



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA
UNITEC**

**FACULTAD DE POSTGRADO
TRABAJO FINAL DE GRADUACIÓN**

**PREFACTIBILIDAD PARA APERTURAR UNA TIENDA FÍSICA
"SECLIMEDIC" EN EL DISTRITO CENTRAL, HONDURAS.**

SUSTENTADO POR:

**PAMELA ELIZABETH DUARTE JIMÉNEZ
CINTHIA NICOLLE AGUILAR VALLADARES**

**PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE
MÁSTER EN
DIRECCIÓN EMPRESARIAL**

**TEGUCIGALPA, FCO. MORAZÁN, HONDURAS, C.A.
OCTUBRE 2024.**

FACULTAD DE POSTGRADO

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

RECTORA

ROSALPINA RODRÍGUEZ

VICERRECTOR ACADÉMICO NACIONAL

JAVIER ABRAHAM SALGADO LEZAMA

SECRETARIO GENERAL

/ PRORRECTOR

ROGER MARTÍNEZ MIRALDA

DECANA DE POSTGRADO

ANA DEL CARMEN RETTALLY VARGAS

**PREFACTIBILIDAD PARA APERTURAR UNA TIENDA FÍSICA
"SECLIMEDIC" EN EL DISTRITO CENTRAL, HONDURAS.**

**TRABAJO PRESENTADO EN CUMPLIMIENTO DE LOS
REQUISITOS EXIGIDOS PARA OPTAR AL TÍTULO DE**

MÁSTER EN

DIRECCIÓN EMPRESARIAL

ASESOR

JACOBO PAREDES HELLER

MIEMBROS DE LA TERNA:

MARIO GALLO.

FRANCISCO MONDINO.

ENRIQUE RIVAS.

DERECHOS DE AUTOR

© Copyright 2024

PAMELA ELIZABETH DUARTE JIMÉNEZ
CINTHIA NICOLLE AGUILAR VALLADARES

Todos los derechos son reservados.



FACULTAD DE POSTGRADO PREFACTIBILIDAD PARA APERTURAR UNA TIENDA FÍSICA "SECLIMEDIC" EN EL DISTRITO CENTRAL, HONDURAS.

CINTHIA AGUILAR Y PAMELA DUARTE

Resumen

Este estudio evaluó la prefactibilidad de aperturar una tienda física para SECLIMEDIC en el Distrito Central, Honduras, con el objetivo de mejorar el acceso a insumos médicos y fortalecer la competitividad de la empresa. Se analizaron la viabilidad económica, técnica y operativa del proyecto, identificando una demanda significativa y oportunidades de crecimiento en el mercado. El marco teórico investigó la industria de equipos médicos, destacando la dependencia de importaciones y la necesidad de una tienda física para ofrecer producto de alta calidad, utilizando teorías como el análisis FODA y el modelo de las cinco fuerzas de Porter, además de considerar aspectos legales como regulaciones de la ARSA, ONCAE, el Instituto de la Propiedad y la secretaria de Trabajo. La metodología combinó enfoques cualitativos y cuantitativos, basándose en encuestas a 105 médicos del Distrito Central. Los resultados mostraron una preferencia por tiendas físicas especializadas, una alta demanda de productos como oxímetros y termómetros, y la importancia de servicios adicionales como mantenimiento y entrega a domicilio, con una fiabilidad aceptable de los datos (alfa de Cronbach de 0.719). El capítulo IV demostró que una tienda de suministros y equipos médicos es rentable, con una TIR del 39% y una VAN positiva, la inversión se recuperará en cuatro años, respaldada por proyecciones de ventas sólidas y análisis de mercado. El capítulo V recomendó enfocarse en productos de alta demanda, ofrecer servicios adicionales y optimizar la ubicación e infraestructura. El capítulo VI propuso una estrategia para la apertura, centrada en la optimización de inventarios, la reducción de costos operativos y el uso de tecnología avanzada para mejorar la eficiencia y sostenibilidad del negocio.

Palabras claves: Prefactibilidad, Optimización, Viabilidad.



GRADUATE SCHOOL

PREFEASIBILITY STUDY TO OPENING A PHYSICAL STORE OF CLINICAL MEDICAL EQUIPMENT SUPPLIES “SECLIMEDIC” IN THE CITY OF TEGUCIGALPA, DEPARTMENT OF FRANCISCO MORAZAN, HONDURAS.

**CINTHIA AGUILAR Y PAMELA DUARTE
ABSTRACT**

This study evaluated the pre-feasibility of opening a physical store for SECLIMEDIC in the Central District, Honduras, with the aim of improving access to medical supplies and strengthening the company's competitiveness. The economic, technical, and operational viability of the project was analyzed, identifying significant demand and growth opportunities in the market. The theoretical framework investigates the medical equipment industry, highlighting the dependence on imports and the need for a physical store to offer high-quality products, utilizing theories such as FODA analysis and Porter's five forces model, in addition to considering legal aspects such as regulations from ARSA, ONCAE, the Property Institute, and the Ministry of Labor. The methodology combined qualitative and quantitative approaches, based on surveys of 105 doctors from the Central District. The results showed a preference for specialized physical stores, a high demand for products such as oximeters and thermometers, and the importance of additional services like maintenance and home delivery, with an acceptable reliability of the data. (alfa de Cronbach de 0.719). Chapter IV validated the reliability of opening a physical store near hospitals. Chapter V recommended focusing on high-demand products, offering additional services, and optimizing location and infrastructure. Chapter VI proposed a strategy for opening, focused on inventory optimization, reduction of operating costs, and the use of advanced technology to improve the efficiency and sustainability of the business.

Keywords: Competitiveness, Medical Supplies, Prefeasibility, Optimization, Viability.

DEDICATORIA

Este proyecto está dedicado principalmente a Dios, quien ha sido mi guía y fortaleza en cada paso de este camino. Gracias a su misericordia, he tenido la oportunidad de alcanzar una meta más en mi vida. Ha sido su presencia constante la que ha permitido superar los desafíos y obstáculos, dándome la fortaleza para llegar hasta aquí. Sin su apoyo incondicional, este logro no habría sido posible.

También quiero dedicar este proyecto a mi familia, quienes son mi mayor inspiración y principal motivación. Ellos siempre han estado a mi lado, brindándome su apoyo incondicional animándome a seguir adelante y superarme tanto en lo personal como en lo profesional. Son mi pilar sobre el cual he construido sueños y metas, y su amor me ha impulsado a crecer como persona, profesional y mujer. Cada paso que doy es por ellos quienes son mi mayor orgullo y el motor que impulsa mi vida.

Cinthia Nicolle Aguilar Valladares

A mi familia, por siempre contar con su apoyo incondicional en cada objetivo que me propongo, en estar presentes en cada una de mis aventuras, emprendimientos y alentándome a salir adelante, en brindarme herramientas que permitan lograr cada uno de mis sueños, son y siempre serán lo más grande de mi vida. Les dedico mi proyecto de tesis, han sido mis cimientos a lo largo de este proceso de ejecución, permitiendo que se alcance el nuevo objetivo y meta que cumpliré, los amo.

Pamela Elizabeth Duarte Jiménez

AGRADECIMIENTO

Doy gracias a Dios, quien me ha dado fortaleza y ha sido mi guía en cada paso de este caminar. Sin su apoyo divino, este proyecto no habría sido posible y por ellos ofrezco mi más profundo agradecimiento. Quiero expresar agradecimiento a mi pareja sentimental, quien ha sido apoyo en este proceso. su comprensión y el compartir sus conocimientos conmigo. Gracias por estar a mi lado e incentivarme.

También mi agradecimiento a los catedráticos que, con dedicación me brindaron sus conocimientos. Su sabiduría y guía han sido esenciales para el desarrollo de este proyecto. De manera especial, quiero reconocer y agradecer al Máster Marcelo Flores, quien ha sido nuestro guía en la formulación de este proyecto. Su dedicación y compromiso fueron fundamentales para poder culminar con éxito este trabajo.

Finalmente, agradezco a todas y cada una de las personas que, de alguna manera, aportaron su granito de arena en este proyecto mis más sinceros y profundo agradecimiento.

Cinthia Nicolle Aguilar Valladares

Le agradezco principalmente a Dios, infinitas gracias por permitirme cumplir una meta más en mi vida, a mi padre Mario Duarte y mi madre María Rosario Jiménez, ellos son mi pilar fundamental que me alentaron a seguir adelante, a mi hijo Rodrigo André y mi esposo Kevin Guillén por estar presente en todo este proceso. A mis amigos, hermanos, cuñados, que brindaron sus ideas, mejoras, y conocimiento, atreves de comentarios que permitieron desarrollar la elaboración del trabajo. Le agradezco a nuestros catedráticos, nos brindaron los conocimientos y las herramientas necesarias para poder crecer como profesionales, le agradezco a nuestro asesor de tesis Máster José Marcelo Flores, por compartir sus conocimientos y guiarnos en este proyecto, gracias Unitec, por brindarnos tecnología de vanguardia y capacitarnos para ser los mejores profesionales del mercado laboral, infinitas gracias.

Pamela Elizabeth Duarte Jiménez

ÍNDICE DE CONTENIDO

ÍNDICE DE CONTENIDO	2
1.1 INTRODUCCIÓN.....	8
1.2 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA	9
1.3 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA	10
1.3.1 ENUNCIADO DEL PROBLEMA	11
1.3.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	11
1.3.3 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	11
1.4 OBJETIVOS DEL PROYECTO.....	12
1.4.1 GENERAL	12
1.4.2 ESPECÍFICOS.....	12
1.5 JUSTIFICACIÓN.....	12
CAPÍTULO II- MARCO TEÓRICO.....	14
2.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL.....	14
2.1.1 ANÁLISIS MACROENTORNO.....	14
2.1.2 ANÁLISIS MICROENTORNO	17
2.2 CONCEPTUALIZACIÓN.....	19
2.2.1 FACTIBILIDAD O VIABILIDAD	19
2.2.2 ANÁLISIS O ESTUDIO DE MERCADO.....	19
2.2.3 SUMINISTROS Y EQUIPOS.	19
2.2.4 MERCADO OBJETIVO	20
2.2.5 OFERTA Y DEMANDA.....	20
2.2.6 RECURSOS HUMANOS.....	21
2.2.7 EL ORGANIGRAMA:.....	21
2.2.8 IMPORTACIONES.....	21
2.2.9 LOGÍSTICA Y CADENA DE SUMINISTROS.	22
2.3 TEORÍAS DE SUSTENTO	22
2.3.1 BASES TEÓRICAS.....	23

2.3.2 METODOLOGÍAS DESARROLLADAS POR OTROS INVESTIGADORES.....	31
2.3.3 INSTRUMENTOS UTILIZADOS.....	32
2.4 MARCO LEGAL.....	32
2.4.1 ARSA	32
2.4.2 ONCAE.....	33
2.4.3 MARCAS Y PATENTES.....	33
2.4.4 PATENTES	33
2.5.1 TRABAJO Y SEGURIDAD SOCIAL.....	34
CAPÍTULO III METODOLOGÍA	35
3.1 CONGRUENCIA METODOLÓGICA	36
3.1.1 MATRIZ METODOLÓGICA.	36
3.1.2 ESQUEMA DE VARIABLES	37
3.1.3 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.....	38
3.1.4 HIPÓTESIS.....	40
3.2 ALCANCE, ENFOQUE, MÉTODO.....	40
3.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	42
3.3.1 POBLACIÓN	42
3.3.2 MUESTRA	42
3.4 TÉCNICAS, INSTRUMENTOS, PROCEDIMIENTOS APLICADOS.	43
3.4.1 ENCUESTAS	43
3.4.2 PROCEDIMIENTOS APLICADOS.	44
3.5 FUENTES DE INFORMACIÓN	44
3.5.1 FUENTES PRIMARIAS.....	45
3.5.2 FUENTES SECUNDARIAS	45
3.6 FIABILIDAD DE LOS DATOS: (LA CONFIANZA)	45
CAPÍTULO IV RESULTADOS Y ANÁLISIS	46
4.1 INFORME DEL PROCESO DE RECOLECCIÓN DE DATOS	46
4.1.1 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA.....	46
4.2 ESTRUCTURA DE LOS RESULTADOS	54
4.2.1. INSTRUMENTOS APLICADOS.	54

