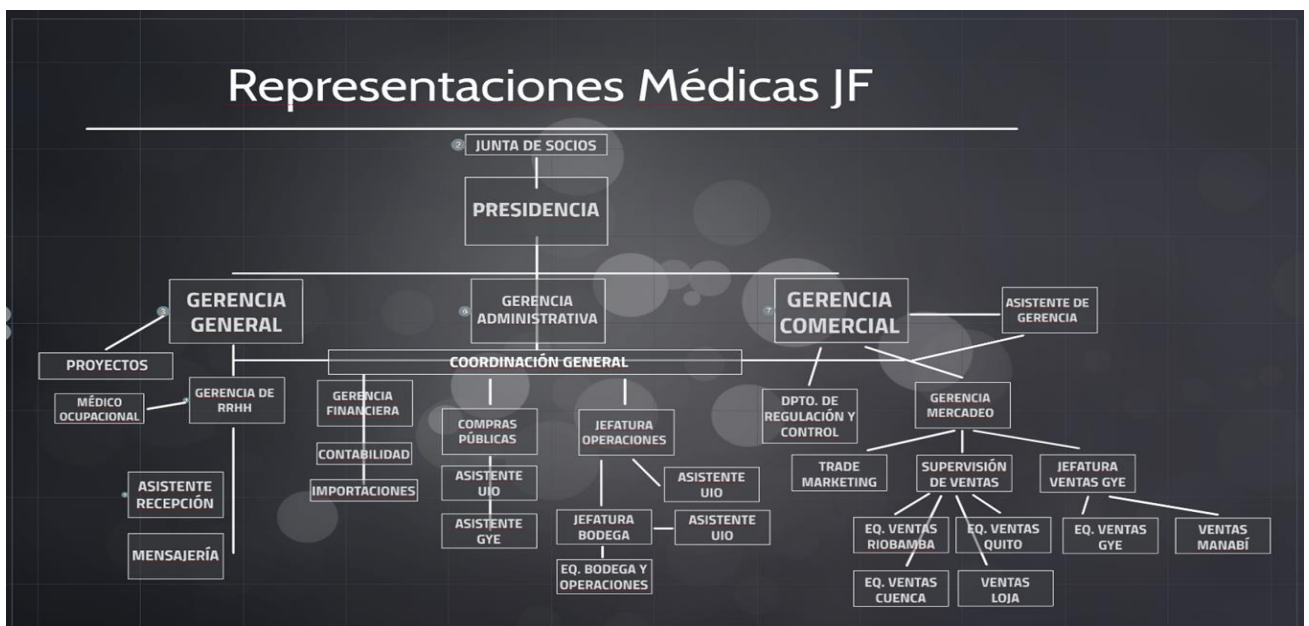
POLÍTICA DE CALIDAD: Somos una Empresa proveedora de Insumos Médicos a Clientes del sector de la salud, mediante un equipo humano competente, comprometido con el mejoramiento continuo de nuestro sistema, en cumplimiento con los requisitos legales y reglamentarios de nuestros clientes aplicables a los productos que comercializamos.

VALORES

- **ÉTICA:** Nuestros colaboradores se rigen por un Código de Conducta y Ética que reúne los principios básicos que deben guiar nuestro actuar diario para alcanzar estándares éticos cada vez más elevados, de manera que nuestro éxito se sustente en la honestidad, respeto, lealtad, integridad, responsabilidad y profesionalismo de sus colaboradores.
- **TRABAJO EN EQUIPO:** Con el fin de lograr con éxito el cumplimiento de nuestras obligaciones nos responsabilizamos de nuestras acciones y buscamos contribuir a las sociedades en las que trabajamos

- **EXCELENCIA EN EL SERVICIO:** Buscamos añadir valor y colaborar con nuestros clientes. Buscamos ser líderes del mercado con una perspectiva a largo plazo, aprovechando permanentemente las oportunidades de aprender, progresar y crecer.
- **HONESTIDAD:** Escuchamos, entendemos y valoramos a nuestros clientes y usuarios, colaboradores, proveedores y el gobierno.

Gráfico 4. Organigrama Representaciones Medicas Cia. Ltda.



Fuente: Empresa Representaciones Medicas Cia. Ltda.
 Elaborado por: Autora

Tabla 11. Proceso de Importación actual del Empresa Representaciones Médicas

PROCESO DE IMPORTACION ACTUAL EMPRESA REPRESENTACIONES MEDICAS CIA. LTDA.	
N°	ACTIVIDAD
1	Busqueda de proveedor internacional ferias, web, etc.
2	Comienzo de negociacion de tiempos de entrega, precios, forma de pago, etc
3	Aprobacion de factura proforma
4	Transferencia anticipo, inicio de fabricación
5	Transferencia saldo, fin de fabricación, antes del embarque
6	Instrucción para que la consolidadora de carga retire y embarque la carga
7	Llega la carga, inicio proceso aduanas
8	Pago tributos, aranceles, impuestos
9	Transporte interno
10	Ingreso a bodega
11	Ingreso a inventario y costeo final

Fuente: Empresa Representaciones Medicas Cia. Ltda.
Elaborado por: Autora

NOTA: No existe un proceso de importación de insumos medicos establecido dentro de la Empresa Representaciones Medicas Cia. Ltda.

Tabla 12. FODA

		FORTALEZAS	DEBILIDADES
		FACTORES INTERNOS	Personal altamente calificado y entrenado
FACTORES EXTERNOS	Conocimiento y experiencia en la importación de Insumos Médicos	Poco RRHH dentro de a empresa	
	Manejo y relación por varios años de proveedores externos	Ausencia Publicitaria	
	Stock adecuado y control de rotación	Procesos de control deficientes	
	Cobertura a nivel nacional	Falta de procesos y procedimientos bien definidos	
	Insumos medicos con tecnologia vanguardista y características unicas		
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS DO	
Necesidad productos y calidad de servicios	Dictar charlas dentro de empresas publicas para promover compras	Evaluar los canales adecuados para desarrollar campañas de promoción y publicidad, que nos permitan ampliar nuestro alcance a nivel de comunicación.	
Banca Nacional apoya a las Pymes	Actualizar posibles clientes a nuestra fuerza de ventas para mejorar el alcance de nuestros productos		
Apertura del mercado por conocimiento del producto		Realizar los tramites correspondientes con los bancos para la colocacion de puntos de venta en la oficina matriz.	
Nuevos mercados en provincias donde no se tenia presencias	Dictar workshops a medicos especialista y enfermeras a nivel nacional, para capacitar y ampliar conocimientos respecto a nuestros productos	Acudir periodicamente a ferias medicas para actualizacion de productos	
Productos innovadores			
AMENAZAS	ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS DA	
Alta demora en pago por parte de empresas publicas	Evaluar cuales son los productos con mayor rotacion, e incrementar su importacion para garantizar un inventario adecuado.	Pago de horas extras a empleados que requieran extender justificadamente su jornada laboral.	
Competencia desleal en cuanto a la procedencia y calidad	Incentivar a la actualizacion y a la autoeducacion por parte de los colaboradores de acuerdo a los cambios de mercado.	Evaluar y establecer nuevasa politicas de cobranzas que incentivena las empresas a cancelar oportunamente las facturas contraidas.	
Empresas unipersonale con politicas no definidas		Realizar alianzas que permitan nuevas formas de pago (creditos bancarios entre otros)	
Impuesto y/o regulaciones	Ajustar precios de venta para manternernos activos en el mercado.		

Fuente: Autora

Elaborado por: Autora

CADENA DE VALOR Y/O FUERZAS COMPETITIVAS.






CINCO FUERZAS DE PORTER

- PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS CLIENTES O COMPRADORES:** En cuanto al poder de negociación de los clientes podemos mencionar que la estrategia que se utilizará es el otorgar un precio preferencial por pronto pago y facilidades de pago con tarjetas de crédito con las cuales se realizarán alianzas para ofrecer planes de pago sin intereses. En vista de que se cuenta con amplio stock para entrega inmediata y se ofrece un producto de alta calidad la capacidad de negociación por parte de los clientes es limitada, para compensar la empresa ofrece servicio postventa y garantía en su producto.

- **PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES O VENDEDORES:** En China y Estado Unidos, existen diversos proveedores que fabrican insumos médicos y ofrecen mejores precios se mantiene una negociación valorable con las empresas Hudson y Wellmed, manteniendo calidad y producto adecuado en cuanto a precio, características y presentación para el mercado Ecuatoriano, como estrategia para mantener y mejorar las condiciones de negociación con el proveedor se plantea el coordinar la introducción de nuevos productos que no se utilizan en Ecuador como distribuidores e incrementar el uso de marca en los principales proyectos a ser instalados.
- **AMENAZA DE NUEVOS COMPETIDORES ENTRANTES:** En este mundo globalizado la amenaza de nuevos competidores es un factor real y posible, donde el emprendimiento juega un papel crucial. Nuevas empresas están siendo creadas con el fin de acaparar parte del mercado de insumos médicos, y dado que el acceso a tecnología capacitación no son inalcanzables estas nuevas empresas tienen una amplia posibilidad de crecer, diferenciarse y como resultado brindar un mejor servicio a profesionales del sector médico.
- **AMENAZA DE PRODUCTOS SUSTITUTOS:** La amenaza radica en la competitividad que el mercado ofrece. Sin embargo no en la del mercado de insumos médicos, pero si en los servicios que pudieren ofrecer empresas de nivel internacional las cuales poseen estándares superiores que podrían ser prestados a un precio inferior.
- **RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES:** Es la fuerza más poderosa ya que son empresas que ofrecen productos similares y que en algunos casos de difunde información y/o ofrece garantías extendidas que no se cumplen, se plantearan nuevas estrategias para minimizar su presencia en el sector como por ejemplo: brindar nuevos

servicios post venta y de publicidad en común y aumentar la publicidad en medios no tradicionales.

Tabla 13. Evaluación Competencia Representaciones Medias Cia. Ltda.

EVALUACIÓN COMPETENCIA						
Nombre del Competidor		Criterios a evaluar				Puntaje Total
		Calidad del producto o servicio	Cumplimiento en los tiempos de entrega	Cumplimiento en cantidad	Servicio durante y post venta	
	Prodimedia	3	3	5	3	14
	Gimpromed	2	3	5	3	13
	Braun	5	4	5	4	18
	Representaciones Medicas JF	4	3	5	4	16
	Banda Vanoni	3	4	5	3	15

Fuente: Autora

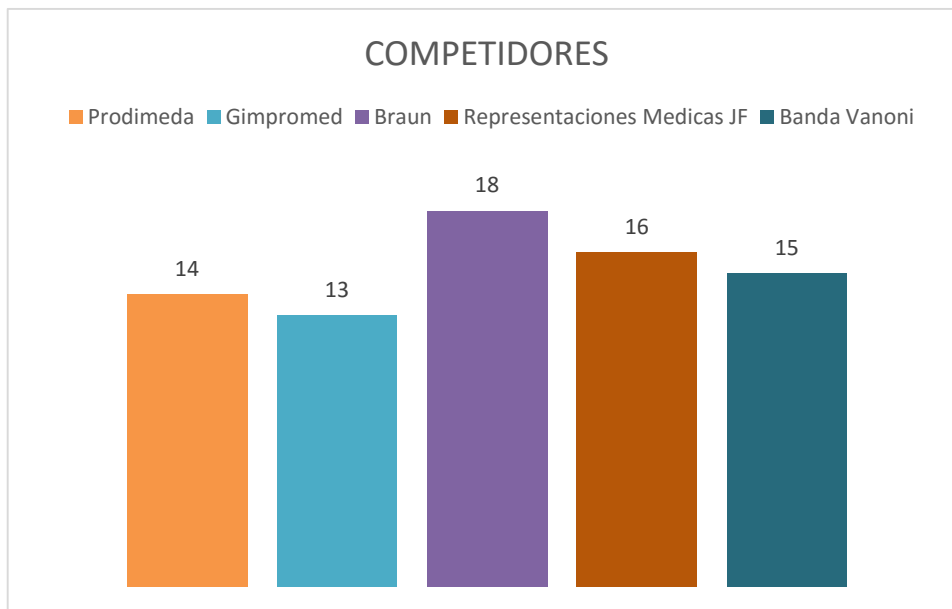
Elaborado por: Autora

Instrucciones:

La escala para calificación para evaluación de competidores es:

De 1 a 5, donde: 5 = Excelente, 4 = Bueno, 3 = Regular, 2 = Deficiente, 1= Malo

Gráfico 5. Evaluación Competencia Representaciones Medicas Cia. Ltda.



Fuente: Autora

Elaborado por: Autora

3. INVESTIGACION DE CAMPO

El proceso de investigación que se ha producido a partir de los problemas de proceso de importación de insumos médicos de la empresa Representaciones Medicas Cía. Ltda. se ha recolectado la mayor cantidad de información posible. En la investigación de campo se procede a captar y solicitar información de personas y sucesos directamente relacionados con la empresa.

Con el objetivo proporcionar datos y detalles necesarios para la investigación.

3.1 ELABORACIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

En base al estudio se van a realizar entrevistas, está dirigido al personal de la empresa, área comercio exterior y otro está dirigido a los expertos en el tema como ingenieros en finanzas y comercio exterior, etc.

