

## 1. ANÁLISIS DE LA EMPRESA Y SU ENTORNO

**SERMEDICAL**, Servicios Médicos de Calidad, es una compañía consultora que ofrecerá servicios como asesorías, implementación de softwares, cursos y seminarios. El segmento de mercado al cual se enfoca la compañía es el de la salud; sin embargo, esto no descarta la posibilidad de ofrecer a futuro, nuestros servicios a empresas del sector industrial, comercial, bancario u otras.

En cuanto a las asesorías están orientadas hacia áreas administrativas, financieras y de marketing. Así también, se ofrecen asesorías para la implementación de Sistemas de Calidad ISO 9000, BPM. Contamos además con un software de diseño propio “RAPHA”, el cual facilitará a las empresas en control de sus costos, inventarios, personal y permitirá en forma ágil obtener reportes financieros administrativos de gestión.

Las oficinas de **SERMEDICAL**, estarán ubicadas en la ciudad de Guayaquil, en la Cdla. La FAE cuya dirección es Av. Luis Plaza Dañin N° 1101 y calle Eliat Liut, en un local de 80 m<sup>2</sup>. El alquiler mensual de la oficina será de US\$ 300,00.

## 2. OBJETIVOS

Nuestro principal objetivo es cumplir con las expectativas de nuestros clientes, mejorar la eficiencia y por ende la competitividad de las empresas mediante un asesoramiento correcto y oportuno, con herramientas informáticas innovadoras que faciliten la gestión y desempeño de las empresas.

*Nuestra **visión** es “Ser la empresa líder en asesoría en implementación de sistemas de calidad”.*

*Nuestra **misión** es Brindar asesoría para mejorar la eficiencia de las pequeñas, medianas y grandes industrias.*

## 3. ANÁLISIS DEL ENTORNO INTERNACIONAL

Un 90% del sector de las consultoras lo conforman las compañías internacionales entre las cuales tenemos: Deloitte & Touch, PriceWaterhouse y Bureau Veritas. Estas compañías se dedican exclusivamente a brindar servicios de consultoría al sector comercial e industrial. Cabe destacar que las actividades de estas empresas se basan en

una metodología general que la adaptan a cualquier tipo de negocio, sea comercial, individual o de servicios.

La participación de empresas internacionales en nuestro país, representa para las empresas que contratan sus servicios una inversión superior en comparación con el valor que podrían proponer empresas consultoras nacionales.

La firma del TLC sin duda permitiría que empresas que se dediquen a esta actividad ingresen a prestar sus servicios en nuestro país; sin embargo el valor que los empresarios están dispuestos a pagar por este servicio no supera sus expectativas; y por tanto no consideramos que su ingreso represente una amenaza significativa.

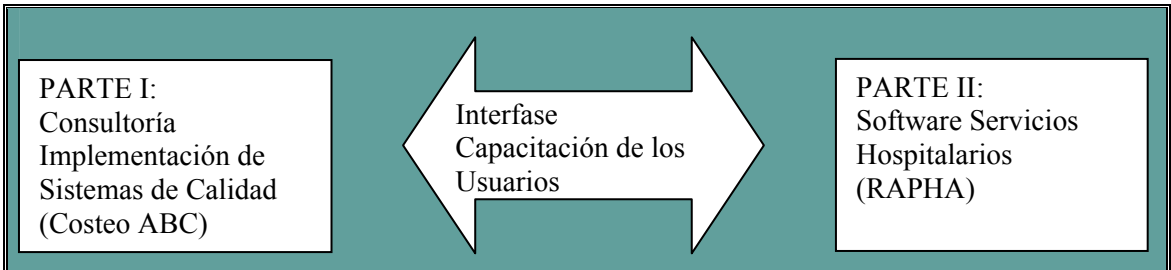
#### 4. ANÁLISIS DEL ENTORNO NACIONAL

Las consultoras en nuestro país se dedican exclusivamente a brindar sus servicios en empresas comerciales, de servicios, industriales, dejando de lado al sector de la salud.

En el Ecuador no existe suficiente interés por parte de las empresas para invertir en proyectos de consultoría a los cuales nos referimos en nuestro plan. Sin embargo, los nuevos cambios del entorno como la firma del TLC, harán que todos los sectores de la economía ajusten su visión y muestren mayor interés en desarrollar proyectos de consultoría a través de los cuales podrán adaptarse con mayor seguridad a los nuevos cambios y les permitirán competir o mantenerse en igualdad de condiciones tanto en los nuevos mercados que se van desarrollando como en los ya existentes.

#### 5. ANÁLISIS DEL MERCADO

El producto que ofrecemos está formado de dos partes o componentes plenamente diferenciados: la asesoría de implementación del sistema de calidad y el software RAPHA.