4.2.2. PRUEBA DE ACEPTACIÓN O RECHAZO DE LA HIPÓTESIS NULA.....	55
4.2.3. ANÁLISIS DE MERCADO: ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR.....	55
55	
Figura 12. Adquirir con Frecuencia Suministros o Equipos Médicos.....	55
4.2.4. ANÁLISIS MERCADO Y FINANCIERO: DEMANDA, INGRESOS	55
56	
4.2.5. ANÁLISIS TÉCNICO: MARKETING	56
4.2.6 ANÁLISIS FODA DE LAS ENCUESTAS APLICADAS.	57
4.2.7. PRINCIPALES HALLAZGOS ENCONTRADOS.....	59
4.3. MODELO DE NEGOCIO.	59
4.3.1. MODELO DE NEGOCIO CANVAS.....	60
4.3.2. MODELO DE CANAL DE SERVICIOS A DOMICILIO.....	65
4.4 PROPIEDAD INTELECTUAL.	67
4.5 FACTORES CRÍTICOS DE RIESGO.....	67
4.6. ESTUDIO DE MERCADO.....	68
4.6.1. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.....	69
4.6.2. PODER DE NEGOCIACIÓN DEL CLIENTE.....	69
4.6.3. PODER DE NEGOCIACIÓN DEL PROVEEDOR	69
4.6.4. AMENAZA DE NUEVOS COMPETIDORES.....	70
4.6.5. AMENAZA DE PRODUCTOS SUSTITUTOS.....	70
4.6.6. RIVALIDAD ENTRE LOS COMPETIDORES.....	70
4.6.7. PERFIL DEL CONSUMIDOR.	70
4.6.8. ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR	70
4.7 ESTUDIO TÉCNICO.....	72
4.7.1. INFRAESTRUCTURA Y EQUIPAMIENTO.....	73
4.7.2. TECNOLOGÍA Y AUTOMATIZACIÓN.	73
4.7.3. CADENA DE SUMINISTROS Y LOGÍSTICA	74
4.7.4 PLANIFICACIÓN ORGANIZACIÓN Y LEGAL.	77
4.7.5 CAPACIDADES DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO.....	77
4.8 ESTUDIO FINANCIERO	78

4.8.1. PRESUPUESTO DE INGRESOS.....	78
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	80
5.1 CONCLUSIONES	80
5.2 RECOMENDACIONES	81
CAPÍTULO VI. APLICABILIDAD.....	82
6.1 NOMBRE DE LA PROPUESTA	82
6.2 JUSTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA	82
6.3. ALCANCE DE LA PROPUESTA	83
6.4. DESCRIPCIÓN Y DESARROLLO A DETALLE DE LA PROPUESTA .	83
6.4.1. DESCRIPCIÓN CLARA DEL “QUÉ” Y “COMO” LO HARÁN. APERTURA DE LA TIENDA EN FÍSICO.....	83
6.4.2 DESARROLLO DE TODOS LOS ELEMENTOS NECESARIOS. (HERRAMIENTAS, INSTRUMENTOS, PROCESOS, ETC)	85
Registro.....	103
6.5 MEDIDAS DE CONTROL (INDICADORES, MEDICIONES, ETC.)	106
6.6 CRONOGRAMA DE IMPLEMENTACIÓN Y PRESUPUESTO.	118
6.6 CONCORDANCIA DE LOS SEGMENTOS DE LA TESIS CON LA PROPUESTA.....	121
REFERENCIA BIBLIOGRÁFICAS.....	113
ANEXOS CONCEPTUAL.....	118
Anexo 2 Anexo 3	119
Anexo 5	120
Anexo 6. Formato de Solicitud de Prórroga Registro de Proveedores. ONCAE	121
Anexo 12. REQUISITOS PARA IMPORTAR EQUIPOS MÉDICOS REGULADOS POREL ARSA.....	125
Anexo 12.	127
Anexo 13.	129
Anexo 15. Exonerados de Registro.....	131
Anexo 17.	132
Anexo 24. Encuesta.....	140
Anexo 25. Flujos de efectivo proyectados.....	145

Índice de tabla

Tabla 1 Análisis Crítico de la Metodología.....	31
Tabla 2 Congruencia Metodológica	36
Tabla 3 Operalización de Variables	38
Tabla 4 Cálculo de la Población Total.	44
Tabla 5 Frecuencia de Compras de Suministros	48
Tabla 6 Frecuencia de Compra de Equipo Médicos.....	48
Tabla 7 Preferencia de recibir notificaciones de Suministros, Equipos o Servicios.	50
Tabla 8 Servicios Técnicos o Adicionales.....	53
Tabla 9 Modelo de Negocios Canvas.....	60
Tabla 10 Diagrama de PESTEL.	67
Tabla 11 Formula de Probabilidad de Compra.	71
Tabla 12. Cálculo de Ventas Proyectadas.....	72
Tabla 13. Catálogo de Productos de SECLIMEDIC	75
Tabla 14 Catálogo de los productos más vendidos de SECLIMEDIC.....	76
Tabla 15 Ventas Reales de la Tienda en Línea de SECLIMEDIC.	79
Tabla 16. Proceso de Adquisición de Inventarios.	85
Tabla 17 Proceso de Selección y Contratación de Personal.....	90
Tabla 18 Proceso de Comunicación Interna.....	93
Tabla 19 Proceso de Rotación de Inventarios.	97
Tabla 20. Proceso de Marketing y Ventas.	100
Tabla 21. Plan de Inversión.....	106
Tabla 22 Inversión en Mobiliario y Equipo.....	107
Tabla 23. Estructura de Capital.	109
Tabla 24. Amortización de Préstamo.	110
Tabla 25. Estado de Resultado Proyectado.	111
Tabla 26 Balance General Inicial.	113
Tabla 27 Flujos de Efectivo, TIR y VAN	114

Tabla 28 Periodo de Recuperación.....	115
Tabla 29 Estado de Resultado Pesimistas.....	116
Tabla 30 Balance General Escenario Pesimista.....	117
Tabla 31 Cronograma de Implementación.....	118
Tabla 32 Concordancia de los Segmentos de la Tesis con La Propuesta.....	121

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Esquema de Variables.....	37
Figura 2 Diagrama de Alcance, Enfoque y Método.....	41
Figura 3. Distribución de Genero.....	46
Figura 4. Distribución de la Edad.....	47
Figura 5. Característica importante para elegir un proveedor de Equipos Médicos.....	49
Figura 6. Satisfacción con los Proveedores.....	50
Figura 7. Servicios de Reserva en Línea para Asegurar los Productos Médicos.....	51
Figura 8. Preferencia de Compras de Suministros.....	52
Figura 9. Ubicación de la Tienda de Suministros Médicos Cerca de un Hospital o Clínica.....	52
Figura 10. Servicios a Domicilio.....	54
Figura 11. Gastos de Mantenimiento de Equipo Médicos al Año.....	54
Figura 12. Adquirir con Frecuencia Suministros o Equipos Médicos.....	55
Figura 13. Preferencias Para Recibir Actualizaciones Sobre Nuevo Productos y Ofertas.....	56
Figura 14. Actores Dentro del Proceso.....	66
Figura 15. Logotipo.....	67
Figura 16. Organigrama de La Empresa.....	77
Figura 17. Plano de la Tienda SECLIMEDIC.....	105

CAPÍTULO I - PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

En este capítulo se describen los puntos claves para una investigación exhaustiva, comenzando con una introducción clara al problema en cuestión. Se examinan el antecedente relevante que han dado forma al contexto del problema, y se formula el enunciado del problema que encapsula el punto central de la investigación. Así mismo, se establecen preguntas de investigación precisas que guiarán el estudio y se definen los objetivos que se deben alcanzar. Finalmente, se ofrece una justificación del problema, explicando la importancia y el impacto de abordar esta investigación y se argumenta la necesidad de resolver los problemas.

1.1 INTRODUCCIÓN

El desarrollo de un proyecto de tesis genera una oportunidad importante para poder abordar las problemáticas relevantes y aportar ideas y soluciones innovadoras en las diferentes áreas de conocimiento. En el caso del presente trabajo, se enfocará en el análisis de prefactibilidad para la apertura de una tienda física de la empresa de Suministros Clínicos Médicos. “SECLIMEDIC”, siendo una empresa dedicada a la comercialización de equipos y suministros médicos, en el Distrito Central. La finalidad de este proyecto es dar respuesta a las necesidades emergentes de mejorar el acceso a insumos médicos y poder realizar un nuevo giro a la empresa en donde pueda crecer y volverse una empresa competitiva, lo cual puede resultar un desafío complicado por la competencia existente desde que inicio en 2015.

SECLIMEDIC ha buscado cuidar de la salud de las personas desde el hogar, proporcionando a la población acceso a los equipos médicos esenciales. Sin embargo, el crecimiento de la demanda de médicos, clínicas y pacientes por un punto de venta físico en una ubicación estratégica ha sido incentivo para realizar este estudio. Este trabajo pretende conocer además de la viabilidad económica y operativa del proyecto y el impacto que puede causar en la población.

Este proyecto se determinó mediante objetivos, en donde se realizó un estudio de mercado, técnico y financiero, con el fin de determinar la ubicación con mejores condiciones para incrementar el acceso de los clientes a los productos de SECLIMEDIC. La obtención de los resultados de este proyecto permitió poder tomar decisiones estratégicas, para que la empresa optimice las

operaciones y pueda expandir el alcance al mercado del Distrito Central; con el fin de poder mejorar la posición de SECLIMEDIC en un área en específico.

1.2 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

“El mercado global de instrumentos y equipos médicos es uno de los más dinámicos económicamente. La gran demanda generada por los hospitales, clínicas, centros médicos y otras instituciones impulsa la creación de empresas especializadas en la comercialización de estos productos, con el fin de satisfacer la demanda (OMS, 2022). “Además, la constante evolución de tecnología médica obliga a los centros de salud a actualizar regularmente sus equipos, instrumentos y conocimientos en concordancia con los avances tecnológicos y científicos” (AMIIF, 2022).

Según la OPS (2018) menciona que los dispositivos médicos “son parte crucial de los sistemas de salud, ya que son indispensables para la prevención, diagnóstico, tratamiento y rehabilitación de enfermedades de forma segura y efectiva”.

La teoría clásica del Comercio Internacional tiene sus fundamentos en la obra de Adam Smith, *Investigación sobre la Naturaleza y Causas de la Riqueza de las Naciones*. Según los principios expuestos en sus escritos, un bien debe ser producido en el país donde los costos de producción sean más bajos y luego exportarse a otras naciones. (Villacres, pág. 12).