Debido a que el método base de investigación es el de observación, el instrumento para la recolección de datos que se ha considerado el más conveniente y óptimo para la investigación es la entrevista.

FUNCIONARIO DE LA EMPRESA REPRESENTACIONES MEDICAS CÍA. LTDA.

1. ¿Explique brevemente el proceso de importación de insumos médicos que realiza su empresa?
2. ¿Qué normas de calidad debe cumplir los insumos médicos importados?
3. Considera que el procedimiento de importación existente crea beneficio para la empresa?
4. ¿Qué permisos previos se necesitan para la importación de insumos médicos?
5. ¿Cómo inciden los gastos de importación en la rentabilidad de la empresa?
6. ¿Que podría mejor en el proceso de importación existente en la empresa?
7. ¿Cómo afrontaría un alza en los precios de insumos médicos por parte de los proveedores?

FUNCIONARIO CANCELLERÍA

1. ¿Explique la relación actual del comercio internacional en nuestro país?
2. ¿Qué convenios internacionales benefician a nuestro país en la importación de productos médicos?
3. ¿Cuáles son los principales socios comerciales de nuestro país?
4. ¿Qué está haciendo actualmente para mejorar el comercio exterior en el Ecuador?
5. ¿Según su criterio como afectado a las empresas, las normas impuestas por el Gobierno al comercio exterior?

3.2 RECOLECCIÓN DE DATOS

Para el estudio la siguiente investigación, se ha considerado realizar tres entrevistas, serán entrevistas a expertos de comercio exterior, con el objetivo de conocer y aprovechar al máximo la experiencia de los mismos, la restante estará direccionada al Jefe de Importaciones de la Empresa Representaciones Medicas Cía. Ltda., la misma nos ayudara a tener una visión más amplia de la empresa.

3.3 PROCESAMIENTOS, ANALISIS E INTERPRETACIÓN

ENTREVISTA 1

Las entrevistas fueron ejecutadas exitosamente, absorbiendo la mayor cantidad de información por parte de los entrevistados se detallan de la siguiente manera:

Entrevistado: Ing. Francisco Andrade

Fecha: Lunes 20 de Junio del 2016 / 17:00pm

Entrevistador: Buenos tardes Ing. Francisco Andrade. Le agradezco infinitamente por su ayuda, estoy en este momento realizando la entrevista para la investigación sobre el tema planteado para mi plan de titulación que es “Análisis del proceso de importación de insumos médicos y su incidencia en la rentabilidad de la Empresa Representaciones Médicas Cia. Ltda en el año 2015”, voy a realizarle un banco de siete preguntas para analizar y estudiar el proceso de importación de Insumos Medicos de la Empresa Representaciones Medicas, empezaremos con la primera pregunta. ¿Explique brevemente el proceso de importación de insumos médicos que realiza su empresa?

Ing. Francisco Andrade:

Buenas tares Lorena para responder tu pregunta te explicare brevemente a que se dedica la empresa, nosotros importamos y distribuimos insumos médicos, prinicipalmente al Estado, no tenemos un proceso formal avalizado, el proceso es el

siguiente: Contacto y negociación con el proveedor internacional, definimos con ellos términos de la compra y forma de pago, se coordina el flete internacional con la consolidadora de carga que trabajamos, luego nacionalizamos los productos con ayuda de nuestro agente de aduana, los mismos que coordinan el transporte interno, cuando llega la carga verificamos que el pedido venga completo y correcto, ingresamos a nuestras bodega y a nuestra inventario contable.

Entrevistador:

Muchas gracias Ingeniero Andrade, voy a proceder con la segunda pregunta: ¿Qué normas de calidad deben cumplir los insumos médicos importados?

Ing. Francisco Andrade:

Actualmente tanto en los hospitales que comercializamos nuestros productos y en la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (Arcsa), los insumos médicos que ingresan al país deben tener ISO 13485 o buenas prácticas de manufactura (BPM), para nuestra legislación sirven cualquiera de las dos normas de calidad estas están enfocadas a los estándares de calidad que debe cumplir cada insumo medico para poder ser importado, comercializado y usado en el Ecuador.

Entrevistador: Gracias por su aporte Ing. la siguiente pregunta es. ¿Considera que el procedimiento de importación existente crea beneficio para la empresa?

Ing. Francisco Andrade: En la opinion de nuestra empresa, el proceso que estamos utilizando actualmente para las importaciones es el adecuado, basándonos en los resultados de los últimos años en los que hemos obtenido utilidad, tanto en los contratos con el gobierno como en el sector privado, además hemos cumplido con los tiempos propuestos, pero estamos concientes y abiertos a mejoras en el proceso, por que eso beneficiaria aun mas a la empresa.

Razon por la cual este tipo de investigaciones y opiniones de gente calificada que se encuentra fuera de la empresa puede ser tomada en cuenta para la mejora y beneficio Representaciones Medicas Cia. Ltda..

Entrevistador: Muchas gracias por su aporte Ing. la siguiente pregunta es: ¿Cómo inciden los gastos de importación en la rentabilidad de la empresa

Ing. Francisco Andrade: Los gastos de importación inciden directamente en la rentabilidad de la empresa ya que en base al costo del producto ya nacionalizado podemos obtener los márgenes de ganancia en cada proceso de venta de nuestros productos. Para explicar claramente no todos los negocios que se hacen con el estado son iguales hay casos en los que tenemos que bajar nuestro margen de ganancia casi al limite, para conservar el cliente y no perder el poder de la marca en el mercado; como existen otros casos en lo que podemos subir nuestro margen de utilidad por que los procesos permiten estos, pero todo esto se hace en base al costo de la importación.

Entrevistador: Muchas gracias Ing. Andrade la siguiente pregunta es: ¿Que podría mejor en el proceso de importación existente en la empresa?

Ing. Francisco Andrade: Analizando el proceso y nuestra cadena logística donde mas se ve afectado el costo del producto es en el transporte tanto internacional como interno, por esta razón el costo del producto cambia en cada importacion, ya que según las necesidades de la empresa se importa marítimo o aéreo.

Nuestra empresa tiene un solo proveedor de transporte y se lo mantiene por el tiempo de servicio que tiene con la empresa.

Entrevistador: Muchas gracias Ingeniero, esta es la última pregunta dentro del banco de las siete preguntas que es la siguiente: ¿Cómo afrontaría un alza en los precios de insumos médicos por parte de los proveedores?

Ing. Francisco Andrade: Es muy difícil que nuestros proveedores suban precios porque tenemos contratos en los que acordamos mantenerlos, además los proveedores están concientes que nuestra competencia vende productos similares y una alza de precios nos haría perder mercado.

En caso de que ocurriese un alza de precios, la empresa podría buscar otros proveedores del mismo producto en ferias medicas, web, etc., otra manera para afrontar un incremento sería que nuestro proveedor nos de un valor agregado a sus productos con capacitaciones, muestras gratis de productos, vistas técnicas.

ANALISIS:

De acuerdo a la entrevista realizada al Ing. Francisco Andrade, Jefe de Importaciones de la Empresa Representaciones Medicas, podemos concluir que la empresa no posee un proceso de importación definido, el funcionario reconoce que su falencia principalmente es la no diversificación de proveedores ya que trabajan con un proveedor habitual lo que provoca la estandarización de costos sin tomar en cuenta otras alternativas, esto afecta directamente al costo de producción de la empresa.

La empresa sin duda ha presentado rentabilidad en los últimos años ya que su cartera de clientes es totalmente las Entidades Publicas, sin embargo no podemos descartar la situación actual del país, por lo que la empresa deberá buscar alternativas de clientes y dinamizar sus productos incluyendo producción nacional.

ENTREVISTA 2

La segunda entrevista será realizada Ing. Ismael Tamayo, funcionario del Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana, con una larga experiencia en cargos referentes a comercio exterior, el objetivo de realizar esta entrevista será conocer el criterio profesional de un experto en relaciones internacionales.

Entrevistado: Ing. Ismael Tamayo

Fecha: Lunes 24 de Junio del 2016 / 15:00pm

Entrevistador: Estimado Ing. Tamayo, le agradezco por su tiempo, el motivo de la presente entrevista es netamente académico, por motivo de mi plan de titulación debo realizar a un experto en Negocios Internaciones, voy a proceder a realizarle 5 preguntas referente a los Negocios Internacionales en nuestro país ¿Explique brevemente la relación actual del comercio internacional en nuestro país?

Ing. Ismael Tamayo: Bueno Lorena , en un contexto de contracción generalizado del valor del comercio mundial, y tomando en cuenta que la estructura productiva del Ecuador se ha concentrado en productos básicos, la relación actual del comercio internacional de nuestro país atraviesa un estancamiento de sus exportaciones y un incremento en sus importaciones. Esto, debido factores externos como la baja del precio del petróleo y de varios commodities que forman parte de la canasta exportable del Ecuador; así como la apreciación del dólar y la devaluación de las monedas de los países de la región. En ese sentido, según datos del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), los volúmenes exportados por el Ecuador se han reducido en este año un 26% aproximadamente respecto al año 2015. Específicamente, 22% con la subregión, 11% con los países de América Latina y el Caribe, 44% con Estados Unidos, 44% con China y 4% con los países de la Unión Europea.

Esta reducción tiene una relación directa con la baja de los precios del petróleo y por la reducción de la demanda de nuestros productos por parte de los Estados Unidos principal socio comercial de nuestro país. Cabe señalar que este país representa el 40% de participación sobre las exportaciones totales del Ecuador, seguido por Chile, Vietnam, Rusia y la Unión Europea.

Así mismo, Estados Unidos es el principal mercado de destino de nuestras exportaciones no petroleras (camarón, langostino, y oro en bruto, banano, rosas, cacao) con el 28% de participación seguido de la Unión Europea que alcanza un 24%. La perspectiva de reversión de esta tendencia negativa está asociada a la con un escenario en el que se estabilicen, y eventualmente mejoren, las cotizaciones de los productos básicos y se produzca una aceleración de la demanda externa de China y los Estados Unidos.

Entrevistador: Muchas gracias por su apreciación y conocimiento Ing. Tamayo, la siguiente pregunta es, ¿Qué convenios internacionales benefician a nuestro país en la importación de productos?

Ing. Ismael Tamayo: Bueno, en primer lugar, se debe considerar que el Ecuador así como los demás países de América Latina, hemos definido nuestra participación en el comercio internacional como proveedores de bienes primarios y receptores de manufacturas industriales con mayor valor agregado e intensivas en conocimiento. La composición de las importaciones del Ecuador se ha basado en materias primas, bienes de capital y bienes de consumo, teniendo entre sus principales proveedores en primer lugar a los Estados Unidos, seguido de países latinoamericanos y la Unión Europea.

Dicho lo anterior, el Ecuador requiere de una política comercial que priorice la importación de insumos de última tecnología, implementar procesos de incorporación de conocimiento, y establecer un cambio de matriz productiva que promuevan la diversificación productiva en nuevos sectores que generen la conformación de nuevas industrias con alta productividad y competitividad, sustentables y sostenibles, de tal manera que se impulse la inversión pública y privada, con proyección a salir del extractivismo.

En esa línea, considero que los acuerdos internacionales que nos convienen son aquellos que beneficien el desarrollo del país, permitiendo la inclusión de elementos de transformación productiva, la incorporación de valor agregado y una adecuada inserción estratégica internacional. Para ello, es importante buscar nuevos socios comerciales, diversificar nuestros mercados, privilegiando el comercio intrarregional principalmente con nuestros vecinos quienes son los receptores de los productos con mayor valor agregado que producimos.

Como dato adicional se debe tomar en cuenta que el comercio intrarregional entre los países suramericanos apenas alcanza el 19%, lo cual se considera que existe un gran potencial de mercado en esta región, así como de complementariedad y de integración. Como ejemplo se podría señalar el reciente caso en el que Ecuador está vendiendo energía a Colombia.

Adicionalmente, no hay que perder de vista la importancia de nuestros mercados tradicionales como por ejemplo el europeo con el cual se está negociando un acuerdo comercial que se prevé entrará en vigor en el 2017.

Entrevistador: Muchas gracias Ing., la siguiente pregunta es, ¿Cuáles son los principales socios comerciales de nuestro país?

Ing. Ismael Tamayo: Los Estados Unidos se han convertido en el patrón geográfico del comercio ecuatoriano siendo nuestro mayor socio comercial. Buena parte de las exportaciones principalmente petroleras tiene como destino a Estados Unidos. Igualmente, los países de la Unión Europea de Asia y de América Latina se constituyen en importantes socios para nuestras exportaciones no petroleras. De los países de la región Colombia, Perú, Venezuela, Chile, Argentina, Brasil y México son nuestros principales socios,

Otros destinos importantes para las exportaciones no petroleras ecuatorianas son Rusia, Vietnam, Alemania, China, Francia, Reino Unido, Turquía, España, Italia.

En el 2015 Ecuador exporto productos por un total US\$ 15.698 millones representando según cifras oficiales una disminución del 28,8% en relación al año 2014. La acuicultura, el banano y plátano, la pesca, las flores y plantas, el cacao, se constituyen en los principales sectores de exportación.

Entrevistador: Ing. La siguiente pregunta es, ¿Qué se está haciendo actualmente para mejorar el comercio exterior en el Ecuador?