ANÁLISIS DE NUESTRO CLIENTE

Los clientes de los servicios que **SERVIMEDICAL** ofrecerá son personas jurídicas es decir compañías o empresas dentro del sector de la salud. En el mercado no existe un sector de empresas que todavía se manejan bajo sistemas manuales y son las Clínicas y Hospitales de la ciudad de Guayaquil, constituyéndose así en nuestros potenciales clientes y serán nuestros consumidores directos.

Hemos determinado que existe una verdadera necesidad en nuestros potenciales clientes para automatizar y mejorar sus procedimientos administrativos y financieros, así como también la necesidad de llevar un mejor control de la capacidad, recurso humano y capital en las clínicas y hospitales que les permita obtener una rentabilidad muy superior a la que actualmente perciben.

## 6. PLAN DE MERCADEO

### ESTRATEGIAS DE PRECIOS

SERMEDICAL para tratar de entrar y ganar una participación razonable de ese mercado ha pensado en manejar una estrategia de precios bajos. A continuación mostramos los servicios que ofrecemos y el precio asignado a cada tipo:

➤ Finanzas y Administración	\$7,500
➤ Implementación de Calidad	\$12,500
➤ Análisis, diseño y desarrollo de sistemas	\$3,000
➤ Talleres y seminarios	\$2,400

Además, hemos decidido mantener estos precios durante al menos 3 años, salvo que las condiciones económicas del país nos lleve a modificarlos antes de lo previsto.

### ESTRATEGIA DE VENTA

Inicialmente nuestros clientes serán Clínicas particulares de Guayaquil, en adelante se pretende continuar con el mismo sector pero cubriendo el resto de ciudades del país.

Se ha planificado hacer un seguimiento para cerrar contratos en prioritaria con aquellas instituciones más representativas dentro de su sector tanto públicas como privadas, por ello hemos revisado bases de datos proporcionadas por la Cámara de Comercio de Guayaquil y el Servicio de Rentas Internas, producto de lo cual identificamos sus datos más importantes, de tal modo que facilite su contacto y seguimiento.

### ESTRATEGIA PROMOCIONAL

Dentro de nuestra estrategia promocional hemos establecido los siguientes medios que nos permitirán llevar nuestro servicio en forma más efectiva:

1. Se difundirá en conferencias realizadas en los Colegios Profesionales relacionados con la Medicina, además de cursos dictados en los auditorium de medicina en la Universidad de Guayaquil y U. Católica de Guayaquil.
2. Se presentarán charlas de promoción y motivación gratuita en las clínicas y hospitales.
3. Se promocionará la página Web, de la compañía ofreciendo sus servicios, ya sea en boletines económicos y/o folletos emitidos por las cámaras de las industrias y comercio.
4. Se utilizarán medios audiovisuales, con efectos de sonido que mantenga la atención de la audiencia.

## **7. ANÁLISIS TÉCNICO**

### **EQUIPOS**

Para el funcionamiento de SERMEDICAL se requieren los siguientes equipos:

- 4 computadores DELL Inspiron I1150 Celeron (R) CPU 2.60 Ghz, 512 Mb de RAM
- 1 impresora HP Laser Jet Multifunción
- UPS 627 V.A. de tres horas
- Software
- Equipo de oficina: 4 escritorios, 9 sillas, 4 sillas ejecutivas, 1 mesa para sesiones, 5 teléfonos y 1 archivador.

## **8. ANÁLISIS ADMINISTRATIVO**

El conocimiento y la experiencia del grupo empresarial gestor, conformado por el Ing. Bernardo Ovalle, Scarlett Soto y Cristian Fiallos facilitarán la consecución de objetivos establecidos por la empresa.

### **ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE “SERMEDICAL”**



## 9. ANÁLISIS ECONÓMICO Y FINANCIERO

SERMEDICAL, requiere una inversión de 17,000 dólares, los cuales serán aportados por el grupo gestor, todo esto con la finalidad de no incurrir en obligaciones financieras. Al realizar el análisis del proyecto, observamos que se logra una tasa de retorno del 15%, es decir que los flujos generados del proyecto recuperan la inversión de US\$17,000.00

La rentabilidad del proyecto es superior al 12% anual que los socios han definido como su tasa mínima de retorno y, por tanto, el proyecto es económicamente factible. . El valor presente neto, al 12% es de US \$7,376.00.

La rentabilidad es muy buena en un período de 3 años muy superior a cualquier opción financiera existente en el mercado financiero

El proyecto muestra un equilibrio económico aceptable. El hecho de entrar en un sector el cual no tiene mayor intervención de otras compañías consultoras, representa para SERMEDICAL una verdadera oportunidad de negocio.