“Las siete unidades moduladoras para enfrentar la pandemia, compradas por casi 48 millones de dólares, supuestamente fueron sobrevaloradas y tenían equipo en mal estado; por tal caso, hay dos exfuncionarios procesados” (Morales F. , 2019).

“Honduras sigue siendo víctima de las redes de corrupción que en los últimos años se enraizaron en el engranaje de la estructura gubernamental y provocaron una lentitud en el crecimiento económico de ese pequeño país, situado en centro América” (Morales F. , 2019).

“En el año 2014, las instituciones sanitarias de Honduras enfrentaron graves problemas, debido a la mala gestión y corrupción en la administración de recursos médicos por parte del gobierno, a través de la secretaria de Salud” (Raudales, 2018).

Este lamentable incidente provocó una crisis en el sistema de salud, caracterizada por una escasez alarmante de medicamentos y equipos médicos en los hospitales públicos a nivel nacional. Además, durante el periodo 2009 – 2014, el instituto Hondureño de Seguridad Social (IHSS) sufrió un desfaldo económico estimado en 200 millones de dólares, lo que exacerbó aún más la situación crítica de los servicios de salud en el país. (Raudales, 2018)

Igual que otros sectores de la economía mundial, el comercio del sector de productos médicos también fue afectado por la Pandemia COVID-19, pero este de forma positiva.

En 2015, debido a la precaria situación del sistema de salud pública en Honduras, se fundó la empresa de Suministros de Equipos Clínicos Médicos “SECLIMEDIC” con el objetivo de brindar a las personas herramientas accesibles para el cuidado de su salud en el hogar y promover un estilo de vida saludable. La empresa surgió como respuesta a la necesidad de opciones confiables para que los ciudadanos accedan a insumos médicos sin depender únicamente del sistema estatal.

Inicialmente, SECLIMEDIC comenzó sus operaciones en Danlí, El Paraíso estableciendo su sede en el edificio del Hotel Quinta Alejandra. Desde allí la empresa distribuyó medicamentos y equipos médicos a precios accesibles, visitando hospitales y clínicas tanto públicas como privadas en diversas ciudades del departamento, incluyendo Danlí, Jutiapa, San Diego y EL Paraíso.

En 2023, SECLIMEDIC amplió sus operaciones al Distrito Central, atendiendo hospitales y clínicas en Tegucigalpa, Comayagüela, Valle de Ángeles, Santa Ana y Zambrano, con un enfoque especializado en el cuidado de la diabetes y ortopedia. Sin embargo, en este departamento opera exclusivamente en línea, lo que ha generado cierta insatisfacción entre los clientes por la falta de un espacio físico donde puedan acceder a sus productos de manera inmediata.

Con esta expansión, SECLIMEDIC se consolida como una opción accesible para el cuidado de la salud, adaptándose a las necesidades de un mercado en crecimiento.

1.3 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

Se establecieron los objetivos para la investigación, es recomendable formular el problema de estudio a través de una cantidad determinada de preguntas.

Según Aguilar Palacios (2021), plantear el problema en forma de pregunta ofrece una ventaja de manera directa, lo que reduce posibles distorsiones. Estas preguntas reflejan el “que” de la investigación.

1.3.1 ENUNCIADO DEL PROBLEMA

La empresa SECLIMEDIC, especializada en la comercialización de productos y servicios médicos, se encuentra evaluando la posibilidad de establecer una tienda física en el Distrito Central de Honduras. Este paso busca responder a la creciente demanda de los clientes, quienes solicitan la posibilidad de interactuar directamente con los productos y observar el inventario antes de realizar sus compras. La tienda Física también representa una oportunidad estratégica para fortalecer su presencia en el mercado local y fomentar un crecimiento sostenido a largo plazo. Maximizar el crecimiento de la empresa permitirá una mayor visibilidad de la marca, satisfacer la demanda de los clientes y evaluar la viabilidad de la tienda física. La accesibilidad de la tienda física, ubicada en centro comercial o en hospitales es clave y fundamental para identificar la preferencia de los clientes para el éxito financiero en sus operaciones.

1.3.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

A continuación, se formula la pregunta problema para el estudio de investigación:

¿Qué tan factible es la apertura de una sucursal física de SECLIMEDIC en el Distrito Central Honduras, ubicada en un centro comercial o un hospital, tomando en cuenta el análisis de mercado, análisis técnico y análisis financiero para el año 2024?

1.3.3 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

Las siguientes preguntas de investigación presentadas a continuación, tienen el propósito de analizar la viabilidad del estudio y buscan conectar la pregunta principal del estudio de investigación:

1. ¿Cuál es la factibilidad del mercado de suministros y equipos clínicos médicos en el Distrito Central y que segmentos presentan mayores oportunidades de crecimientos?
2. ¿Cuáles son las factibilidades técnicas necesarias para la apertura de una tienda física y de qué forma se podrían mejorar estas consideraciones para garantizar operaciones eficientes?
3. ¿Cuál es la viabilidad financiera para asegurar la sostenibilidad y el éxito de la empresa?

1.4 OBJETIVOS DEL PROYECTO

Los objetivos principalmente se consideran la guía del estudio que se va a realizar, enfocándose en responder el “que”, “como” y “para que” del proyecto, con el fin de encontrar “una solución” a nuestro problema de investigación. (UNITEC, 2022)

1.4.1 GENERAL

Describir el mercado actual de suministros y equipos médicos en el Distrito Central para fundamentar la apertura de una sucursal de SECLIMEDIC en un hospital o centro comercial, evaluando factores clave de análisis de mercado, aspectos técnicos y consideraciones financieras para determinar la viabilidad y rentabilidad del estudio.

1.4.2 ESPECÍFICOS

A continuación, se detallan los objetivos específicos del estudio de investigación:

1. Analizar el mercado actual en el Distrito Central para identificar segmentos en crecimiento, con el fin de descubrir oportunidades de diferenciación.
2. Optimizar la cadena de suministros y logística de SECLIMEDIC para reducir costos y mejorar la eficiencia, considerando los aspectos técnicos clave para la apertura de una tienda física de equipos y suministros médicos.
3. Implementar estados financieros para identificar oportunidades de optimización en ventas y rentabilidad de la tienda física de SECLIMEDIC en el Distrito Central.

1.5 JUSTIFICACIÓN

La presente investigación evaluará la factibilidad de la apertura de una tienda de suministros y equipos clínicos en el Distrito Central. Este estudio será de gran importancia tanto para aquellos interesados en proyectos de prefactibilidad, ya que servirá como una guía práctica, como para el crecimiento de la empresa SECLIMEDIC.

Este proyecto busca resolver la problemática actual de la empresa, que no cuenta con una tienda física, lo cual limita a los clientes en su capacidad de explorar y familiarizarse con los productos que SECLIMEDIC ofrece. Al establecer una tienda física, se pretende no solo mejorar la experiencia del cliente, sino también crear nuevas oportunidades de empleo. Además, este proyecto

tiene como objetivo impulsar el crecimiento financiero de la empresa, aprovechando el incremento de las ventas y el fortalecimiento de su posición en el mercado.

CAPÍTULO II- MARCO TEÓRICO

En el siguiente capítulo se presenta la información teórica de la investigación, donde se resaltan aspectos importantes que serán de utilidad para dar fundamento a esta investigación. Se presentó un análisis de la situación actual, así como un análisis del macroentorno y microentorno. A su vez, se realizó una revisión bibliográfica con los temas relevantes al estudio, con el fin de proporcionar una base sólida que sustente la investigación. Asimismo, se evaluaron diferentes fuentes de información que respaldan el estudio en cuanto a las variables, hipótesis y las metodologías de investigación que han sido utilizadas y han dado resultados en investigaciones previas.

2.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

El análisis de la situación actual implica documentar y respaldar los aspectos clave de la investigación con literatura relevante a nivel global y nacional. Esto permitió realizar una comparación con la situación actual de la empresa en cuestión (Aguilar Palacio, 2021).

En este capítulo se presentan conceptos, definiciones y teorías fundamentales basados en diversas fuentes, incluidas libros, tesis y otros documentos relevantes. Este enfoque ayuda a sustentar de manera más objetiva el proyecto de estudio.

2.1.1 ANÁLISIS MACROENTORNO

A nivel global, la industria de equipos médicos ha tenido un crecimiento, ofreciendo equipos de diversas calidades, donde la tecnología juega un papel importante, ya que gracias a ella se encuentra innovando constantemente en los suministros e insumos para mejorar la salud de las personas en diferentes especialidades.

Según la información recolectada por la World Trade Organization para en 2022, “Las exportaciones mundiales de equipos médicos representaron las tres cuartas partes a nivel mundial, encabezando las exportaciones: Alemania con el 12.9%, Estados Unidos 12%, y China en tercer lugar con el 8.7% (Drevinskas, 2023). China ocupa el tercer lugar en equipos médicos, pero se convirtió el número uno en la exportación de Equipo de Protección Personal (EPP). Aunque estos países sean los mayores exportadores y lideren en insumos médicos y

farmacéuticos, ya que no producen lo necesario para cuidar las necesidades de salud de su población y, por lo tanto, deben recurrir a las importaciones (OMS, 2022).

Otro impacto que sigue resonando a nivel mundial es el mencionado por (Intelligence, 2023). Según la información recopilada en un estudio de investigación realizado en la ciudad de Bogotá, Colombia, por la Universidad de ECCI, para la Creación De Empresa Basada En La Adquisición Y Distribución De Equipos Biomédicos, explica como la mayoría de los productos tecnológicos para equipos médicos son importados a su país, debido a la falta de producción interna este mercado. El estudio señala que la industria internacional tiene monopolio sobre los precios elevados debido a la alta demanda y la limitada oferta competitiva. Este un problema no solo afecta a Colombia sino también en Honduras. A nivel nacional, se destaca la poca capacitación que recibe el personal que vende equipos tecnológicos para la salud en el manejo y uso adecuado de la maquinaria, lo que impide su correcto funcionamiento y aumenta las probabilidades de fallos. Además, a nivel mundial, existe una escasez de técnicos capacitados para ofrecer mantenimiento y reparación de máquinas (Intelligence, 2023)

Según Muñoz (2022, pág. 15) El mantenimiento de equipos médicos en hospitales es fundamental y debe ser planificado de manera programada para reducir la mortalidad y los riesgos asociados. Esto se logra verificando mediciones de rendimiento y el uso de tecnología de información, contribuyendo a disminuir los costos y a ofrecer un mejor servicio a los ciudadanos que visitan los centros Hospitalarios.

Otras de las dificultades que se encuentran es que la obtención de repuesto es muy escasa y muy pocos técnicos pueden realizar las reparaciones pertinentes, llegando a un punto que los equipos se vuelvan descartables por el bajo mantenimiento y es triste que equipos de altos costos de compra no puedan contar con lo necesario para continuar con sus operaciones (Argüello, 2018).

A nivel de Latinoamérica, se observaron que muchos de los países no realizan la manufactura de insumos médicos necesarios para hospitales, clínicas y farmacias; en su lugar, todos los productos son obligatoriamente importados desde otros países, principalmente China, países europeos y Estados Unidos. Este último lidera el ranking de exportación de jeringas, gasas, catéteres, entre otros insumos de uso diario en las instituciones de salud, lo que provoca un incremento en los costos de los productos para ventas locales en los países latinoamericanos (OMS, 2022).