Ing. Ismael Tamayo: Siendo el Ecuador un país en vías de desarrollo, es necesaria una adecuada inserción en los mercados internacionales, atraer mayor inversión extranjera, dinamizar y aumentar las exportaciones no petroleras y superar el modelo primario exportador y extractivista.

Para ello, coincido con las apreciaciones de diversificar los mercados, buscar el acceso a mercados, continuar impulsando el cambio de la matriz productiva y matriz energética, simplificar trámites administrativos referentes al comercio, incluir a los actores de la economía popular y solidaria, así como las micro, pequeñas y medianas empresas, sin dejar de trabajar con los grandes empresarios.

Respecto de las acciones que se están realizando para mejorar el comercio, se han emprendido y se están emprendiendo varias iniciativas desde el Gobierno y que abren un marco de referencia para la participación privada y de emprendimientos, estas acciones son:

- Promoción de la Marca país Ecuador Ama la Vida, que incluye el fomento de productos ecuatorianos bajo el paraguas de esta marca.
- Desarrollo de estrategias de logística internacional con el objetivo de facilitar la internacionalización de las empresas ecuatorianas, mediante la creación de plataformas logísticas y de negocios y otros instrumentos para la facilitación de la consolidación, transporte, distribución y comercialización de productos
- Alianzas público privadas, que tiene por objeto estimular la generación de un mayor número de emprendimientos que se ejecuten bajo la modalidad de asociaciones público-privadas, permitirá que las inversiones que se ejecuten bajo esta modalidad obtengan las exenciones al impuesto a la renta, al impuesto a la salida de divisas, a los tributos al comercio exterior, entre otros.
- Concesiones de puertos para mejorar su eficiencia y para que puedan llegar barcos portacontenedores de alto calado.

- Cambio de la matriz energética con la construcción de las centrales hidroeléctricas que permitirán exportar energía a los países vecinos y ahorrar millones de dólares al Estado.
- Se están promoviendo acuerdos comerciales y atracción y protección de inversiones que fomenten la transformación productiva, con países como Turquía, Corea del Sur, la Alianza del Pacífico. Actualmente el acuerdo comercial con la Unión Europea se constituye en el más importante.
- Otra acción significativa es la promoción de macro ruedas de negocios a través de pro ecuador con el objetivo de estimular el aparato económico del país y el crecimiento individual de las empresas que participen.

Entrevistador: Gracias Ing. la pregunta siguiente es la ultima del banco de preguntas, ¿Según su criterio como afectado a las empresas, las normas impuestas por el Gobierno al comercio exterior?

Ing. Ismael Tamayo: Las medidas arancelarias tomadas por el gobierno principalmente a través de las salvaguardias, han afectado a las empresas en la subida de impuestos y esto directamente al consumo, lo que ha causado recientemente el cierre de algunas empresas del sector textil, como es el caso más reciente de las tiendas de ropa Diesel.

Otro sector que se ha visto afectado es el automotor con la reducción de los cupos de importación de vehículos, y las ventas que se han desplomado, así como los electrodomésticos y artículos electrónicos

Además las sobretasas en alimentos importados como frutas, conservas, enlatados y otros, también han sufrido afectaciones en los precios principalmente a los importadores de frutas. Lo que ocurre es que, al imponerse una tasa arancelaria a un producto, este se encarece y los consumidores pueden optar por buscar un sustituto. Esto ocasiona el incremento de la

demanda del producto sustituto y el precio de este aumenta sin necesidad de ponerle una salvaguardia, lo que provoca una inflación y el contrabando. Esto ha generado a su vez, que los ecuatorianos se trasladen a Ipiales – Colombia en busca de productos de primera necesidad más baratos.

ANALISIS:

De acuerdo a la entrevista realizada debemos concluir que el Ecuador deberá considerar la sustitución de importaciones permitiendo el mejoramiento de la capacidad productiva, la calidad, y los servicios que la industria nacional puede brindar a los consumidores.

La sustitución de importaciones se deberá realizar en forma conjunta, acompañada por compromisos de inversión de empresas ecuatorianas y firmas extranjeras que operan en el país, las oportunidades y beneficios que estos cambios pueden traer pueden ser muy beneficiosos tanto para el Gobierno, empresarios y consumidores, si existe una adecuada planeación y ejecución.

FASE 3. VALIDACIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO

1. RESUMEN DE OBSERVACIÓN

La empresa Representaciones Medicas Cia. Ltda. fue constituida en 1998 permaneciendo 18 años en el mercado de la importación y comercialización de insumos médicos, reconocida por su capacidad de prestar un servicio altamente confiable, con calidad, efectividad y eficiencia, la empresa se caracteriza por sus diversificación de productos, la mayoría de ellos son importados siendo sus principales proveedores son Asia y Estados Unidos.

De acuerdo a las entrevista realizada al Jefe de Importaciones de la Empresa Representaciones Medicas, podemos determinar que el proceso de importación es llevado a cabo de manera empírica sin ningún tipo de estandarización; dicho proceso es igual para productos que deben cumplir requisitos ya sean técnicos o de calidad.

El único Incoterm que la empresa maneja para la importación de sus productos es EXW, la responsabilidad del proveedor terminará cuando la mercadería se encuentre lista en la fábrica o bodega del país de origen, desde aquel momento los costos y los riesgos que implican el proceso de importación serán asumidos por la empresa Representaciones Medicas Cia. Ltda, al trabajar solamente con un tipo de incoterm la empresa estaría estandarizando el tiempo y costo de importación sin tomar en cuenta otras alternativas.

Encerrarse en un solo tipo de incoterm crea una rutina que puede ser riesgosa para la empresa, en la investigación realizada pudimos determinar que la empresa importa sin póliza de seguro para la mercancía, es decir si ocurriera un siniestro la pérdida sería asumida totalmente por la empresa, esto significaría no solo la pérdida del costo de la carga sino también pago de multas en los hospitales por el no cumplimiento de entregas hasta poder quedar inhabilitados por dos años en concursos con el Estado por contratistas fallidos.

Una de las estrategias que la empresa maneja es la oferta de productos nuevos e innovadores, previo a la emisión del permiso sanitario de cada uno de ellos, por lo que al momento de realizar pedidos a su proveedor los productos que solicitan en la mayoría de los casos no se encuentran disponibles en stock, actividad que genera un tiempo considerable de espera.

A pesar del contacto directo que posee la empresa con sus proveedores, se puede observar que el envío de proformas o documentos provocan que exista un retraso en la importación, razón por la cual habría que considerar establecer tiempos de entrega de esta información con el mismo.

Es importante recalcar que todos los productos que ofrece la empresa son importados, es por lo cual se vera la opción de incorporar una cartera de productos nacionales para la comercialización de los mismos con los clientes de la empresa.

De acuerdo a la investigación realizada se podrá determinar estrategias tomando en cuenta las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la empresa Representaciones Medicas Cia. Ltda. Como son:

ESTRATEGIAS FO

- Dictar charlas dentro de empresas publicas para promover compras
- Acualizar posibles clientes a nuestra fuerza de ventas para mejorar el alcance de nuestros productos
- Dictar workshops a medicos especialista y enfermeras a nivel nacional, para capacitar y ampliar conocimientos respectos a nuestros productos

ESTRATEGIAS DO

- Evaluar los canales adecuados para desarrollar campañas de promocion y publicidad, que nos permitan ampliar nuestro alance a nivel de comunicación.
- Realizar los tramites correspondientes con los bancos para la colocacion de puntos de venta en la oficina matriz.

- Acudir periodicamente a ferias medicas para actualizacion de productos

ESTRATEGIAS FA

- Evaluar cuales son los productos con mayor rotacion, e incrementar su importacion para garantizar un inventario adecuado.
- Incentivar a la actualizacion y a la autoeducacion por parte de los colaboradores de acuerdo a los cambios de mercado.
- Ajustar precios de venta para manternernos activos en el mercado.

ESTRATEGIAS DA

- Pago de horas extras a empleados que requieran extender justificadamente su jornada laboral.
- Evaluar y establcer nueva politica de cobranzas que incentiven a las empresas a cancelar oportunamente las facturas contraidas.
- Realizar alianzas que permitan nuevas formas de pago (creditos bancarios entre otros)

2. INDUCCIÓN

La empresa Representaciones Medicas Cia. Ltda., no posee un proceso determinado de importación de insumos médicos, es por lo cual ha presentado problemas en entregas tardias, acogiéndose al pago de moras. La falta de estadarizacion de actividades, tiempo limite para cada actividad y el numero de recurso humano implicado, logra que la empresa no incremente su rentabilidad tomando en cuenta que todos los productos que ofrece la empresa son importados y dependen directamente del costo de importación para determinar la rentabilidad. Los estados financiero al 31 de Diciembre del 2014, demuestran que la empresa no ha priorizado la búsqueda de la rentabilidad

3. HIPÓTESIS

El establecimiento de un proceso de importación incidirá directamente a la rentabilidad de la Empresa Representaciones Medicas Cia. Ltda.

4. PROBAR LA HIPÓTESIS POR EXPERIMENTACIÓN.

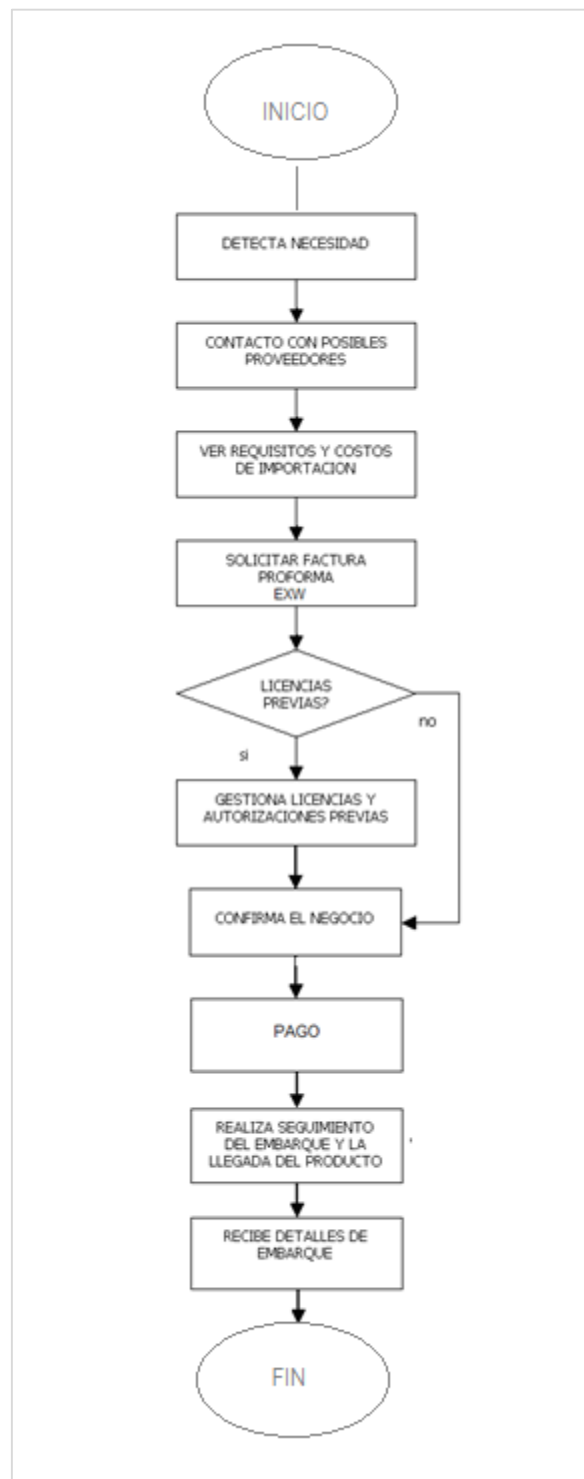
De acuerdo a lo observado en la investigación el proceso de Importación de insumos medicos de la Empresa Representaciones Medicas Cia. Ltda. es llevado de manera empírica es decir sin ningún tipo de estandarización de sus actividades sin tiempos reales ni costeos exactos por lo que se evindecia pagos excesivos en algunas partes del proceso.

Se pudo evidenciar que el proceso de importación no posee ningún planificación previa, pues se toma en cuenta solamente el recurso económico que dispone la empresa, mas no la rotación de inventario o los productos históricos mas vendidos, en cuanto al recurso humano no tienen definido cuantas personas realmente intervienen, ya que según la necesidad de la empresa se van sumando al proceso en cuestión.

No podemos dejar de considerar el tiempo estimado de importación utilizando transporte marítimo con el proveedor habitual en Asia la empresa Representaciones Medicas, el tiempo estimado de importación es de 55 días.