Según (Antonio Nasser, 2024), “la industria de equipos médicos en América Latina enfrenta importantes desafíos. Entre ellos, destaca la disparidad en la infraestructura adecuada para la atención de pacientes, especialmente en algunas regiones donde se presentan deficiencias en el suministro eléctrico, falta de personal de salud capacitado y escasez de equipos médicos avanzados”. Estas limitaciones afectan directamente la calidad de la atención médica en varios países latinoamericanos. Es imprescindible que los gobiernos y las empresas privadas de la industria de la salud trabajen en conjunto para enfrentar y superar estos desafíos.

Según (Intelligence, 2024), “El tamaño del mercado de dispositivos médicos se estima en 637,04 mil millones de dólares en 2024, y se espera que alcance 893,07 mil millones de dólares en 2029, con un crecimiento a una tasa compuesta anual de 6.99% durante el período (2024-2029) estimaciones que se realizan a nivel global su incremento”.

“Estudios realizados en diciembre de 2021 evidencian un aumento en la prevalencia de enfermedades cardiovasculares (ECV), especialmente en grupos de edad de 45 a 54 años, con incremento del 22% y en mayores de 70 años, con un 38% (Intelligence, 2024). Esto refleja una demanda creciente en el mercado de equipos de cardiología, que ha impulsado importantes avances tecnológicos desde 2021” (Intelligence, 2024). Además, la incorporación de tecnología como la inteligencia artificial en dispositivos cardíacos portátiles ha permitido tratar a un mayor número de pacientes con dispositivos especializados, resultando en beneficios significativos para su salud.

Ejemplo de dos empresas que han iniciado a implementar la tecnología de inteligencia artificial (IA) para sus dispositivos médicos entre ellas se menciona: “Translumina lanzó su stent recubierto sin polímeros de fármaco dual llamado VIVO ISAR en el mercado europeo. Medtronic lanzó Micra AV, un marcapasos miniaturizado y totalmente autónomo que ofrece tecnología de estimulación avanzada a pacientes con bloqueo auriculoventricular con enfoque mínimamente invasivo, este dispositivo puede detectar la actividad auricular sin necesidad de cables o dispositivo en la cámara superior del corazón”, (Intelligence, 2024). Observando un segmento de nicho de mercado que presenta un crecimiento desde 2021 con proyección a un mayor porcentaje 2029.

“Con el crecimiento en la tecnología y la implementación de inteligencia artificial (IA) en dispositivos médicos, aumenta el riesgo de vulneraciones a la seguridad e integridad de los usuarios. Actualmente, mucho de estos dispositivos están conectados a internet, lo que los expone a posibles ciberataques. Para abordar estos riesgos, la FDA en Estados Unidos exige que los

dispositivos médicos incorporen medidas de seguridad que protejan los datos de los pacientes y reduzcan las amenazas de ciberseguridad” (EY, 2023).

2.1.2 ANÁLISIS MICROENTORNO

En Honduras, la industria de la importación de insumos y suministros médicos crece cada día. Los operadores y reguladores encargados de controlar la calidad y veracidad que los productos sean idóneos para uso personal, es la Agencia de Regulación Sanitaria (ARSA), encargada de velar porque los productos importados cumplan con los requisitos y estándares nacionales. ARSA regula la calidad de los productos, insumos, suministros y fármacos contengan los componentes legales para uso nacional. (ARSA, 2024)

Existen varias empresas que lideran por años la venta y distribución de equipos y suministros médicos, manteniendo una alta calidad de los productos, y una guerra comercial muy alta, entre ellas podemos mencionar: (ARSA, 2024)

- Nipro Honduras
- Meyko
- CMI
- Dicosá
- INSSA
- 3M Honduras
- Biomédica
- Entre otros...

La competencia de ventas de equipos, suministros e insumos médicos cada día es más alta en el país es cada vez mayor. Todas estas empresas deben de importar productos, ya que en Honduras no existen fábrica de manufactura que puede disminuir la dependencia de la importación. La demanda de equipos médicos a nivel nacional es tan alta que las grandes empresas venden a precios exorbitantes, y muchas veces el costo no está regulado en relación con la calidad del insumo. (Duarte Martínez, 2024).

“El gobierno de Honduras ha priorizado el fortalecimiento de la red hospitalaria mediante la construcción de nueve hospitales en diferentes ciudades del país, entre ellos hospitales de trauma en Tegucigalpa y San Pedro Sula, hospitales generales en Roatán, Choluteca y Tocoa, así como

hospitales básicos en Ocotepeque y Salamá. También se incluyen hospitales regionales en Santa Bárbara y un hospital neonatal en Copán” (Organización Panamericana de la Salud, 2023). Esta expansión, financiada con recursos externos, impulsará la demanda de equipos médicos necesarios para abastecer cada una de estas nuevas instalaciones, generando una importante oportunidad en la industria de insumos y equipos médicos.

La Secretaría de Salud ha enfrentado serios impactos negativos debido a una gestión deficiente y falta de control en la planificación, compra, mantenimiento y reparación de equipos médicos, insumos y medicamentos (Organización Panamericana de la Salud, 2023). “En 2022, se reportó que el 62% de la población no recibió atención adecuada por la falta de medicamentos y el desabastecimiento de suministros médicos. Esta situación es especialmente crítica en las clínicas de atención materno infantil y en las Unidades de Atención Primaria en Salud (UAPS), donde se registraron las mayores carencias, afectando gravemente a los pacientes más vulnerables”.

“La mora quirúrgica en hospitales de especialidades y generales aumentó significativamente, pasando del 27% en 2022 al 55% en 2023. Este incremento se atribuye a la falta de medicamentos, insumos y al mal estado de los equipos médicos, lo que ha llevado a una situación crítica en los hospitales” (Organización Panamericana de la Salud, 2023). Esta problemática resalta la urgente necesidad de mejorar el abastecimiento y mantenimiento de recursos para garantizar una atención médica adecuada y reducir los tiempos de espera para procedimientos quirúrgicos.

“La OMS recomienda que países como Honduras asignen al menos el 6% del Producto Interno Bruto (PIB) a salud pública; sin embargo, desde 2014, el país ha destinado solo alrededor del 3%, quedando rezagado en comparación con otros países de Centroamérica. Esto ha llevado a que gran parte de la población incurra en gastos adicionales para acceder a servicios de salud, incluso en hospitales públicos” (Organización Panamericana de la Salud, 2023). “En 2023, el presupuesto de salud se incrementó al 7% del PIB, pero la Secretaría de Salud no logró planificar adecuadamente su ejecución, dejando sin utilizar 1,800 millones de lempiras, lo cual evidencia problemas en la gestión y asignación de recursos”.

El crecimiento de hospitales y clínicas privadas en Honduras, junto con un aumento en consultorios especializados y centros de atención ambulatoria, está impulsando el mercado de equipos médicos en el país. Esta expansión en el sector privado de salud genera una demanda constante de dispositivos médicos y tecnológicos avanzados, lo que crea oportunidades significativas para empresas dedicadas a la importación de estos equipos.

Este auge ha sido particularmente favorable para proveedores de tecnologías de diagnósticos por imagen, equipo quirúrgicos y dispositivos de monitoreo remoto, que están en alta demanda para satisfacer los estándares de calidad en los nuevos centros de salud. Además, mantener los equipos en óptimo estado ha estimulado el mercado de servicios de mantenimiento y actualización tecnológica, mejorando la sostenibilidad a largo plazo para las empresas del sector.

2.2 CONCEPTUALIZACIÓN

Al hablar a cerca de factibilidad y viabilidad en el proyecto de apertura de una tienda física de Suministros y equipos clínicos médicos, nos referimos a una evaluación integral que asegure el éxito del emprendimiento. En este análisis, se exploran diferentes aspectos, tales como: financiero, técnicos, legales y de mercado. Siendo fundamentales para poder determinar la viabilidad de llevar a cabo el proyecto con eficiencia.

2.2.1 FACTIBILIDAD O VIABILIDAD

Carlos Salazar (2020) define el estudio de factibilidad como “el proceso de recopilación de datos de manera que puedan ser ordenados con el fin de ser analizados” (pág. 27). Esto permite “determinar la ventajas y desventajas de manera cuantitativa y cualitativa para obtener los resultados, permitiendo interpretar la viabilidad económica, financiera, social.” (pág. 27).

2.2.2 ANÁLISIS O ESTUDIO DE MERCADO

“La investigación de mercados se identifican aspectos importantes de los productos, servicios, competidores y satisfacción en el mercado” (Ronquillo, 2023). “Para lograr una mejor gestión en el funcionamiento de cualquier organización, las empresas proveedoras de insumos médicos no son la excepción, analizando la compra, estrategia de distribución, la atención al cliente y la importancia de estudiar la adaptabilidad de la empresa en un entorno cambiante”. (Ronquillo, 2023).

2.2.3 SUMINISTROS Y EQUIPOS.

Para el estudio de mercado de suministros y equipos clínicos importados, se establecieron objetivos específicos que ayudaron a comprender el entorno y poder tomar decisiones.

CLASIFICACIÓN DE LOS SUMINISTROS Y EQUIPOS

La Federación Internacional de Dispositivos Médicos menciona que “Dentro de la categoría de dispositivos médicos, podemos encontrar suturas y dispositivos de sellado, bombas de succión e infusión” (FIME, 2024).

2.2.3.1 SOPORTE RESPIRATORIO Y VITAL.

Según la Federación Internacional de Dispositivos Médicos (2024), “los equipos que entran dentro de esta categoría son resucitadores/desfibriladores, Filtros de respiración, Nebulizadores, Espirómetros, caudalímetro y vaporizadores, suministro de oxígeno, ventiladores, conectores de tubos, y para finalizar máquina de anestesia” (FIME, 2024). Equipos relacionados a la especialidad de otorrinolaringología, y para mantener con vida mientras los pacientes se encuentran hospitalizados o ambulatorios.

2.2.3.2 DISPOSITIVOS DE MONITORIZACIÓN DE PACIENTES.

La Federación Internacional de Dispositivos Médicos (2024), enfatizó que “Monitores de glucosa en la sangre, monitores de presión arterial, medidor de hemoglobina, sistema de pesaje de pacientes, pulsioxímetro, retinoscopio, estetoscopio, termómetros” (FIME, 2024).

2.2.3.3 ORTOPEDIA Y FISIOTERAPIA/ REHABILITACIÓN.

Según la Federación Internacional de Dispositivos Médicos (2024), “Fisioterapia y Rehabilitación se encuentra el tratamiento de fisioterapia en frío, tratamiento térmico fisioterapéutico, equipos de masaje fisioterapéutico, equipos y dispositivos de rehabilitación” (FIME, 2024)

2.2.4 MERCADO OBJETIVO

“El segmento del mercado está conformado por consumidores reales y potenciales relacionados a un producto o servicio, logrando que cada individuo sienta la satisfacción al momento de adquirirlos” (Choque, 2019, pág. 3).

2.2.5 OFERTA Y DEMANDA

“La Oferta y la Demanda son el instrumento básico para analizar los resultados del mercado. Un mercado está conformado por compradores y vendedores de un bien o un servicio.” (Marcos, s.f.)

2.2.5.1 OFERTA

Según Carguaytongo (2019) ,“La oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) están dispuestos a poner a disposición del mercado a un precio determinado”.

2.2.5.2 DEMANDA

“En la demanda están influyendo factores tales como precio del bien o servicio, el ingreso de los clientes, gustos, preferencias y expectativas” (Carguaytongo, 2019, pág. 18).