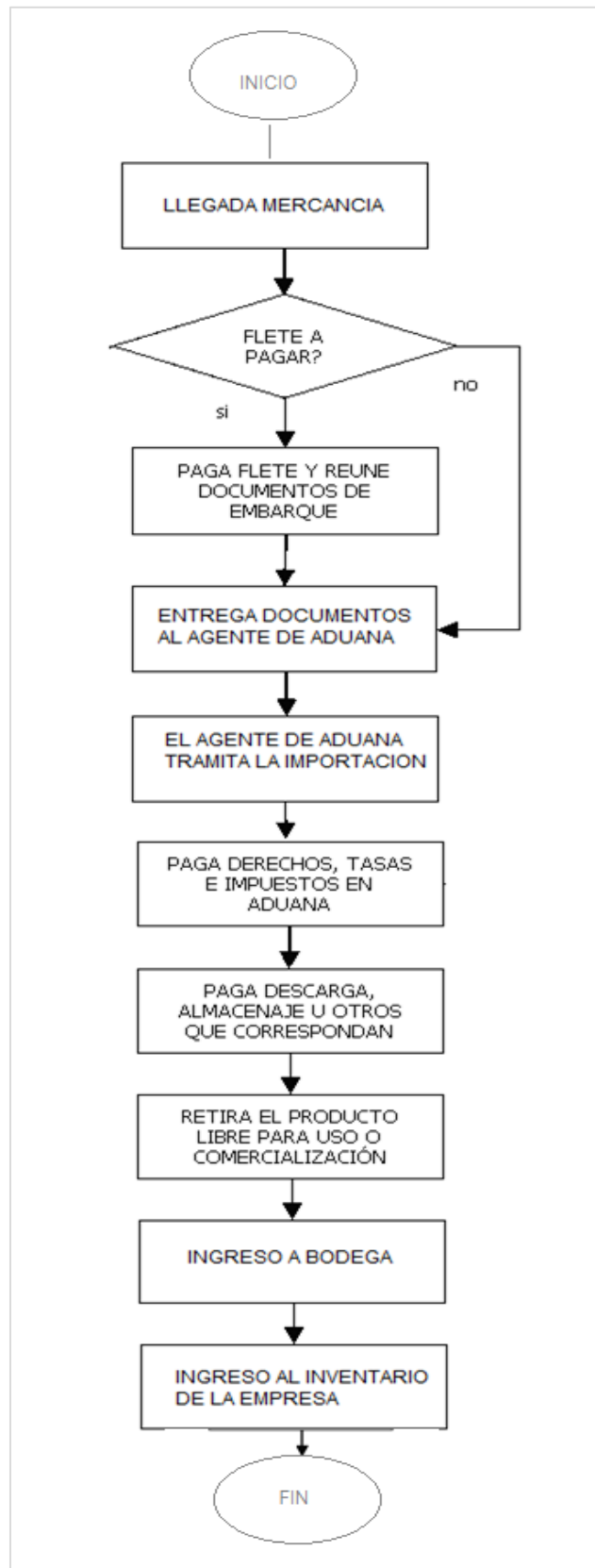
FLUJOGRAMA – PROCESO DE IMPORTACIÓN

Gráfico 6. Mejora en el proceso de Importacion de Representaciones Medicas Cia. Ltda.



Fuente: Autora
Elaborado por: Autora

Gráfico 7. Proceso de Importación



Fuente: Autora
Elaborado por: Autora

Tabla 14. Proceso de Importación con mejoras planteadas Empresa Representaciones Médicas

EMPRESA REPRESENTACIONES MEDICAS CIA. LTDA.								
FORMATO: TIEMPOS Y MOVIMIENTOS								
GRAFICA DEL PROCESO DE IMPORTACION DE INSUMOS MEDICOS								
Fecha: 29/06/2016				Elaborado por: Lorena Moncayo				
Nº	ACTIVIDAD	TIPO DE ACTIVIDAD					TIEMPO (HORAS)	RESPONSABLE
		●	➔	■	■	▼		
1	Detecta necesidad	●					24:00:00	Gerencia General
2	Contacto con Posibles proveedores	●					24:00:00	Dep. de Importaciones
3	Ver requisitos y costos de importacion			●			4:00:00	Dep. de Importaciones
4	Solicitar Factura Proforma EXW	●					48:00:00	Dep. de Importaciones
5	Confirma el negocio			●			1:00:00	Gerente Comercial
6	Pago de factura recibida	●					4:00:00	Dep Financiero
7	Seguimiento del embarque y llegada del producto					●	0:30:00	Dep Importaciones
8	Recibe detalles de Embarque			●			0:30:00	Dep Importaciones
9	Llegada de mercancía (Asia Maritimo)			●			1080:00:00	Consolidadora de Carga
10	Pago de flete y reúne documentos del embarque	●					1:00:00	Dep. Financiero
11	Entrega de documentos al agente de aduana	●					1:00:00	Dep. de Importaciones
12	Agente de aduna tramita la importacion	●					1:00:00	Agente de Aduana
13	Pago derechos, tasas e impuestos de aduana	●					1:00:00	Dep. Financiero
14	Pago descarga almacenaje u otros que correspondan	●					0:30:00	Agente de Aduana
15	Retira del producto libre para uso o comercializacion		●				6:00:00	Agente de Aduana
16	Ingreso a Bodega			●			1:00:00	Bodegueros
17	Ingreso al inventario de la empresa.					●	1:00:00	Contabilida y Bodega
TOTAL		9	1	5	0	1	1198:30:00	

TOTAL TIEMPOS CONVERTIDO (DIAS)	50 DIAS
--	---------

RESUMEN	
●	OPERACIONES
➔	TRANSPORTE
■	CONTROLES
■	ESPERA
▼	ALMACENAMIENTOS

Fuente: Autora

Elaborado por: Autora

Una vez que los procesos de mejora han sido levantados se establece propuestas de mejora, existen factores que no son manejables para la empresa debido a causas ajenas así como también otros que dependen de una correcta gestión.

Tabla 15. Comparacion-Costos proceso actual y propuesto

COSTOS DE IMPORTACION ACTUALES DE EMPRESA REPRESENTACIONES MEDICAS CIA. LTDA.			
N°	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	COSTO MENSUAL
1	Busqueda de proveedor internacional ferias, web, etc.	Importaciones, gerencia general y comercial	\$ 7.300,00
2	Comienzo de negociacion de tiempos de entrega, precios, forma de pago, etc	Importaciones	\$ 300,00
3	Aprobacion de factura proforma	Importaciones	\$ 300,00
4	Transferencia anticipo, inicio de fabricación	Financiero	\$ 650,00
5	Transferencia saldo, fin de fabricacion, antes del embarque	Financiero	\$ 650,00
6	Instrucción para que la consolidadora de carga retire y embarque la carga	Consolidadora de carga	\$ 2.500,00
7	Llega la carga, inicio proceso aduanas	Agente de aduana	\$ 112,50
8	Pago tributos , aranceles , impuestos	Financiero	\$ 650,00
9	Transporte interno	Agente de aduana	\$ 112,50
10	Ingreso a bodega	Bodega	\$ 500,00
11	Ingreso a inventario y costeo final	Bodega y contabilidad	\$ 1.000,00
TOTAL			\$ 14.075,00

Disminucion Mensual	\$ 800,00
Variacion %	-6%

COSTOS DE IMPORTACION CON PROPUESTAS DE MEJORA DE EMPRESA REPRESENTACIONES MEDICAS CIA. LTDA.			
N°	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	COSTO MENSUAL
1	Detecta necesidad	Gerencia General	\$ 4.000,00
2	Contacto con Posibles proveedores	Dep. de Importaciones	\$ 300,00
3	Ver requisitos y costos de importacion	Dep. de Importaciones	\$ 300,00
4	Solicitar Factura Proforma EXW	Dep. de Importaciones	\$ 300,00
5	Confirma el negocio	Gerente Comercial	\$ 3.000,00
6	Pago de factura recibida	Dep Financiero	\$ 650,00
7	Seguimiento del embarque y llegada del producto	Dep Importaciones	\$ 300,00
8	Recibe detalles de Embarque	Dep Importaciones	\$ 300,00
9	Coordinacion pick up y Flete Int de la carga	Consolidadora de Carga	\$ 800,00
10	Pago de flete y reúne documentos del embarque	Dep. Financiero	\$ 650,00
11	Entrega de documentos al agente de aduana	Dep. de Importaciones	\$ 300,00
12	Agente de aduna tramita la importacion	Agente de Aduana	\$ 75,00
13	Pago derechos, tasas e impuestos de aduana	Dep. Financiero	\$ 650,00
14	Pago decarga almacenaje u otros que correspondan	Agente de Aduana	\$ 75,00
15	Retira del producto libre para uso o comercializacion	Agente de Aduana	\$ 75,00
16	Ingreso a Bodega	Bodegueros	\$ 500,00
17	Ingreso al inventario de la empresa.	Contabilida y Bodega	\$ 1.000,00
TOTAL			\$ 13.275,00

Fuente: Autora
Elaborado por: Autora

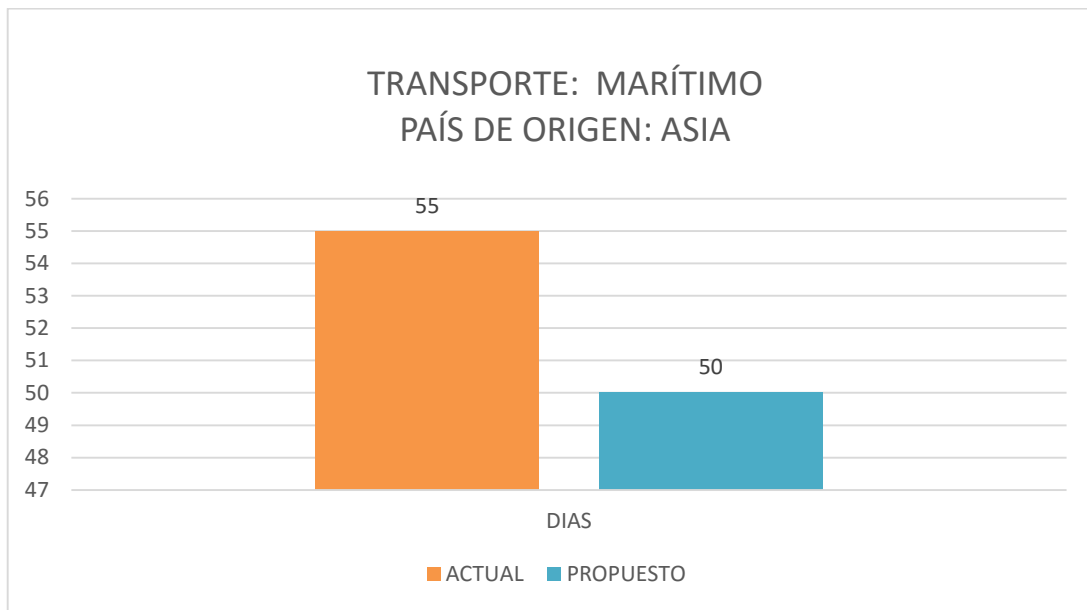
Tabla 16. Analisis de estrategias para el mejoramiento de Proceso de Importación

ACTIVIDADES	SITUACION ACTUAL	SITUACION ESPERADA
PRECIO FLETES INTERNACIONALES	Proveedor historico, la empresa Representaciones Medicas trabaja con su proveedor habitual desde sus inicios.	Se cotizara con varias consolidadoras para la respectiva comparacion de costos
TIEMPO DESADUANIZACION PRODUCTOS	El tiempo establecido por el proveedor habitual esta alrededor 5 dias maritimo 4 dias aereo	Se seleccionara proveedores que reduzcan el tiempo de desaduanizacion: 3 dias maritimo 4 dias aereo
PRECIO FLETES NACIONALES	Proveedor historico, la empresa Representaciones Medicas trabaja con su proveedor habitual desde sus inicios.	Se cotizara con varias consolidadoras para la respectiva comparacion de costos
CAPACITACION DEL PERSONAL	El proceso actual esta liderado por el Jefe de Importaciones de la empresa y su asistente administrativo	El proceso de importacion puede ser realizado por el Jefe de Importaciones solamente, reduciendo el costo de salarios y los correspondiente beneficios de ley.
TIEMPOS DE ENTREGA	La empresa realiza entregas tardias, acogendose a moras por incumplir los plazos establecidos	Con la estadarizacion de procesos, la empresa lograra un establecer tiempos limites para cada actividad cumpliendo con objetivos y plazos establecidos en contratos previamente contraidos

Fuente: Autora

Elaborado por: Autora

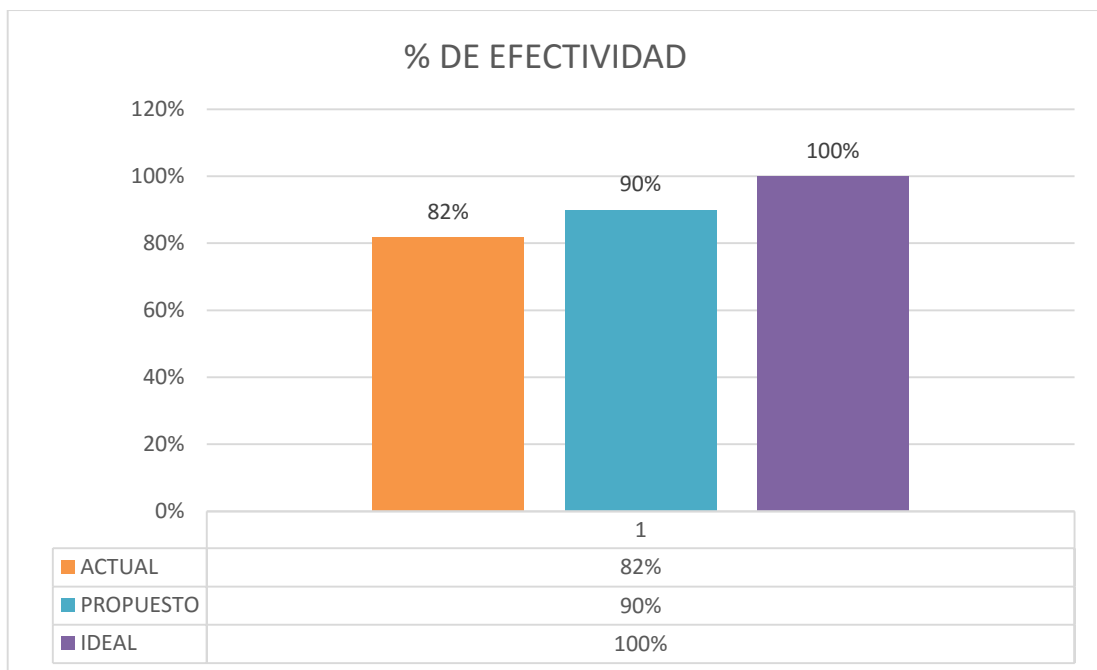
Gráfico 8. Mejora disminución tiempo flete Internacional



Fuente: Autora

Elaborado por: Autora

Gráfico 9. Efectividad en disminución tiempo flete Internacional








Fuente: Autora

Elaborado por: Autora

NUEVA CARTERA DE PRODUCTOS QUE INCORPOREN LA PRODUCCIÓN NACIONAL.