2.2.6 RECURSOS HUMANOS.

“Este departamento es esencial para mejorar las estrategias organizacionales y proporcionar las habilidades y conocimientos necesarios al personal de la empresa, permitiendo así alcanzar metas establecidas” (Cruz, 2021).

El departamento de Recursos Humanos debe de tener sus principales funciones”. (Cruz, 2021), entre la cuales podemos encontrar.

- El diseño de puestos y descripciones de funciones y responsabilidades.
- Planificación de la planilla.
- Reclutamiento y selección.
- Socialización y relaciones laborales.
- Planes de carrera y formación de los colaboradores.
- Evaluación del rendimiento laboral, valoración de puestos y retribuciones.

2.2.7 EL ORGANIGRAMA:

Tiene como fin señalar las relaciones entre cada integrante del proyecto, de manera jerárquica. Este puede ser modificado por los participantes del proyecto de acuerdo con los cambios observados en las necesidades de este (euroinnova, 2022).

2.2.8 IMPORTACIONES

Las importaciones son el conjunto de bienes y servicios comprados por un país en el territorio extranjero para su utilización en territorio nacional, y también están sujetas a restricciones económicas y regulaciones y acuerdos comerciales (Delgado, 2023).

2.2.9 LOGÍSTICA Y CADENA DE SUMINISTROS.

La Cadena de suministros está formada por empresas que coordinan y colaboran con el objetivo de explorar una oportunidad de mercado, satisfaciendo las necesidades de los clientes. Dichas empresas que conforman la cadena de suministros son proveedores, fabricantes, distribuidores, minoristas y el mismo cliente final (Solis, 2018)

2.2.9.1 LOGÍSTICA

Según Jessica Morales (2020), la logística se limita al transporte de productos hasta el consumidor final, mientras que la cadena de suministros abarca la integración y administración de procesos esenciales para la fabricación de un producto o prestar un servicio, buscando maximizar el valor agregado de cada una de las etapas.

2.2.9.2 CADENA DE SUMINISTROS

Definieron cadena de suministros como el conjunto de procesos, dato y flujos de recursos que abarcan desde la materia prima hasta el consumidor final. La cadena de suministros comprende muchos otros aspectos que no están incluidos dentro de la función logística (Morales C. S., 2020)

Para lograr optimizar resultados en la apertura de una empresa se deben de tener en cuenta algunos procesos básicos

- Contratación
- Obtención de insumos para la prestación de servicios
- Almacenamiento
- Gestión de inventarios
- Distribución
- Logística
- Servicio al cliente
- Planificación y coordinación
- Mercadeo.

2.3 TEORÍAS DE SUSTENTO

En esta sección de la investigación se proporciona una base sólida que sustenta la investigación sobre la apertura de una tienda física de Suministros y equipos clínicos médicos. Se abordaron diferentes teorías de negocios que respaldan la viabilidad y factibilidad de este proyecto,

permitiendo una comprensión de cómo es la dinámica del mercado y las necesidades de los clientes objetivos.

2.3.1 BASES TEÓRICAS

En este proyecto se tomaron en cuenta tres puntos importantes para poder realizar un estudio de prefactibilidad y poder iniciar y desarrollar una nueva empresa.

2.3.1.1 ANÁLISIS DE MERCADO

Según el autor Santos (2022) “el análisis de mercado es el proceso de reunir información esencial sobre el sector en el que opera tu empresa o en el que desea incursionar. Este análisis examina las condiciones comerciales actuales tanto a nivel macroeconómico como microeconómico, con el objetivo de tomar decisiones informadas y rentables para el negocio” (Santos, 2022).

“El objetivo principal de realizar un estudio de mercado es buscar la necesidad que tiene el mercado y dar una mejor opción de lo que ya existe. Se segmenta la población a la que irá dirigida, la ubicación del mercado, su oferta y demanda” (Santos, 2022).

Según el autor (Morales C. S., 2020) Existen cuatro “P” de marketing en donde se podría mencionar:

- Producto: se ofrece un mercado para su adquisición
- Precio: Monto monetario
- Plaza o distribución: conjunto de tareas o actividades que permite llevar el producto hasta el consumidor final
- Promoción: comprende la promoción en las ventas, publicidad, relaciones públicas, medios de comunicación y estrategias.

Las industrias de calzado a nivel mundial se concentran en tres grandes zonas: Extremo oriente, Europa y Latinoamérica (Miranda,2005:289). En Europa, el sector industrial es la principal prioridad para el 2020, y su proyección es incrementar su participación de 15.1 % a 20%. En lo que respecta a Asia Oriental.

En los últimos años, se ha observado un aumento tanto a nivel nacional como local en la tasa de desempleo y una escasa generación de nuevos emprendimientos que contribuyan a la creación de industrias innovadoras. Según Baca (2016), un emprendimiento puede definirse como un proyecto que, con la asignación adecuada de capital e insumos, productos bienes o impacto significativo en

los objetivos de la economía, así como una carencia de innovación de los procesos de producción, comercialización financiamientos destinados a satisfacer necesidades y generar ingresos.

Según (Menceno, 2007) en la provincia del Carchi, la agricultura es una de las principales actividades económicas, especialmente la producción de papa. La demanda nacional de este producto se distribuye de la siguiente manera 74% de consumo, 9% para consumo industrial y el 17% para semilla. Esta situación refleja una falta de innovación en el modelo agrario tradicional. Un estudio realizado por (Pumisacho, 2016) sobre el cultivo de papa en Ecuador, revela que el 90% de la papa se consume fresca a nivel nacional, aunque también se emplea para la producción de otros productos como papas fritas, chips, almidón, alcohol y celulosa. Esta situación abre nuevas expectativas para el desarrollo de la zona, al presentar la posibilidad de diversificar la industria local mediante la creación de una nueva línea de cerveza artesanal elaborada con papa.

Los estudios refuerzan la importancia de realizar un análisis detallado de la factibilidad de un proyecto, que incluye estudios de mercado para determinar la demanda, oferta, precios y estrategias de comercialización: análisis técnico para definir el tamaño y la localización de la planta, así como la ingeniería del proyecto. (Baca, 2016)

“Los estudios de mercado permiten al emprendedor analizar sobre el público al que se puede dirigir su producto o servicios, así como identificar diversas oportunidades en el entorno del mercado” (Nuñez, 2013).

Estos estudios ayudan a definir al cliente, sus gustos y preferencias, y proporcionan herramientas para conectar con él, visualizar estrategias de marketing y ventas, y optimizar el proceso de producción del producto o servicio. Todo contribuye a una mejor toma de decisiones, lo que impulsa al crecimiento de la empresa. (Salazar-Coronel, S.f)

2.3.1.2 ANÁLISIS TÉCNICO

“Todo estudio técnico se refiere a las tareas o procedimientos que se deben de llevar a cabo con organización y tiempos estimados” (Jorrín-Abellán, 2021). El estudio técnico cuenta con etapas con el fin de alcanzar la elaboración de un proyecto con éxito; es importante la validez y confiabilidad del estudio, acorde a la metodología empleada, se tomen como resultado su

factibilidad y viabilidad. (Jorrín-Abellán, 2021, pág. 3)

Una de las conclusiones de este estudio fue la necesidad de poder definir la función de producción que pueda mejorar el uso de los recursos disponibles en la elaboración del producto o el servicio que se proporcione. Esto permitió obtener información sobre la necesidad de capital, mano de obra y recursos materiales, tanto para la fase inicial como para la sostenibilidad del proyecto.

Según (Sapag, 2007) la localización de la planta es un aspecto clave para el éxito de un proyecto, ya que implica elegir el lugar más adecuado para su implementación. Esta decisión debe basarse en una evaluación cuidadosa de varios factores que influirán en la operación del proyecto. La elección del sitio se puede abordar desde dos perspectivas: macro localización, que se refiere a la selección de la región o zona más conveniente para el proyecto, la micro localización; que termina el lugar exacto dentro de esa región para instalar la planta.

“Existen diversos métodos para facilitar la toma de decisiones sobre la localización. Uno de ellos es el método cualitativo por puntos que asigna valores cuantitativos a diferentes criterios relevantes y compara varias opciones de ubicación, eligiendo aquella que obtenga la puntuación más alta. Otro enfoque es el método cuantitativo de Vogel, que se enfoca en el análisis de los costos de transporte, de materia prima y de los productos terminados, para determinar la opción de localización más rentable” (Smith, 2010).

Finalmente “el método de Brown y Gibson combina factores cuantificables y subjetivos, asignando pesos relativos a cada uno de ellos, lo que permite realizar una comparación más completa entre las opciones posibles” (Lopez & Gonzales, 2018).

“La ingeniería básica del proyecto consiste en proponer soluciones a las necesidades identificadas en diversos ámbitos, como empresarial, social e individual. Esta fase es fundamental para estructurar los elementos claves del proyecto” (Hill & Krafcik, 2002).

Determinación del tamaño del proyecto. Se calcula la capacidad de producción necesaria y todos los recursos requeridos para llevar a cabo la producción del bien o el adecuado servicio. Para ello es fundamental considerar la demanda del mercado, con el fin de establecer la proporción adecuada para satisfacer esa demanda.

Según (Kotler & Keller , 2016) El análisis del mercado tiene como objetivo identificar las necesidades del consumidor, abarcando la demanda real, potencial y proyectada, basándose en la investigación realizada. La demanda es un facto determinante para el tamaño del proyecto, ya que puede ser mayor, igual o menor a la capacidad de producción prevista. En el caso de que la demanda sea mayor que la capacidad de producción, se deberá ajustar el proyecto para cubrir la brecha.

Es importante garantizar que haya un adecuado abastecimiento, tanto en cantidad como en calidad, de las materias primas necesarias. Esto requiere un análisis detallado de los proveedores, precios y cantidades de insumos, respaldado por cotizaciones, para formalizar acuerdos y asegurar suministros continuos. Además, se sugiere elaborar un cuadro con la información relevante para el análisis del tamaño óptimo del proyecto, con el fin de facilitar la toma de decisiones.

2.3.1.3 ANÁLISIS FINANCIERO

“Un estudio financiero de un proyecto de inversión es un análisis exhaustivo que evalúa la viabilidad económica de una inversión o proyecto empresarial” (Caíta, 2023). Este proceso implica la recopilación, evaluación y proyección de datos financieros para determinar si una inversión genera beneficios suficientes para justificar el desembolso de capital inicial (Caíta, 2023).

La información utilizada proviene de dos fuentes: el estudio de mercado que proporciona los posibles ingresos del proyecto en función de las ventas proyectadas por el precio y el estudio técnico, que suministra información relativa a las inversiones, costos operativos y de producción, entre otros (Anderson, 2021)

El sistema de dirección y gestión de los proyectos en general necesita de una evaluación efectiva que permita a través de un conjunto de indicadores, establecer las prioridades de la demanda de proyectos en función de la disponibilidad real que brindan las fuentes de financiamiento tanto nacionales como internacionales. (SciELO, 2016)

El plan de desarrollo anual, tanto de nuevas inversiones como reparaciones capitales de las instalaciones existentes, requieren de un solo estudio y evaluación de las necesidades, evaluar indicadores financieros que brinden el estudio de factibilidad, establecer las prioridades en función de los indicadores y realizar los balances en función del financiamiento disponible.