Tabla 17. Evaluación de competencia producción Nacional

EVALUACIÓN COMPETENCIA						
Nombre del Competidor		Criterios a evaluar				Puntaje Total
		Calidad del producto o servicio	Cumplimiento en los tiempos de entrega	Cumplimiento en cantidad	Servicio durante y pos venta	
	Prodimedia	3	3	5	3	14
	Gimpromed	2	3	5	3	13
	Braun	5	4	5	4	18
	Representaciones Medicas JF	4	3	5	4	16
	Banda Vanoni	3	4	5	3	15

Fuente: Autora

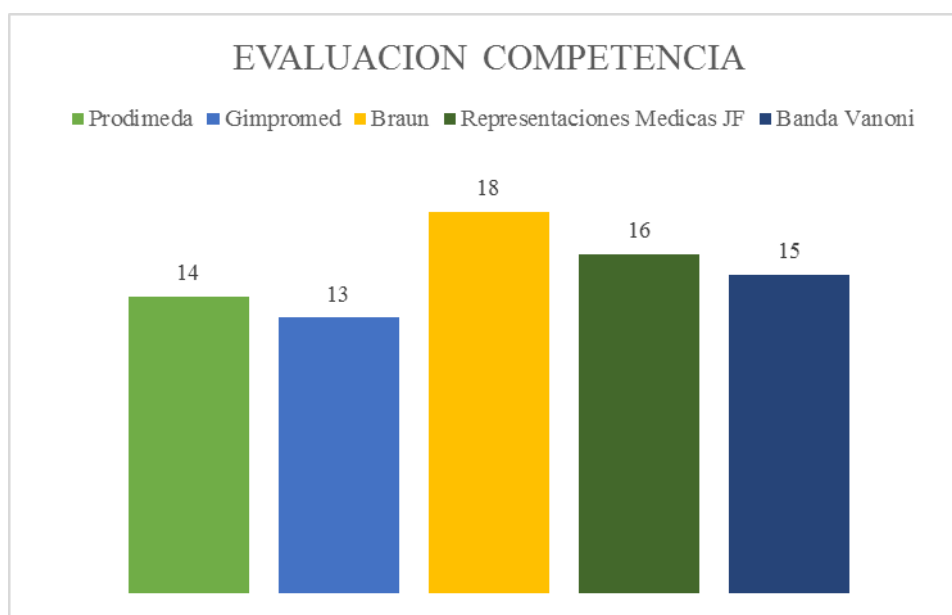
Elaborado por: Autora

Instrucciones:

La escala para calificación para evaluación de cometidores es:

De 1 a 5, donde: 5 = Excelente, 4 = Bueno, 3 = Regular, 2 = Deficiente, 1= Malo

Gráfico 10. Evaluación competencia producción nacional



Fuente: Autora

Elaborado por: Autora

Instrucciones:






La escala para calificación para evaluación de proveedores es:

De 1 a 5, donde: 5 = Excelente, 4 = Bueno, 3 = Regular, 2 = Deficiente, 1= Malo

Una vez realizado el análisis de la competencia, por, calidad, tiempos de entrega, servicio durante y postventa, podemos definir que la empresa más fuerte es BRAUN, esta empresa es una multinacional, es decir sabíamos que tiene estándares muy altos, las empresas nacionales, como la empresa en donde estamos realizando el estudio tiene estándares similares.

Podemos decir que la empresa está capacidad de competir de igual a igual con las empresas nacionales, pero para competir con la empresa multinacional, debe tener mejoras en los puntos de calidad del producto y el servicio prestado durante y en la postventa.

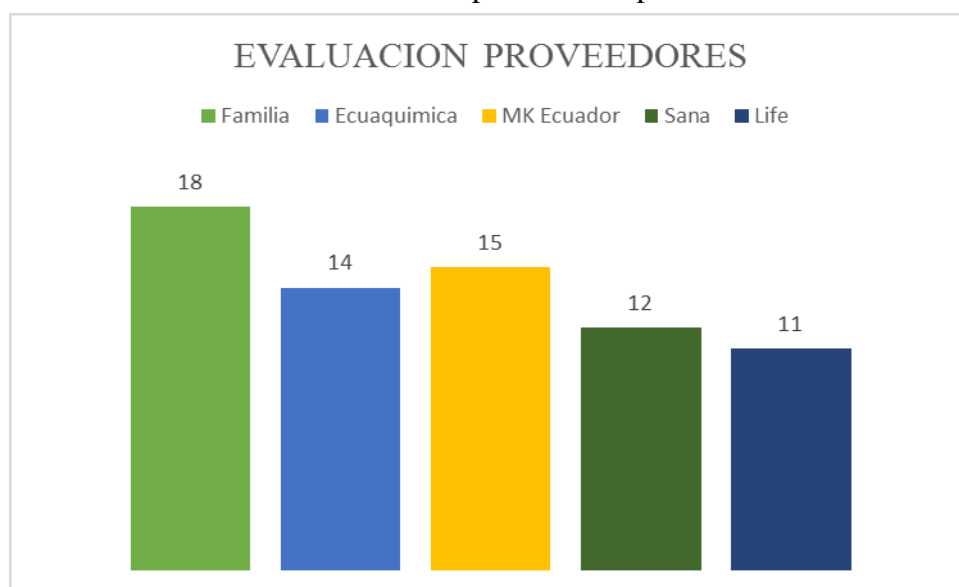
Tabla 18. Evaluación de proveedores producción Nacional

EVALUACIÓN PROVEEDOR						
Nombre del Proveedor	Criterios a evaluar					Puntaje Total
	Calidad del producto o servicio	Cumplimiento en los tiempos de entrega	Precios	Servicio posventa		
	Familia	5	5	3	5	18
	Ecuaquimica	3	3	4	4	14
	MK Ecuador	4	2	4	5	15
	Sana	3	3	4	2	12
	Life	2	2	5	2	11

Fuente: Autora

Elaborado por: Autora

Gráfico 11. Evaluación proveedores producción nacional



Fuente: Autora

Elaborado por: Autora

Una vez realizado el análisis de los proveedores nacionales, por, calidad, tiempos de entrega, precios y servicio postventa, podemos definir que podemos ofrecer una cartera de productos que no sean especializados, porque la industria en nuestro país no es tan avanzada.

La realidad es que podemos ofrecer en el mercado vendas, papel higiénico, toallas, alcohol, merthiolate, etc. No se puede ofrecer catéteres, tubos estériles porque no existe alguna empresa que los fabrique, el análisis nos muestra que existen empresas con muy buena calidad y buen servicio al cliente como pilares para la comercialización.

La ventaja de manejar un portafolio de proveedores nacionales para la empresa, es poder participar en las licitaciones del estado que son más grandes, aquellas en los que están mezclados los productos importados por la empresa y productos de origen nacional.

CARTERA DE NUEVOS PRODUCTOS (NACIONALES)

La industria nacional de fabricación de insumos es excasa en nuestro país ya que solamente existe la producción de insumos no especializados; de acuerdo a la investigación realizada; la empresa Representaciones Medicas, incursionará en el mercado nuevos productos, en la rama, no especializados nacionales; para que ayuden a ésta a lograr una participación en los diferentes procesos publicados en el Sistema Nacional de Compras Publicas, entre los beneficios se promueven:

- Proveer al estado de bienes, servicios, obras y consultoría con la mejor combinación de calidad, precio y oportunidad,
- Promover la producción nacional y
- Incluir a la economía popular y solidaria y a micro, pequeñas y medianas unidades productivas como proveedores del Estado.
- Dinamizar la economía nacional aprovechando la capacidad de contratación del Estado

(Manual de Contratación Pública, 2011)

La cartera de productos que se propone a la empresa, Representaciones Médicas, ofrece una gama de productos nacionales (insumos médicos), a su vez, se aplica una técnica analítica para ver su participación en la rentabilidad de la misma. De igual forma, dentro de esta cartera de producto se aplica estrategias basadas en el Marketing MIX. Todo lo anteriormente expuesto con la finalidad de preveer el rendimiento óptimo de ésta propuesta. A continuación se fijan los objetivos a alcanzar.

Tabla 19. Objetivos de la Cartera de Clientes de Productos Nacionales

MATRIZ DE OBJETIVOS				
CATEGORÍA	INDICADOR	META CUANTITATIVA	TIEMPO	OBETIVOS
Ventas	Volumen de ventas	Crecimiento del 1 %	1 año	Lograr un crecimiento de las ventas de los productos del 1 % (MAS) en el 2016 respecto a los dos año anteriores (2014 - 2015)
Beneficios	Rentabilidad sobre inversión	Sobre capital invertido	1 año	Incrementar el porcentaje de utilidad sobre las ventas con respecto al año 2015
Mercado	Cuota de mercado en volumen	del 0% al 2%	1 año	Incrementar la cuota de mercado en 2 puntos porcentuales en el año de implementación del plan (de los productos nacionales)
Marca	Posicionamiento de marca de los productos	Dentro de las tres primeras opciones de marcas	1 año	Lograr que los clientes evoquen la marca de los productos nacionales dentro del periodo de ejecución del plan

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autora

Políticas para su ejecución

- Los directores de la empresa deben evaluar económicamente este proyecto de inversión en relación a los últimos Estados Financieros (2014 – 2015) de la empresa y analizar sus beneficios.
- Se debe brindar todo el apoyo necesario por parte de la empresa para que los resultados se cumplan.
- Mantener una comunicación formal con los altos mandos y el área de finanzas; a fin de evitar y afrontar posibles problemas durante la ejecución del proyecto.
- Realizar un control periódico relacionado al volumen de ventas de los productos aquí expuestos; con la finalidad de verificar si se está cumpliendo la meta, de lo contrario, tomar medidas para evitar problemas al final del período.

Marketing MIX para la nueva Cartera de Productos

El siguiente apartado que concierne una mezcla de las cuatro variables de marketing: (producto, plaza, precio y promoción); se lo aplica con el objeto de dar viabilidad segura hacia el acogimiento de los clientes en el mercado en relación a los productos que conforman este proyecto. Las estrategias que se plantean a continuación se vinculan con el comportamiento del mercado actual y de los clientes.



Figura 1. Marketing MIX
Fuente: Investigación de Campo

Productos Nacionales que conforman la nueva Cartera

A continuacio se expone el listado de los productos nacionales que componen la nueva cartera de productos, a su vez, se establece una columna con sus respectivos proveedores. Para tener un mayor acercamiento en relación a la forma y presentación de estos productos, tambien se establece imágenes de los mismos.

Tabla 20. Listado de productos y proveedores nacionales

PROVEEDORES NACIONALES	PRODUCTO
FAMILIA	PAPEL HIGUIENICO INSTITUCIONAL
	JABON DE MANOS
EQUAQUIMICA	PAÑAL RECIEN NACIDO
	PAÑAL INCONTINENCIA
MK ECUADOR	SAVLON LITRO
	ALCOHOL LITRO
SANA	ALGODÓN 500 GRAMOS
	ALGODÓN 200 GRAMOS
LIFE	CANULA SUAVE ADULTO
	CANULA SUAVE INFANTIL

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autora

Objetivos

- Lograr que el producto nacional se estableza como las primeras opciones en la mente de los consumidores
- Elevar el nivel de la cartera de clientes de la empresa en donde se incluyan estos productos como primera opción



Figura 2. Productos del proveedor “SANA”
Fuente: Investigación de campo



Figura 3. Productos del proveedor “Familia”
Fuente: Investigación de campo



Figura 4. Productos del proveedor “Ecuquímica”
Fuente: Investigación de campo



Figura 5. Productos del proveedor “LIFE”
Fuente: Investigación de campo

Tabla 21. Estrategias de Productos

ESTRATEGIAS DE PRODUCTOS				
POLÍTICA	ESTRATEGIA	ACCIÓN	TIEMPO	RESPONSABLE
Contar con un personal con destrezas y habilidades en el campo de los insumos médicos	Manejar adecuadamente el personal de la empresa	Capacitar continuamente al personal competente, según las características de los productos (insumos médicos)	Trimestral	Dpto. Administrativo Dpto de Marketing
Calidad de los productos	Ofrecer productos de marcas reconocidas y que garanticen la calidad de los mismos	Hacer alianzas con los proveedores y analizar las posibilidades de abastecerse de productos de calidad	Mensual	Dpto. Administrativo Dpto. de Marketing
Hacer seguimiento de los productos vendidos y verificar que estos hayan satisfecho la necesidad al 100%	Servicio post venta	Crear un listado de las empresas a las cuales se les haya vendido los productos y hacer seguimiento a las mismas a fin de mostrar interés y ofrecer nuevas alternativas.	Mensual	Dpto. Administrativo Dpto. de Marketing

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Autora

Precio

En este apartado se explica la suma de poder adquisitivo que permitirá la adquisición de los productos que se ofrecen en la nueva cartera de productos (insumos médicos), es decir, constituye el valor monetario que los clientes tendrán que pagar por la adquisición de los mismos.