El estudio de factibilidad es la base para toma de decisiones de los reactivos que tienen la responsabilidad de aprobar las inversiones, periodo de recuperación (PR), valor actual neto (VAN) y tasa interna de retorno (TIR) para establecer la estrategia de ejecución (Martinez, 2019)

El plan de desarrollo anual debe contemplar tanto nuevas inversiones como reparaciones de las instalaciones existentes, para lo cual es imprescindible realizar un estudio exhaustivo de factibilidad que evalúe las necesidades del proyecto, los indicadores financieros y las fuentes de financiamiento. La calidad de la información, su organización y el proceso de cálculo juegan un papel clave en la toma de decisiones por parte de los directivos. Herramientas como MS Project 2013 y Excel se utilizan eficazmente para organizar y analizar estos datos, facilitando la gestión eficiente de los proyectos.

El objetivo de este trabajo es desarrollar un procedimiento para el estudio de factibilidad de proyectos en sistemas de dirección y gestión, con el fin de establecer un orden de ejecución de las inversiones en función de los indicadores y las fuentes de financiamiento. A lo largo del análisis, se presentan los conceptos clave, las fases del ciclo de vida de un proyecto y las funciones que desempeña el estudio de factibilidad en cada una de estas fases, todo ello apoyado por el PMBOK y las Normas ISO asociadas al desarrollo de proyectos. (Ortiz, 2020)

Métodos

El ciclo de vida de una inversión comienza con la fase de Iniciación, donde se desarrollan los anteproyectos y se define cuál de ellos es el más viable. En esta etapa, el estudio de factibilidad es esencial para determinar el presupuesto, analizar los riesgos y verificar la viabilidad financiera del proyecto mediante el flujo de caja y otros indicadores. Durante este proceso, se evalúan los estudios de riesgos y las autorizaciones necesarias, y se calcula la sostenibilidad de la inversión.

Para priorizar los proyectos y optimizar los recursos financieros disponibles, es necesario realizar un análisis de los indicadores clave como PR, VAN y TIR. Estos indicadores, junto con otros como el VAN, son utilizados para establecer un orden de ejecución que maximice los rendimientos económicos, financieros y sociales. La información obtenida del estudio de factibilidad proporciona la base para la toma de decisiones y la definición de la estrategia de ejecución, con el apoyo de herramientas informáticas como MS Project 2013 y Excel. (Excel, 2015)

En cuanto al análisis de sensibilidad, este permite evaluar los posibles riesgos e incertidumbres

asociados con los valores de los indicadores, brindando un margen de maniobra para realizar ajustes sin comprometer el alcance y la funcionalidad del proyecto. Se utilizan métodos como el análisis de escenarios y la simulación Monte Carlo para prever diferentes situaciones y sus posibles efectos sobre los resultados del proyecto.

Estudio de Factibilidad en la Fase de Iniciación

El subproceso de Iniciación es crucial para definir los objetivos y requisitos del proyecto, así como para establecer las cifras directivas que guiarán su desarrollo. En esta fase, el estudio de factibilidad juega un papel clave, ya que es donde se calculan los indicadores PR, VAN, TIR. Los cuales orientan las decisiones sobre la viabilidad y prioridad de los proyectos. Esta fase debe apoyarse en una base de datos de proyectos previos, que permita aprender de experiencias pasadas y mejorar la calidad del estudio de factibilidad.

La evaluación de los indicadores y la calidad de la información proporcionada en esta fase son fundamentales para garantizar el éxito del proyecto. El análisis de sensibilidad permite comprender cómo los cambios en las variables clave pueden afectar los resultados del proyecto y tomar decisiones más informadas en cuanto a posibles ajustes en el alcance o los recursos. ((PMI), 2014)

Estudio de Sensibilidad y Flujos de Caja

Todos los proyectos de inversión están sujetos a riesgos e incertidumbres. El análisis de sensibilidad es una herramienta crucial para evaluar cómo las variaciones en los indicadores pueden afectar el éxito del proyecto. Además, el flujo de caja es esencial en el estudio de factibilidad, ya que permite calcular el período de recuperación de la inversión, así como los valores de VAN y TIR. El uso de hojas de cálculo electrónicas, como Excel, facilita la estructuración y el análisis del flujo de caja, haciendo posible calcular estos indicadores de manera más eficiente.

El estudio de sensibilidad se realiza para identificar las variables que tienen mayor impacto en los resultados del proyecto. A través de este análisis, es posible ajustar las proyecciones financieras y tomar decisiones informadas sobre los riesgos y oportunidades que podrían surgir a lo largo del ciclo de vida del proyecto. El análisis de escenarios y la simulación Monte Carlo también son útiles para prever distintos escenarios y sus implicaciones. (Serrador, 2015)

Estudio de Factibilidad en la Fase de Ejecución

Una vez que el proyecto entra en la fase de ejecución, se deben gestionar los cambios que puedan surgir y evaluar si las desviaciones del plan original afectan los objetivos del proyecto. Esta fase es la más dinámica, ya que es donde se implementan los ajustes y se toman las decisiones operativas para garantizar el cumplimiento de los objetivos dentro del presupuesto y los plazos establecidos. La gestión de cambios, las desviaciones y los indicadores del proyecto se controlan mediante herramientas como MS Project, que facilitan el monitoreo y la toma de decisiones en tiempo real.

Es en esta etapa donde la calidad del proyecto y la gestión de los cambios son cruciales. Un control adecuado de los indicadores permite identificar rápidamente las desviaciones y ajustar el plan de ejecución para minimizar los riesgos. La gestión del flujo de caja y el monitoreo de los indicadores como VAN, TIR y PR también son fundamentales para evaluar la rentabilidad y sostenibilidad de la inversión durante la ejecución.

Estudio de Factibilidad en la Fase de Cierre

Finalmente, en el proceso de cierre del proyecto, se evalúan los resultados obtenidos, se compara lo ejecutado con lo aprobado en la fase de iniciación y se ajustan los indicadores como VAN, TIR y PR. En esta fase, también se valida la sostenibilidad del proyecto, analizando los costos de mantenimiento y su impacto en la rentabilidad futura. El monitoreo de la calidad y la evaluación de las no conformidades son esenciales para determinar si el proyecto ha cumplido con los objetivos establecidos y si la inversión es viable a largo plazo.

2.3.1.3 ANÁLISIS FODA.

Se realizó un estudio de factibilidad para la creación de una empresa que brinde servicio de gestión documental. Según el autor Israel M.Q. (2018), el análisis FODA tiene como finalidad generar estrategias que respondan a las posibilidades que se presenten en el sector, teniendo en cuenta los riesgos y planeando la forma de enfrentarlos mediante las características en las que sustenta su éxito, reduciendo los inconvenientes que se pueden presentar por las debilidades reconocidas.

2.3.1.4 MÉTODO DE OBSERVACIÓN

Conforme a lo visto en Choque (2019), el propósito de este proyecto consiste en abordar y resolver problemas específicos o lograr un objetivo en el ámbito del conocimiento. La investigación descriptiva también se emplea para aclarar los logros deseados, ya sean metas, objetivos a largo y corto plazo, y para señalar los medios o enfoques necesarios para alcanzar dichos objetivos

Los métodos de estudio utilizados fueron el de observación, con el fin de poder ubicar diferentes clientes potenciales de los medicamentos, así como la observación de otros comerciantes de este tipo de productos en cuanto al atención al cliente, manejo de precios, formas de pago, entre otros (Choque, 2019).

2.3.1.5 MÉTODO DE APLICACIÓN

“Otro método de aplicación es el de análisis; este es un proceso de conocimiento que se inicia por la identificación de cada una de las partes que caracterizan una realidad. De esta manera, se establecerá la relación causa-efecto (Choque, 2019). “En el Estudio de factibilidad para la apertura de una farmacia universitaria, llevar a cabo un análisis de este tipo permite crear estrategias de marketing que faciliten la apertura de la farmacia” (Choque, 2019).

Al entender el entorno en el que opera la farmacia, se puede desarrollar enfoques específicos para atraer y retener clientes, diferenciarse de la competencia y adaptarse a las condiciones del mercado local.

2.3.1.6 TEORÍA DE LAS CINCO FUERZAS DE PORTER.

Según Aguilar Palacios (2021), en la actualidad, el modelo de las cinco fuerzas de Porter se posiciona como una herramienta más eficaz y ampliamente empleada para identificar de manera sistemática las principales presiones competitivas en un mercado y evaluar la fuerza y relevancia de cada una.

En los resultados obtenidos al aplicar estas teorías, se logró identificar la capacidad de los proveedores de insumos. Si hay pocos proveedores, estos podrían tener un mayor poder de negociación. Además, se analizaron las posibilidades de que los nuevos competidores ingresen al mercado y evaluó la intensidad de la competencia entre las empresas ya establecidas en el mercado.

En otra investigación, encontrada en un proyecto de prefactibilidad de una empresa de servicio de enfermería a domicilio y venta de equipo médico, Vivas (2020) considera que “la teoría de las cinco fuerzas de Porter es una de las herramientas más poderosas y de mayor uso para detectar de manera sistemática las principales presiones competitivas en un mercado y evaluar la fortaleza e importancia de cada una”.

2.3.2 METODOLOGÍAS DESARROLLADAS POR OTROS INVESTIGADORES
Tabla 1 Análisis Crítico de la Metodología

Metodologías	Ventajas	Desventajas
1. Método descriptivo	<p>2. Es valioso cuando se necesita explorar características específicas de una situación</p> <p>3. Proporciona una comprensión detallada de un estudio en particular.</p>	<p>1. Limita su capacidad para explicar situaciones complejas.</p> <p>2. Su naturaleza transversal puede no captar cambios a lo largo del tiempo.</p>
2. Análisis FODA	1. Determina las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades de una empresa, generando estrategias adecuadas	1. Depende de la interpretación del analista, considerando que podría dejar de lado algunos factores importantes.
3. Método de observación	1. Brinda información detallada sobre el comportamiento del mercado.	1. Podría ser subjetiva y sesgada.
4. Método de aplicación	1. Optimiza la comprensión de los problemas identificando la relación causa-efecto.	1. Puede ser limitado por la calidad de los datos del análisis.
5. Teorías de las cinco Fuerzas de Porter.	1. Análisis sólido que evalúa la competencia y la demanda del mercado.	1. Puede crear confusión del entorno competitivo dejando pasar por desapercibidos algunos factores que influyen en la posición de la empresa en el mercado.

Fuente: (Aguilar Palacios, 2021)

En la tabla 1 se observarán los tipos de metodologías que se analizarán en el estudio, así como las ventajas y desventajas de cada una de ellas, metodologías encontradas en otras tesis que sirvieron como sustento para realizar nuestra investigación.

2.3.3 INSTRUMENTOS UTILIZADOS

En esta sección se describen los instrumentos utilizados para recopilar datos durante el estudio de factibilidad de distintos proyectos, mencionando:

2.3.3.1 ENCUESTA:

Este instrumento ayuda a obtener información de manera clara y precisa, empleando un formato estandarizado de preguntas donde el informante reporta sus respuestas por escrito, sin requerir la presencia de los entrevistadores (Deloitte, 2021).

Se elaboraron encuestas dirigidas a la población y a los clientes potenciales y según la información obtenida poder establecer el tipo de infraestructura y la demanda a satisfacer.

2.3.3.2 INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL

Según Deloitte (2021), es una etapa que desempeña un papel fundamental, ya que implica la revisión y el análisis de una variedad de documentos tanto físico como digitales, relacionados con el área de investigación. Estos documentos pueden incluir libros, artículos académicos, tesis previas e informes.