Objetivos de precio

A. Alineación de las ganancias

- Expandir las utilidades en los siguientes periodos gracias a la ejecución de esta cartera de productos

B. Alineación hacia las ventas

- Incrementar las ventas gracias a la comercialización de los productos (insumos médicos)

Tabla 22. Precio Costo y PVP de los productos

PRODUCTO	PRECIO /UNIDAD	P.V.P
PAPEL HIGUIENICO INSTITUCIONAL	\$ 3,00	\$ 5,25
JABON DE MANOS	\$ 4,00	\$ 7,50
PAÑAL RECIEN NACIDO	\$ 5,00	\$ 9,35
PAÑAL INCONTINENCIA	\$ 6,00	\$ 11,87
SAVLON LITRO	\$ 1,50	\$ 6,00
ALCOHOL LITRO	\$ 2,00	\$ 6,00
ALGODÓN 500 GRAMOS	\$ 4,00	\$ 7,45
ALGODÓN 200 GRAMOS	\$ 3,00	\$ 7,89
CANULA SUAVE ADULTO	\$ 2,00	\$ 6,80
CANULA SUAVE INFANTIL	\$ 2,00	\$ 6,50

ZFuente: Investigación de campo
Elaborado por: Autora

Tabla 23. Estrategias de precio

ESTRATEGIAS DE PRECIO			
Política	Estrategia	Acción	Indicadores
Precios Competitivos	Fijar precios competitivos (estrategia de precios bajos)	Fijar precios por debajo de la línea de la competencia	Aumento o disminución de las ventas y rentabilidad
	Establecer estrategias de precio promedio.	el precio se lo debe establecer de acuerdo al comportamiento del mercado	

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Autora

Plaza o Distribución

Por medio de esta acción la empresa entregará a sus clientes los productos, es decir, a partir de la adquisición de la mercadería de los proveedores hasta la entrega según las políticas propias de la organización.

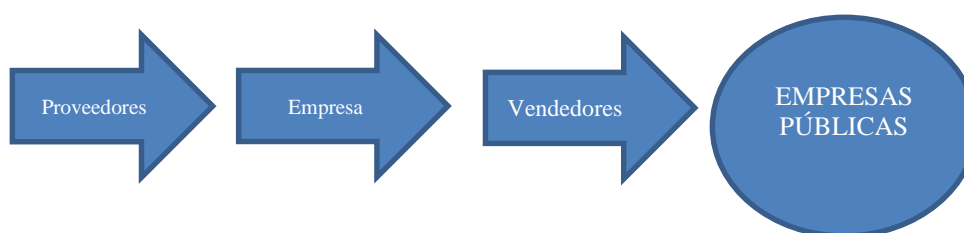


Figura 6. Canal de distribución de los productos
Elaborado por: Autora

Objetivos

- Tener a disposición todos los productos requeridos, en el momento oportuno, de acuerdo a las necesidades de cada comprador.

Tabla 24. Estrategias de distribución

ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN			
Política	Estrategia	Acción	Responsable
Crear áreas adecuadas para almacenar los productos y que faciliten su ubicación	Diseñar áreas de almacenamiento	Diseñar un área en la empresa que permita almacenar los productos de tal forma que facilite a los encargados de los mismos ubicar y verificar cuando hay faltantes para proceder a los pedidos pertinentes	Dpto. Administrativo / Logística
Gestionar los productos especiales por pedidos (elevado costo y sean de difícil acceso)	Crear un portafolio de productos especiales	Analizar y hacer un listado de los productos especiales para solicitar al proveedor cada vez que se genere una venta de los mismos	Dpto. Administrativo / Logística

Solicitar siempre a los clientes la dirección de sus establecimientos comerciales (o donde se entregue la mercadería)	Localización de puntos de entrega y transporte	Diseñar los croquis de los clientes y contar con transporte propio para hacer la entrega e instalación de los productos	Dpto. Administrativo / Logística
---	--	---	----------------------------------

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autora

Promoción (Comunicación)

La promoción para éstos productos abarca una serie de actividades que tienen la finalidad de difundir, informar y recordar las características, ventajas y beneficios de los productos expuestos en esta nueva cartera. Entre las estrategias que se diseñan a continuación se exponen.

- Incrementar las ventas
- Atraer nuevos clientes
- Introducir al mercado
- Divulgar nuevos productos
- Conocer la competencia
- Mantenerse en el mercado

Objetivo

- Propagar las características, ventajas y beneficios de los productos (insumos médicos) que se ofrecerán en este cartera de productos.

Tabla 25. Estrategias de promoción

ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN			
Política	Estrategia	Acción	Responsable
Realizar publicidad utilizando medios de difusión	Internet	Publicar mediante redes sociales, videos virales, emailing, etc.	Dpto. Marketing
	Página Web	Brindar otra opción en la modalidad de compra de insumos médicos, a su vez, permitirá establecer promociones y el stock disponible para ser suministrado	Dpto. Marketing
	Teléfono	Hacer un listado de las empresas con sus respectivos numero telefónicos para llamarlos y ofrecer los productos	Dpto. Marketing
Asesorias	Asesorias médicas	Brindan información directa sobre especificaciones y el uso adecuado de los insumos médicos nacionales.	
Establecer campañas de comunicación directa con el cliente	Marketing Directo (offline)	Establecer citas con un determinado número de posibles clintes y entablar un diálogo directo para ofrecer los productos (beneficio e importancia)	Dpto. Comercial
Diseñar continuamente promociones en las venta de los productos	Establecer promociones en las ventas	Estudiar los productos y crear un listado de promociones que se les pueda ofrecer a los clientes	Dpto. Marketing

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autora

Presupuesto

El presupuesto que se detalla a continuación está estructurado en base a las actividades que implican la venta de los nuevos productos nacionales de la cartera, también se detalla el costo de la inversión total para un año. Los gastos administrativos como *sueldos y salarios* no se los considera dentro de este rubro, debido a que, como serán productos que se introducirán dentro de otros productos que ya se están comercializando en la empresa, el pago a los trabajadores por esta actividad será el mismo que han venido percibiendo por sus actividades normales.

Tabla 26. Presupuesto

DETALLE	MEDIOS	ACTIVIDADES	FRECUENCIA	COSTO
Inventario de Mercadería	--	— Stock de Mercadería	1 año	\$ 162 500,00
Publicidad en Medios	Internet	Publicar en websites como: LinkedIn, Facebook, Tuenti, Twitter	Mensual X 12	\$ 150,00
	Página Web	Publicar en la Página Web de la Empresa		
	Teléfono	Call Center (listado de empresas). Ofrecer el producto vía telefónica	Trimestral X 4	\$ 150,00
Asesoría	Asesorías Médicas	Planes de responsabilidad social	Trimestral X 4	\$ 200,00
Marketing Directo	Visitas en personales	Coordinar citas con un determinado Grupo de Empresas	Mensual X 12	\$500,00
Promociones	Promociones en venta	Listado de productos para promociones	Mensual X 12	\$ 200,00
EJECUCIÓN	TOTAL			\$ 163 700,00

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Autora

5. DEMOSTRACION O REFUTACION

Luego de haber realizado el respectivo análisis por parte del autor lo que se observa es que la hipótesis planteada anteriormente es real, pues el correcto manejo del proceso de importación ayudara al incremento o dismunucion de la Rentabilidad de la Empresa Representaciones Medicas Cia Ltda.

Tabla 27 Consolidado de Estado de Resultados 2010-2015

REPRESENTACIONES MEDICAS CIA. LTDA.						
ESTADO DE RESULTADOS						
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
INGRESOS						
VENTAS						
Ventas con IVA 12%	1.505.136,79	2.889.245,33	4.008.148,52	6.219.916,58	7.401.700,73	10.821.413,50
Ventas con IVA 0%	51.071,19	84.629,88	263.363,26	515,50	613,45	64.904,81
VENTAS NETAS	1.556.207,98	2.973.875,21	4.271.511,78	6.220.432,08	7.402.314,18	10.886.318,31
OTROS INGRESOS					0,00	
Otras Rentas	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	858,45
TOTAL OTROS INGRESOS	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	858,45
TOTAL INGRESOS	1.556.207,98	2.973.875,21	4.271.511,78	6.220.432,08	7.402.314,18	10.887.176,76
EGRESOS						
COSTO DE VENTAS						
Inventario	162.471,36	249.542,69	164.090,48	780.507,90	944.414,56	2.615.130,92
Compras	893.874,86	1.319.428,90	2.204.519,50	3.074.637,15	3.720.310,95	3.302.864,36
Importaciones	165.857,17	562.392,59	1.111.677,71	1.170.683,42	1.416.526,94	2.678.257,33
(-) Inv. De bienes	-249.542,69	-148.314,11	-780.507,90	-1.035.037,15	-1.252.394,95	-2.222.232,25
TOTAL COSTOS DE VENTA	972.660,70	1.983.050,07	2.699.779,79	3.990.791,32	4.828.857,50	6.374.020,36
GASTOS DE VENTAS Y ADMINISTRATIVOS						
Sueldos y Salarios de Ventas y Admi	117.131,29	180.950,46	264.358,59	356.555,01	413.603,81	1.330.127,35
Aporte Patronal IESS y Fondos de Res	40.139,47	91.599,56	156.081,58	220.582,56	255.875,77	406.106,31
Honorarios profesionales	2.029,47	8.518,59	22.651,13	10.581,97	12.275,09	28.536,11
Gasto por Depreciación						178.145,41
Otros Gastos por provisiones						15.004,84
Arrendos	6.521,88	8.295,66	2.021,73	5.966,78	6.921,46	5.585,28
Mant. Y reparaciones	10.507,18	59.815,73	66.724,65	224.146,44	260.009,87	140.996,54
Promocion y publicidad	7.314,88	22.634,82	41.772,70	34.671,15	40.218,53	3.707,76
Suministros y materiales	6.039,67	48.135,41	43.745,58	71.112,59	82.490,60	128.204,28
Transporte	211.869,73	278.909,12	94.761,67	36.135,13	41.916,75	
Gasto consumo Comb y Lubr.						6.810,01
Provisiones J. P.				13.000,00	15.080,00	
Prov. Par ctas. Incobr.				6.332,31	7.345,48	
Comisiones /Local				1.536,49	1.782,33	
Local	17.451,91	12.335,99	136.264,69	38.035,78	44.121,50	
Seguros	16.852,02	11.576,67	22.541,32	25.691,38	29.802,00	69.629,15
Gastos de gestión					68.480,17	
Impuesto, contr y otros	5.314,10	11.429,01	7.057,26	59.034,63	12.433,16	61.448,93
Gastos de viaje	11.442,58	23.645,89	83.040,94	10.718,24	55.680,86	139.323,35
Gasto Suministro Herramientas						107.368,69
Iva que se carga al costo de viaje			3.819,07	48.000,74		9.059,64
Dep. no aceleradas	7.935,07	25.562,63	51025,76	76.761,71	89.043,58	
Servicios públicos	8.242,85	10.728,16	17.110,73	20.003,38	23.203,92	38.061,80
Pagos por otros serv.	13.275,76	1.055,64	173.157,78	175.776,68	203.900,95	
Pagos por otros bienes	2.267,42	13.312,57	13.979,40			
Gasto Otros Gastos						804.432,12
Gasto Costo de Transacción						86.741,30
TOTAL GASTOS DE VENTAS Y ADMINIST	484.335,28	808.505,91	1.200.114,58	1.434.642,97	1.664.185,85	3.559.288,87
GASTOS FINANCIEROS	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Gastos Interés y Sobregiros	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
GASTOS NO DEDUCIBLES	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
OTROS EGRESOS	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL EGRESOS	1.456.995,98	2.791.555,98	3.899.894,37	5.425.434,29	6.493.043,34	9.933.309,23
RESULTADO DEL EJERCICIO	99.212,00	182.319,23	371.617,41	794.997,79	909.270,83	953.867,53
15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	14881,8	27347,88	55742,61	119249,67	136390,62	143080,13
Gastos no deducibles locales	2267,42	6065,76	5477,72	4030,67		134970,45
(-)Deducción por pago trab. Con discap.			3504	6674,89		
UTILIDAD GRAVABLE	86.597,62	161.037,11	317.848,52	673.103,90	772.880,21	945.757,85

Fuente: Estados Financieros de la empresa (2010-2015) ANEXOS
Elaborado por: Autora

6. EVALUACION FINANCIERA

Inversion en productos

A continuación se muestra un detalle de la inversión total para un año de los nuevos productos de la cartera, se estima la inversión y el ingreso por las ventas, que luego serán tomados en consideración en la proyección en base al estado de pérdidas y ganancias para el año 2016.