2.3.3.3 ENTREVISTAS

Durante el desarrollo de la investigación, se realizaron entrevistas a productores de la zona del distrito de Rio Nuevo y áreas aledañas. A través de estas entrevistas, se confirmó la existencia de proveedores de tubérculos y vegetales, así como la disposición y apertura por parte de los establecimientos para incorporar nuevos productos de dicha naturaleza dentro de su oferta (Díaz, 2022).

2.4 MARCO LEGAL

El estado de Honduras cuenta con entes reguladores encargados de supervisar la importación de equipos médicos para salvaguardar la salud de todos los hondureños. Estos organismos aseguran que los suministros cumplan con altos estándares de calidad. Además, exigen que los productos estén aprobados por la FDA, asegurando el consumo o uso en personas y su eficiencia en mejorar la salud.

2.4.1 ARSA

“La Ley de Regulación Sanitaria (ARSA), para el control de importaciones, proveedores,

instituciones y entes privados que deseen comercializar insumos y suministros médicos deben seguir y guiarse acorde a las siguientes leyes publicadas en el diario oficial la Gaceta de Honduras a continuación la menciona” (ARSA, 2024).

2.4.2 ONCAE

“Ley de Contratación del Estado Artículo 30. Normativa. Es la oficina Normativa de Contratación y Adquisiciones, como un órgano consultivo del Estado” (ONCAE, 2024).

Si una empresa desea ser proveedor de insumos y suministros clínicos médicos al gobierno de Honduras, debe de certificar en la ONCAE, que es la entidad que regula la compras y contrataciones realizadas para la adquisición de productos de uso médico en el país (ONCAE, 2024).

El principal requisito es estar legalmente establecido en el país y contar con las certificaciones y acreditaciones del ARSA. La SESAL emiten licitaciones para mantener siempre los estándares, permitiendo así que las empresas participen y cumplan con todos los requisitos necesarios para su acreditación como proveedor del estado de Honduras (ONCAE, 2024). El objetivo de la ONCAE es administrar de forma segura los fondos del estado y promover e impulsar la economía nacional, alentando a las empresas a participar en distintas licitaciones (ONCAE, 2024).

2.4.3 MARCAS Y PATENTES.

Si la empresa desea patentar su marca, es fundamental que lo realice en el Instituto de la propiedad del Gobierno de Honduras, ingresando a su página en línea donde dice propiedad intelectual, en la ley de propiedad industrial que incluye marcas, patentes, diseños industriales y modelos de utilidad, la empresa puede realizar un patentado, evitando plagios o incurrir en demandas en el futuro por alguien que desee hacer uso de su marca sin consentimiento. (Instituto de la propiedad, Gobierno de Honduras, 2024).

2.4.4 PATENTES

Según el Instituto de la Propiedad de Honduras nos dice:

“Constituye el título, certificado o documento oficial que emite el estado, a través de la Dirección General de Propiedad Intelectual, para acreditar los derechos exclusivos que corresponden al inventor de un nuevo producto o procedimiento que puede ser...” (IP, 2024).

2.4.4.1 MARCA.

El Instituto de la Propiedad de Honduras, (2024) nos explica:

“Terminología Signos Distintivo: Todo signo que sirve para identificar a una empresa en su actividad comercial o a un producto o servicio del mismo género. Marca: Cualquier signo visible apto para distinguir los productos (MF) o servicios (MS) de una...” (IP, 2024)

2.4.4.2 DESIGNACIÓN COMERCIALES:

El Instituto de la Propiedad (2024), nos explica que “para Nombre Comercial (NC), el nombre que identifica o distingue a una empresa o establecimiento en su actividad comercial. Puede integrarse por palabras (Rotulo) o por figuras (emblema)” (IP, 2024).

2.5.1 TRABAJO Y SEGURIDAD SOCIAL.

La secretaría de Trabajo y Seguridad Social explica, “que toda empresa tiene solo 6 meses para inscribirse al Sistema Hondureño de Casos Laborales y Registro Nacional Simplificado de Patronos Llamado la SIHCAL” (SRNSP, 2024).

CAPÍTULO III METODOLOGÍA

En este capítulo se presenta la matriz de congruencia metodológica, la cual revela la relación entre las variables y dimensiones del estudio. Esta matriz es una herramienta esencial que permite visualizar y organizar las distintas variables involucradas en la investigación, facilitando así su análisis y comprensión. Al estructurar las variables de manera clara, se logra identificar cómo se interrelacionan los diferentes factores que influyen en el mercado, técnico y financiero enfocados en el contexto del estudio.

La operacionalización de la variable detalla la estructura de las variables independientes del proyecto de investigación, con un enfoque de prefactibilidad para la apertura de una tienda física.

Asimismo, se examinó la hipótesis para determinar su viabilidad o nulidad, aplicando un análisis con enfoque mixto y alcance descriptivo-correlacional. La metodología utilizada es cualitativa-cuantitativa, utilizando encuestas como instrumento de recolección de datos, aplicada a una muestra sesgada de la población.

El diseño de la investigación se basa en población finita de profesionales de la salud (médicos) tomando en cuenta sus criterios para evaluar la viabilidad del negocio. La muestra es no probabilística por conveniencia, ya que se selecciona en función de la accesibilidad y disponibilidad de los participantes enfocándose en especialidades específicas, tales como: Cirujanos, Podiatras, Internistas, Dermatólogos, Ortopedas y Médicos Generales; siendo un total de 105 encuestados, que es el número de médicos identificados por la empresa como esenciales en el estudio.

Se aplicaron técnicas, instrumentos y procedimientos utilizados en investigaciones anteriores que han demostrado ser efectivos, como encuestas y grupos focales. Las fuentes de información primarias incluyen encuestas a grupos focales, mientras que las fuentes secundarias provienen de investigaciones y consultas en estudios previos, las cuales brindaron información valiosa para enriquecer el análisis en curso.

3.1 CONGRUENCIA METODOLÓGICA

3.1.1 MATRIZ METODOLÓGICA.

La matriz de congruencia es una herramienta que nos permitirá comprender la relación de congruencia entre las variables y dimensiones.

Tabla 2 Congruencia Metodológica

TITULO DE INVESTIGACIÓN	OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN		VARIABLES	
	GENERALES	ESPECÍFICOS	INDEPENDIENTE	DEPENDIENTE
ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA APERTURA UNA TIENDA FÍSICA DE "SECLIMEDIC" EN EL DISTRITO CENTRAL,	Proponer un plan estratégico integral para la apertura de una sucursal de suministros de equipos clínicos médicos, ya sea en un hospital o un centro comercial en el Distrito Central; evaluando factores	1. Analizar exhaustivamente el mercado actual en el Distrito Central para identificar segmentos de alto crecimiento, evaluar la competencia y desarrollar estrategias que impulsen a SECLIMEDIC a través de tecnología, innovación y alianzas estratégicas.	Mercado	Factibilidad
		2. Evaluar las consideraciones técnicas para la apertura de una tienda física de equipos y suministros clínicos médicos para SECLIMEDIC y optimizar la cadena de suministros y la logística para mejorar la eficiencia y reducir sus costos.	Técnico	Factibilidad

HONDURAS.	como análisis de mercado, análisis técnico y análisis financiero.	3. Proyectar ventas y asegurar la sostenibilidad y crecimiento de la tienda física en el Distrito Central.	Financiero	Factibilidad
-----------	-------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------	--------------

3.1.2 ESQUEMA DE VARIABLES

A continuación, se presenta el esquema de variables en donde se detalla las variables dependientes e independientes a estudiar y así mismo los indicadores de la investigación.

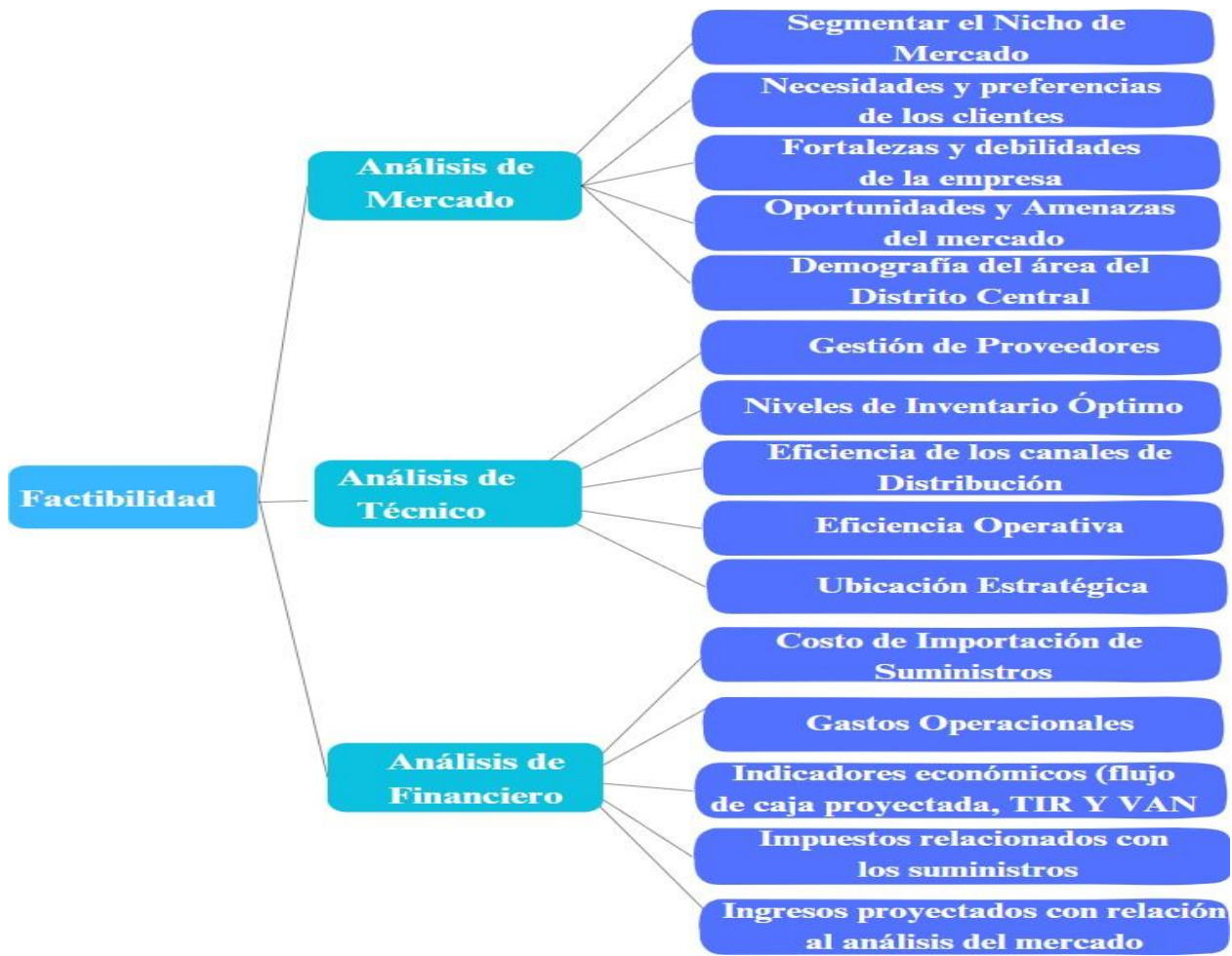


Figura 1 Esquema de Variables

3.1.3 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.

A continuación, se presenta un matiz de operacionalización de variables, en donde se detalla la estructura de las variables independientes del proyecto de investigación con un enfoque de prefactibilidad para la apertura una tienda física de suministros y equipos clínicos médicos en el Distrito Central. Aquí se detallará la definición conceptual de las variables y se describe el procedimiento de medición correspondiente.