Tabla 28. Compra de Mercadería

PROVEEDORES	PRODUCTO	INVERSIÓN	INGRESOS POR VENTAS
FAMILIA	PAPEL HIGIENICO INSTITUCIONAL	\$ 15.000,00	\$ 26.250,00
	JABON DE MANOS	\$ 20.000,00	\$ 37.500,00
ECUAQUIMICA	PAÑAL RECIEN NACIDO	\$ 25.000,00	\$ 46.750,00
	PAÑAL INCONTINENCIA	\$ 30.000,00	\$ 59.350,00
MK ECUADOR	SAVLON LITRO	\$ 7.500,00	\$ 30.000,00
	ALCOHOL LITRO	\$ 10.000,00	\$ 30.000,00
SANA	ALGODÓN 500 GRAMOS	\$ 20.000,00	\$ 37.250,00
	ALGODÓN 200 GRAMOS	\$ 15.000,00	\$ 39.450,00
LIFE	CANULA SUAVE ADULTO	\$ 10.000,00	\$ 34.000,00
	CANULA SUAVE INFANTIL	\$ 10.000,00	\$ 32.500,00
TOTAL INVERSION EN PRODUCTOS		\$ 162.500,00	\$ 373.050,00
TOTAL GASTOS DE MARKETING		\$ 1 200,00	
RELACION BENEFICIO COSTO			2,27

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Autora

De acuerdo a la relación beneficio costo calculada, se prevee obtener un incremento de 1,27 USD por cada dólar que se invierta.

En este apartado se evalúa económicamente la rentabilidad del proyecto, es decir, se tomará en consideración los últimos estados financieros de la empresa, será hará una proyección para el año 2016 de acuerdo al comportamiento que se ha venido presentando en los últimos años, a su vez, dentro del estado financiero proyectado para el 2016, se incluirá el gasto de marketing y la inversión total en los nuevos productos nacionales con la finalidad de analizar si se cumple los objetivos propuestos en éste mismo proyecto.

Tabla 29. Comportamiento de la utilidad (2010 – 2015)

AÑOS	UTILIDAD NETA	%	VARIACIÓN % ANUAL
2010	86.597,62	2,93	--
2011	161.037,11	5,45	2,52
2012	317.848,52	10,75	5,30
2013	673.003,90	22,76	12,01
2014	772.880,21	26,14	3,38
2015	945.757,85	31,98	5,85
TOTAL	2.957.125,21	100,00	29,05
PROMEDIO DE VARIACIÓN ANUAL			5,81*

*Promedio % considerado para la estimación del estado de resultados 2016

Fuente: Estados Financieros de la empresa (2010-2015) ANEXOS

Elaborado por: Autora

Tabla 30. Proyección 2016

REPRESENTACIONES MÉDICAS					
ESTADO DE RESULTADOS					PROYECCIÓN
DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2015					2016
INGRESOS					
VENTAS					
Ventas con IVA 12%				10.821.413,50	11.450.137,62
Ventas con IVA 12%	(NUEVA CARTERA DE PRODUCTOS)				373.050,00
Ventas con IVA 0%				64.904,81	68.675,78
VENTAS NETAS				10.886.318,31	11.891.863,40
OTROS INGRESOS					
Otras Rentas				858,45	908,33
TOTAL OTROS INGRESOS				858,45	908,33
TOTAL INGRESOS				10.887.176,76	11.892.771,73
EGRESOS					
COSTO DE VENTAS					
Inventario				2.615.130,92	2.767.070,03
Compras				3.302.864,36	3.657.260,78
Importaciones				2.678.257,33	2.833.864,08
(-) Inv. De bienes				-2.222.232,25	-2.351.343,94
TOTAL COSTOS DE VENTA				6.374.020,36	6.906.850,94
GASTOS DE VENTAS Y ADMINISTRATIVOS					
Sueldos y Salarios de Ventas y Administrativos				1.330.127,35	1.407.407,75
Aporte Patronal IESS y Fondos de Reserva				406.106,31	429.701,09
Honorarios profesionales				28.536,11	30.194,06
Gasto por Depreciación				178.145,41	188.495,66
Otros Gastos por provisiones				15.004,84	15.876,62
Arrendos operativos				5.585,28	5.909,78
Mant. Y reparaciones				140.996,54	149.188,44
Promocion y publicidad				3.707,76	5.123,18
Transporte				128.204,28	135.652,95
Gasto consumo Comb y Lubr.				6.810,01	7.205,67
Seguros				69.629,15	73.674,60
Impuesto, contr y otros				61.448,93	65.019,11
Gastos de viaje				139.323,35	147.418,04
Gasto Suministro Herramientas				107.368,69	113.606,81
Gasto IVA Costo Gasto				9.059,64	9.586,01
Servicios públicos				38.061,80	40.273,19
Gasto Otros Gastos				804.432,12	851.169,63
Gasto Costo de Transacción				86.741,30	91.780,97
TOTAL GASTOS DE VENTAS Y ADMINISTRATIVOS				3.559.288,87	3.767.283,55
GASTOS FINANCIEROS				0,00	0,00
Gastos Interés y Sobregiros				0,00	0,00
GASTOS NO DEDUCIBLES				0,00	0,00
OTROS EGRESOS				0,00	0,00
TOTAL EGRESOS				9.933.309,23	10.674.134,50
RESULTADO DEL EJERCICIO				953.867,53	1.218.637,23
15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES				143080,13	182795,59
Gastos no deducibles locales				134970,45	142812,2331
(-) Deducción por pago trab. Con discap.					
UTILIDAD GRAVABLE				945.757,85	1.178.653,88

Fuente: Estados Financieros de la empresa (2010-2015) ANEXOS

Elaborado por: Autora

Variaciones

Margen Neto de Utilidad (Antecedentes y Proyección)

Con este indicador se permite determinar la utilidad que ha obtenido y obtendrá la empresa, una vez descontados todos los egresos (costos y gastos).

$$\text{Margen Neto de Utilidad} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas neta}} * 100$$

Tabla 31. Variaciones en la Utilidad

Períodos	Utilidad Neta	Ventas Netas	%
2010	86.597,62	1.556.207,98	5,56
2011	161037,11	2973875,21	5,42
2012	317848,52	4271511,78	7,44
2013	673.103,90	6.220.432,08	10,82
2014	772.880,21	7.402.314,18	10,44
2015	945.757,85	10.887.176,76	8,69
2016*	1.178.653,88	11.892.771,73	9,91

*Valores estimados del estado de resultados 2016, en este se incluyen: (Ventas de la nueva cartera de productos, inversión y el gasto de marketing)

Fuente: Estados Financieros de la empresa (2010-2015) ANEXOS

Elaborado por: Autora

Como se evidencia en la Tabla 12, la utilidad para la organización a lo largo del tiempo, ha venido presentando diferentes comportamientos: Hasta el año 2013, ésta ha mostrado valores ascendentes equivalentes a (5,56 % hasta 10,82%); sin embargo, para el período 2014, ésta ha tendido a disminuir, bajando de 10,24% hasta 8,69% hasta el 2015. En la proyección se estima que gracias a la ejecución de ésta cartera de productos nacionales, se logre elevar el comportamiento de la misma para obtener un margen de utilidad mayor en comparación a años anteriores, por lo tanto, se estima que si se invierte en los nuevos productos de la cartera y se los logra vender al 100%, a finales del períodos se tendrá un aumento de 1,22% en la utilidad con respecto al año anterior (2015).

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

Conclusiones

- Representaciones Médicas Cia. Ltda. no cuenta con un proceso de importación estandarizado, se observa que al importar productos la empresa invierte gran cantidad de recursos y tiempo.
- Después del análisis del procedimiento empírico de importaciones de la empresa, se determinó que con la creación del proceso propuesto se pueden reducir los costos mensuales hasta en un 6%, ya que la empresa solo trabaja con una consolidadora de carga habitual.
- Se determinó que la empresa deja de participar en varios concursos con entidades estatales por no contar en su cartera comercial con productos nacionales.
- La propuesta de la creación de una cartera de productos nacionales ayudara a la empresa a incrementar su utilidad, si se invierte en los nuevos productos de la cartera y se los logra vender al 100%, a finales del períodos se tendrá un aumento de 1,22% en la utilidad con respecto al año anterior (2015).
- Se realizó un análisis en base a los estados financieros de la empresa durante los períodos (2010 – 2015) para examinar el comportamiendo de la utilidad y realizar una proyección para el año 2016 implementando la cartera de nuevos productos nacionales propuesta en este trabajo investigativo.

- La empresa Representaciones Médicas durante los dos últimos período (2014-2015), presente una disminución en la rentabilidad de 10,44% a 8,69%.

Recomendaciones

- Aplicar la propuesta de mejoramiento de procesos con el fin de mejorar la eficiencia en cuanto a recursos y tiempo, ya que como se evidencia existen una serie de falencias al momento de gestionar el proceso de importación.
- Tomando en cuenta que la importación y comercialización de insumos médicos es su giro de negocio, es necesario que la actividad clave de la empresa en este caso el proceso de importación sea revisado constantemente, permitiendo de esta manera identificar aquellos obstáculos que impiden que el proceso sea llevado a cabo con éxito.
- Analizar los rubros en los estados financieros de la empresa como Gastos Administrativos, de tal forma que se puedan reducir al máximo para obtener en períodos futuros una rentabilidad mas alta.
- Ejecutar la cartera de productos nacionales aquí expuesta ya que gracias a la proyección financiera de la misma, se eleva la utilidad de la empresa Representaciones Medicas, con la finalidad de ayudar a recuperar a la empresa en ventas e ingresos y alcanzar incluso niveles mas altos en comparación a los períodos (2013 y 2014).

8. BIBLIOGRAFÍA

- ADUANA DEL ECUADOR, (2012) Servicio al ciudadano para importar
http://www.aduana.gob.ec/pro/to_import.action
- Marín Villada, Alba Lucia. (2008). “Metodología de la Investigación”
- Jesús Ferrer. I.U.T.A. (2010). “Técnicas y Diseño de la Investigación”
- Cesar Augusto Bernal, (2006). “Metodología de Investigación Científica”
- Sánchez Ballesta, Juan Pedro (2002): "Análisis de Rentabilidad de la empresa"
- Brigham, E., & Houston, J. (2005).
“Administración de activo circulante” y Financiamiento de activo circulante
- Lawrence J. Gitman, (2003). Principios de la Administración Financiera
- Banco Central del Ecuador . (2015). Banco Central del Ecuador
http://www.portal.bce.fin.ec/vto_bueno/ComercioExterior.jsp
- Saénz, R. (2011). Análisis Financiero. Quito
- Central, B. (2015). Estadísticas Macroeconómicas.
<http://www.bce.fin.ec/index.php/estadisticas-economica>
- Constituyente, A. (2008). Asamblea Nacional.
http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion_de_bolsillo.pdf
- Publicaciones, C. d. (2014). Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno.
Quito: Corporación de Estudios y Publicaciones.
- Horngren, C. T. (2012). Contabilidad de Costos un Enfoque Gerencial. México DF

9. ANEXOS

BODEGA 1



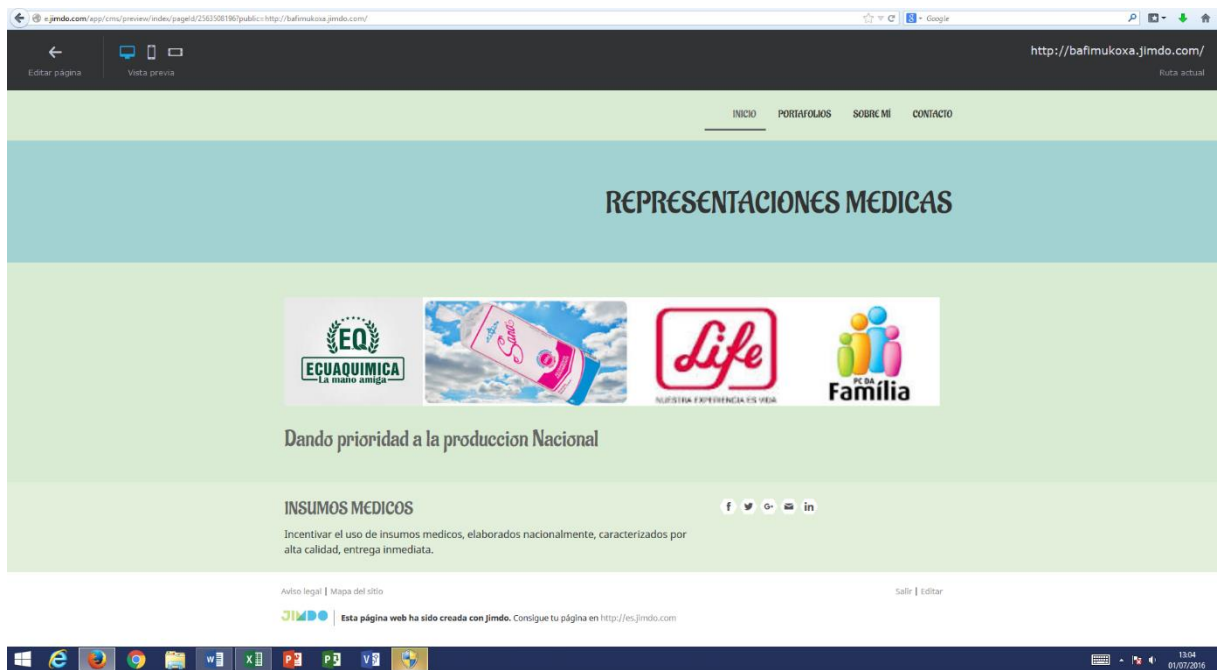
BODEGA 2



BODEGA 3



PAGINA WEB



LANCETA DE SEGURIDAD



PUERTOS IMPLANTABLES



CONECTOR DISH DE SEGURIDAD



EXTRACTOR DE MUCOSIDAD



HUMIDIFICADOR



FILTROS HIGROSCOPICO Y BACTERIANO



TUBO ENDOTRAQUEAL CON BALON



TRAQUEOTOMO



Estados de Resultados (2010)

REPRESENTACIONES MÉDICAS				
ESTADO DE RESULTADOS				
DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2010				
INGRESOS				
VENTAS				
Ventas con IVA 12%				1.505.136,79
Ventas con IVA 0%				51.071,19
VENTAS NETAS				1.556.207,98
OTROS INGRESOS				
Otras Rentas				0,00
TOTAL OTROS INGRESOS				0,00
TOTAL INGRESOS				1.556.207,98
EGRESOS				
COSTO DE VENTAS				
Inventario				162.471,36
Compras				893.874,86
Importaciones				165.857,17
(-) Inv. De bienes				-249.542,69
TOTAL COSTOS DE VENTA				972.660,70
GASTOS DE VENTAS Y ADMINISTRATIVOS				
Sueldos y Salarios de Ventas y Administrativos				117.131,29
Aporte Patronal IESS y Fondos de Reserva				40.139,47
Honorarios profesionales				2.029,47
Arriendos				6.521,88
Mant. Y reparaciones				10.507,18
Promocion y publicidad				7.314,88
Suministros y materiales				6.039,67
Transporte				211.869,73
Local				17.451,91
Seguros				16.852,02
Impuesto, contr y otros				5.314,10
Gastos de viaje				11.442,58
Dep. no aceleradas				7.935,07
Servicios públicos				8.242,85
Pagos por otros serv.				13.275,76
Pagos por otros bienes				2.267,42
TOTAL GASTOS DE VENTAS Y ADMINISTRATIVOS				484.335,28
GASTOS FINANCIEROS				0,00
Gastos Interés y Sobregiros				0,00
GASTOS NO DEDUCIBLES				0,00
OTROS EGRESOS				0,00
TOTAL EGRESOS				1.456.995,98
RESULTADO DEL EJERCICIO				99.212,00
15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES				14881,8
Gastos no deducibles locales				2267,42
UTILIDAD GRAVABLE				86.597,62

Estados de Resultados (2011)

REPRESENTACIONES MÉDICAS				
ESTADO DE RESULTADOS				
DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2011				
INGRESOS				
VENTAS				
Ventas con IVA 12%				2.889.245,33
Ventas con IVA 0%				84.629,88
VENTAS NETAS				2.973.875,21
OTROS INGRESOS				
Otras Rentas				0,00
TOTAL OTROS INGRESOS				0,00
TOTAL INGRESOS				2.973.875,21
EGRESOS				
COSTO DE VENTAS				
Inventario				249.542,69
Compras				1.319.428,90
Importaciones				562.392,59
(-) Inv. De bienes				-148.314,11
TOTAL COSTOS DE VENTA				1.983.050,07
GASTOS DE VENTAS Y ADMINISTRATIVOS				
Sueldos y Salarios de Ventas y Administrativos				180.950,46
Aporte Patronal IESS y Fondos de Reserva				91.599,56
Honorarios profesionales				8.518,59
Arriendos				8.295,66
Mant. Y reparaciones				59.815,73
Promocion y publicidad				22.634,82
Suministros y materiales				48.135,41
Transporte				278.909,12
Local				12.335,99
Seguros				11.576,67
Impuesto, contr y otros				11.429,01
Gastos de viaje				23.645,89
Dep. no aceleradas				25.562,63
Servicios públicos				10.728,16
Pagos por otros serv.				1.055,64
Pagos por otros bienes				13.312,57
TOTAL GASTOS DE VENTAS Y ADMINISTRATIVOS				808.505,91
GASTOS FINANCIEROS				0,00
Gastos Interés y Sobregiros				0,00
GASTOS NO DEDUCIBLES				0,00
OTROS EGRESOS				0,00
TOTAL EGRESOS				2.791.555,98
RESULTADO DEL EJERCICIO				182.319,23
15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES				27347,88
Gastos no deducibles locales				6065,76
UTILIDAD GRAVABLE				161.037,11

Estados de Resultados (2012)

REPRESENTACIONES MÉDICAS				
ESTADO DE RESULTADOS				
DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2012				
INGRESOS				
VENTAS				
Ventas con IVA 12%				4.008.148,52
Ventas con IVA 0%				263.363,26
VENTAS NETAS				4.271.511,78
OTROS INGRESOS				
Otras Rentas				0,00
TOTAL OTROS INGRESOS				0,00
TOTAL INGRESOS				4.271.511,78
EGRESOS				
COSTO DE VENTAS				
Inventario				164.090,48
Compras				2.204.519,50
Importaciones				1.111.677,71
(-) Inv. De bienes				-780.507,90
TOTAL COSTOS DE VENTA				2.699.779,79
GASTOS DE VENTAS Y ADMINISTRATIVOS				
Sueldos y Salarios de Ventas y Administrativos				264.358,59
Aporte Patronal IESS y Fondos de Reserva				156.081,58
Honorarios profesionales				22.651,13
Arriendos				2.021,73
Mant. Y reparaciones				66.724,65
Promocion y publicidad				41.772,70
Suministros y materiales				43.745,58
Transporte				94.761,67
Local				136.264,69
Seguros				22.541,32
Impuesto, contr y otros				7.057,26
Gastos de viaje				83.040,94
Iva que se carga al costo de viaje				3.819,07
Dep. no aceleradas				51025,76
Servicios públicos				17.110,73
Pagos por otros serv.				173.157,78
Pagos por otros bienes				13.979,40
TOTAL GASTOS DE VENTAS Y ADMINISTRATIVOS				1.200.114,58
GASTOS FINANCIEROS				0,00
Gastos Interés y Sobregiros				0,00
GASTOS NO DEDUCIBLES				0,00
OTROS EGRESOS				0,00
TOTAL EGRESOS				3.899.894,37
RESULTADO DEL EJERCICIO				371.617,41
15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES				55742,61
Gastos no deducibles locales				5477,72
Deducción por pago a trab. Discap				3504
UTILIDAD GRAVABLE				317.848,52

Estados de Resultados (2013)

REPRESENTACIONES MÉDICAS				
ESTADO DE RESULTADOS				
DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2013				
INGRESOS				
VENTAS				
Ventas con IVA 12%				6.219.916,58
Ventas con IVA 0%				515,50
VENTAS NETAS				6.220.432,08
OTROS INGRESOS				
Otras Rentas				0,00
TOTAL OTROS INGRESOS				0,00
TOTAL INGRESOS				6.220.432,08
EGRESOS				
COSTO DE VENTAS				
Inventario				780.507,90
Compras				3.074.637,15
Importaciones				1.170.683,42
(-) Inv. De bienes				-1.035.037,15
TOTAL COSTOS DE VENTA				3.990.791,32
GASTOS DE VENTAS Y ADMINISTRATIVOS				
Sueldos y Salarios de Ventas y Administrativos				356.555,01
Aporte Patronal IESS y Fondos de Reserva				220.582,56
Honorarios profesionales				10.581,97
Arriendos				5.966,78
Mant. Y reparaciones				224.146,44
Promocion y publicidad				34.671,15
Suministros y materiales				71.112,59
Transporte				36.135,13
Provisiones J. P.				13.000,00
Prov. Par ctas. Incobr.				6.332,31
Comisiones /Local				1.536,49
Local				38.035,78
Seguros				25.691,38
Gastos de gestión				59.034,63
Impuesto, contr y otros				10.718,24
Gastos de viaje				48.000,74
Dep. no aceleradas				76.761,71
Servicios públicos				20.003,38
Pagos por otros serv.				175.776,68
Pagos por otros bienes				
TOTAL GASTOS DE VENTAS Y ADMINISTRATIVOS				1.434.642,97
GASTOS FINANCIEROS				0,00
Gastos Interés y Sobregiros				0,00
GASTOS NO DEDUCIBLES				0,00
OTROS EGRESOS				0,00
TOTAL EGRESOS				5.425.434,29
RESULTADO DEL EJERCICIO				794.997,79
15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES				119249,67
Gastos no deducibles locales				4030,67
(-) Deducción por pago trab. Con discap.				6674,89
UTILIDAD GRAVABLE				673.103,90

Estado de Resultados (2014)

REPRESENTACIONES MÉDICAS				
ESTADO DE RESULTADOS				
DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2014				
INGRESOS				
VENTAS				
Ventas con IVA 12%				7.401.700,73
Ventas con IVA 0%				613,45
VENTAS NETAS				7.402.314,18
OTROS INGRESOS				0,00
Otras Rentas				0,00
TOTAL OTROS INGRESOS				0,00
TOTAL INGRESOS				7.402.314,18
EGRESOS				
COSTO DE VENTAS				
Inventario				944.414,56
Compras				3.720.310,95
Importaciones				1.416.526,94
(-) Inv. De bienes				-1.252.394,95
TOTAL COSTOS DE VENTA				4.828.857,50
GASTOS DE VENTAS Y ADMINISTRATIVOS				
Sueldos y Salarios de Ventas y Administrativos				413.603,81
Aporte Patronal IESS y Fondos de Reserva				255.875,77
Honorarios profesionales				12.275,09
Arriendos				6.921,46
Mant. Y reparaciones				260.009,87
Promocion y publicidad				40.218,53
Suministros y materiales				82.490,60
Transporte				41.916,75
Provisiones J. P.				15.080,00
Prov. Par ctas. Incobr.				7.345,48
Comisiones /Local				1.782,33
Local				44.121,50
Seguros				29.802,00
Gastos de gestión				68.480,17
Impuesto, contr y otros				12.433,16
Gastos de viaje				55.680,86
Dep. no aceleradas				89.043,58
Servicios públicos				23.203,92
Pagos por otros serv.				203.900,95
TOTAL GASTOS DE VENTAS Y ADMINISTRATIVOS				1.664.185,85
GASTOS FINANCIEROS				0,00
Gastos Interés y Sobregiros				0,00
GASTOS NO DEDUCIBLES				0,00
OTROS EGRESOS				0,00
TOTAL EGRESOS				6.493.043,34
RESULTADO DEL EJERCICIO				909.270,83
15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES				136390,62
Gastos no deducibles locales				
(-) Deducción por pago trab. Con discap.				
UTILIDAD GRAVABLE				772.880,21

Estado de Resultados (2015)

REPRESENTACIONES MÉDICAS				
ESTADO DE RESULTADOS				
DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2015				
INGRESOS				
VENTAS				
Ventas con IVA 12%				10.821.413,50
Ventas con IVA 0%				64.904,81
VENTAS NETAS				10.886.318,31
OTROS INGRESOS				
Otras Rentas				858,45
TOTAL OTROS INGRESOS				858,45
TOTAL INGRESOS				10.887.176,76
EGRESOS				
COSTO DE VENTAS				
Inventario				2.615.130,92
Compras				3.302.864,36
Importaciones				2.678.257,33
(-) Inv. De bienes				-2.222.232,25
TOTAL COSTOS DE VENTA				6.374.020,36
GASTOS DE VENTAS Y ADMINISTRATIVOS				
Sueldos y Salarios de Ventas y Administrativos				1.330.127,35
Aporte Patronal IESS y Fondos de Reserva				406.106,31
Honorarios profesionales				28.536,11
Gasto por Depreciación				178.145,41
Otros Gastos por provisiones				15.004,84
Arriendos operativos				5.585,28
Mant. Y reparaciones				140.996,54
Promocion y publicidad				3.707,76
Transporte				128.204,28
Gasto consumo Comb y Lubr.				6.810,01
Seguros				69.629,15
Impuesto, contr y otros				61.448,93
Gastos de viaje				139.323,35
Gasto Suministro Herramientas				107.368,69
Gasto IVA Costo Gasto				9.059,64
Servicios públicos				38.061,80
Gasto Otros Gastos				804.432,12
Gasto Costo de Transacción				86.741,30
TOTAL GASTOS DE VENTAS Y ADMINISTRATIVOS				3.559.288,87
GASTOS FINANCIEROS				0,00
Gastos Interés y Sobregiros				0,00
GASTOS NO DEDUCIBLES				0,00
OTROS EGRESOS				0,00
TOTAL EGRESOS				9.933.309,23
RESULTADO DEL EJERCICIO				953.867,53
15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES				143080,13
Gastos no deducibles locales				134970,45
(-) Deducción por pago trab. Con discap.				
UTILIDAD GRAVABLE				945.757,85