Tabla 3 Operalización de Variables

Variable Dependiente	Variable Independiente	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Preguntas	Respuestas	Técnicas.
Factibilidad	Mercado	"Mediante este método se puede decir que la investigación de mercado es un procedimiento que busca la aplicación de unas técnicas apropiadas e involucradas en el diseño como lo es la recolección de datos, el análisis y la presentación de la información para la toma de decisiones" (Benassini 2010)	Determinar las acciones necesarias para poder crear una buena investigación del mercado, tomando en cuenta, su nicho, demografía, que tipo de suministros prefiere la población, que factores externos o internos podrían ser perjudiciales para el buen funcionamiento de la empresa	1. Segmento del Mercado 2. Evaluación de la Competencia 3. Estrategias Tecnológicas.	1. Crecimiento. 2. Comparativo. 3. Innovación.	1. ¿Qué factores considera más importantes al elegir un proveedor de equipos médicos? 2. ¿Que tan satisfecho está con sus proveedores de equipos médicos? 3. ¿Consideraría útil un sistema de reserva en línea?	a) Precio b) calidad c) servicio post venta d) variedad de producto e) disponibilidad f) otros. — a) Muy Satisfecho b) satisfecho c) Ni satisfecho, Ni Insatisfecho, d) Insatisfecho a) Si b) No	Encuesta

Continuación tabla 3. Operacionalización de variables

Variable Dependiente	Variable Independiente	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Preguntas	Respuestas	Técnicas.
Factibilidad	Análisis Técnico.	" Provee información para cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación pertinente a esta área". (Nassir Zapag, 2014).	" Se determina la obtención de la información de las necesidades de capital, mano de obra y recursos materiales, tanto como para la puesta en marcha como para la posterior operación del proyecto. (Nassir Zapag, 2014)	1. Infraestructura y ubicación. 2. Optimización de la cadena de suministros. 3. Logístico	1. Accesibilidad 2. Automatización 3. Marketing	1 Le gustaría contar con una tienda física de suministros y equipos médicos cerca de un hospital o una clínica? 2. Que tipos de servicios técnicos o servicios adicionales considera necesarios que una tienda de suministros o equipos médicos ofrezca? 3. Como prefiere recibir actualizaciones sobre nuevos productos y ofertas.	a) si b) No a) instalación de equipo b) mantenimiento preventivo c) reparación de equipos d) actualización de software de equipo e) Mantenimiento y reparación de equipo f) asesoría técnica g) capacitación y uso de equipos h) servicio de entrega a domicilio i) otros a) correo electrónico b) llamadas Telefónica c) mensaje de texto d) visita personal de un representante e) redes sociales	Encuesta.

3.1.4 HIPÓTESIS.

Para asegurar el estudio de investigación, fue necesario formular dos tipos de hipótesis ya sea investigativas y nulas. Esto permitió evaluar la viabilidad del estudio en relación con las variables de factibilidad de mercado, técnico, financiero.

Hipótesis Nula Ho:

No existe una demanda de mercado significativa para la apertura de una tienda física de suministros y equipos clínicos en el Distrito Central.

Hipótesis Alternativa Ha:

Existe una demanda de mercado significativa para la apertura de una tienda física de suministros y equipos clínicos en el Distrito Central.

3.2 ALCANCE, ENFOQUE, MÉTODO

A continuación, en la figura siguiente, se presenta un diagrama que muestra el diseño de la investigación. Este diagrama proporciona información clave sobre el alcance alcanzado, el enfoque aplicado y el método utilizado para obtener los resultados esperados en el estudio.



Figura 2 Diagrama de Alcance, Enfoque y Método

3.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

En este apartado, el diseño de la investigación fue correlacional y descriptivo, con un enfoque cuantitativo, ya que estudia la relación entre variables. Los datos se recopilaron a partir de un listado de médicos con especialidades específicas que laboran en diversos centros de atención sanitaria. Este enfoque permitió desarrollar acciones eficaces para responder a las preguntas formuladas en el planteamiento del problema (Aguilar Palacio, 2021)

3.3.1 POBLACIÓN

Se realizó un estudio de factibilidad para la apertura de un local de suministros médicos, dirigido a un segmento específico de profesionales de la salud, principalmente médicos y clínicas independientes. El análisis incluyó la evaluación de ubicaciones estratégicas, como torres comerciales y hospitales, para identificar el sitio óptimo. Durante el estudio, se consultó a grupos clave cuya experiencia y criterio fueron esenciales para valorar la viabilidad del proyecto.

El objetivo principal de SECLIMEDIC es fortalecer su relación con médicos independientes y clínicas, especialmente aquellos profesionales recién graduados de diversas especialidades, con el fin de captar y atender de manera más personalizada a este segmento en crecimiento.

3.3.2 MUESTRA

La muestra seleccionada para este estudio será probabilística por conveniencia, centrada en la accesibilidad y disponibilidad de los participantes, que comprenden un total de 105 médicos. Se dará prioridad aquellos con especialidades específicas, tales como Medicina Interna, Podología, Cirugía General, Dermatología, Ortopedia y Medicina General. Este grupo de participantes incluye médicos que actualmente interactúan con la empresa, y el objetivo es evaluar si presenta un segmento de clientes potenciales suficiente para sostener la operación de una tienda física de SECLIMEDIC.

Para calcular el tamaño de una muestra para población finita, se utiliza la siguiente fórmula (Israel G. , 2021)

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

n: tamaño de la muestra

N: tamaño de la población (población finita) 105

Z: valor crítico del nivel de confianza 1.96 para un nivel de confianza del 95%) Z=1.96

p:0.5

q: 1-p

E: margen de error 0.05

Sustituyendo la formula

$$n = \frac{105 * (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}{(105 - 1) * (0.05)^2 + (1.96)^2 * 0.5 * 0.5} = 82.63$$

Por lo tanto, se necesita una muestra aproximada de 83 médicos para estimar con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5% en una población finita de 105 médicos especialistas.

3.1.1 UNIDAD DE ANÁLISIS

La unidad de análisis está conformada por los participantes que responderán las encuestas, quienes deben tener interés en adquirir suministros y equipos médicos a través de un establecimiento ubicado dentro de un hospital o centro comercial en el Distrito Central, Honduras. Este estudio tiene como objetivo analizar la factibilidad y viabilidad de la apertura de dicho establecimiento.

3.4 TÉCNICAS, INSTRUMENTOS, PROCEDIMIENTOS APLICADOS.

Basándose en técnicas e instrumentos probados en investigaciones realizadas previas, que han demostrado ser efectivos y generar resultados significativos, se ha decidido utilizar una combinación de encuestas a grupos focales en el estudio. Esta estrategia de investigación mixta permitió obtener una perspectiva amplia y profunda sobre el tema de investigación.

3.4.1 ENCUESTAS

Para obtener la información necesaria para desarrollar este proyecto de investigación, se

utilizará una encuesta que se aplicó al tamaño de la muestra establecida. Dicha encuesta fue construida de manera clara, ordenada y bien definida para poder garantizar la correcta recolección de datos relacionados con los requerimientos o las necesidades identificadas en los clientes potenciales. Los resultados que se obtuvieron en la encuesta ayudaron en la toma de decisiones.

3.4.2 PROCEDIMIENTOS APLICADOS.

En los procedimientos aplicados para el estudio de prefactibilidad de la apertura de una tienda física de Suministros y equipos médicos, se empleó un enfoque de investigación mixto.

La muestra seleccionada de una población de profesionales de la salud, aplicando criterios específicos de exclusión para asegurar la representatividad de los participantes. Se tomó en cuenta médicos especialistas cuya experiencia es relevante para el estudio.

Se recopilaron datos a través de encuestas, las cuales nos proporcionarán información cualitativos sobre los requerimientos.

Tabla 4 Cálculo de la Población Total.

Especialidad	Ubicación	Total
M. Podólogos	Distrito Central	21
M. General	Distrito Central, Zambrano, Valle de Ángeles, Santa Ana.	45
M. Internistas	Distrito Central	8
M. Cirugía	Distrito Central	11
M. Dermatólogos	Distrito Central	10
M. Ortopedas	Distrito Central	3
M. Endocrinólogo	Distrito Central	7
Total		105

Fuente: propia.

3.5 FUENTES DE INFORMACIÓN

Las fuentes de investigación utilizadas para recopilar información en el estudio de factibilidad y viabilidad respaldan los diferentes razonamientos del análisis, proporcionando datos válidos y

confiables para el proyecto. En este estudio se emplearon tanto fuentes primarias como secundarias, para llevar a cabo la investigación, las cuales se detallan a continuación.

3.5.1 FUENTES PRIMARIAS

En el estudio realizado, se utilizaron encuestas a grupos focales, los cuales nos brindaron información de campo, que permitió cuantificar los datos recopilados, con el fin de obtener resultados claros. Se determinó, además, si es viable la apertura de una sucursal de suministros de equipos clínicos médicos.

3.5.2 FUENTES SECUNDARIAS

Las fuentes secundarias analizadas en la investigación proporcionaron una base sólida de información a las consultas otras investigaciones relacionadas con el tema. Este análisis permitió determinar el tipo de estudio realizado, así como el diseño y enfoque aplicados en la investigación. A continuación, se detallan las fuentes utilizadas:

- Revista interdisciplinaria de Humanidades, Ciencia y tecnología (Nuñez, 2022).
- Libro de la metodología de Investigación (Sampieri, 2014).
- Factores asociados al inadecuado abastecimiento de medicamentos y dispositivos médicos esenciales en los Hospitales públicos (Servan Ventura, 2023).

3.6 FIABILIDAD DE LOS DATOS: (LA CONFIANZA)

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
.719	27

Según (Hernandez Sampieri (2014), la fiabilidad estadística de los instrumentos de medición, como ser cuestionarios y encuestas, generalmente debe reflejar un valor alfa de Cronbach entre 0.70 y 0.90. En nuestro caso, el valor 0.719 se considera un nivel de fiabilidad aceptable. (págs. 234-236)

CAPÍTULO IV RESULTADOS Y ANÁLISIS

En este capítulo se presentan los resultados obtenidos a partir de los estudios de mercado, técnico y financiero, cuya metodología fue explicada en el capítulo anterior. Además, se verifica la hipótesis establecida en el capítulo III, utilizando los datos recopilados de las 105 encuestas aplicadas, conforme a la muestra representativa de la población objetivo. La información analizada en este capítulo está en coherencia con los objetivos y las preguntas de investigación formuladas.

4.1 INFORME DEL PROCESO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Se analizó cómo SECLIMEDIC, propone ideas innovadoras para impulsar su crecimiento financiero, gestionar el mercado y fortalecer su posicionamiento de marca, utilizando técnicas que contribuyen al buen desempeño de la empresa.

4.1.1 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA.

SECLIMEDIC es una empresa que nace en la Ciudad de Danlí, El Paraíso, especializada en la comercialización de suministros y equipos médicos. Durante varios años, se ha destacado por ofrecer atención especializada a domicilio, manteniendo una gestión operativa en línea. Además, ha expandido sus servicios en Tegucigalpa y algunas ciudades aledañas en donde ha demostrado tener su alcance y excelente atención al cliente,

Los resultados de la encuesta aplicada a 105 médicos de especialidades específicas, que actualmente son visitados por SECLIMEDIC y laboran en el Distrito Central, proporciona información precisa y clara.

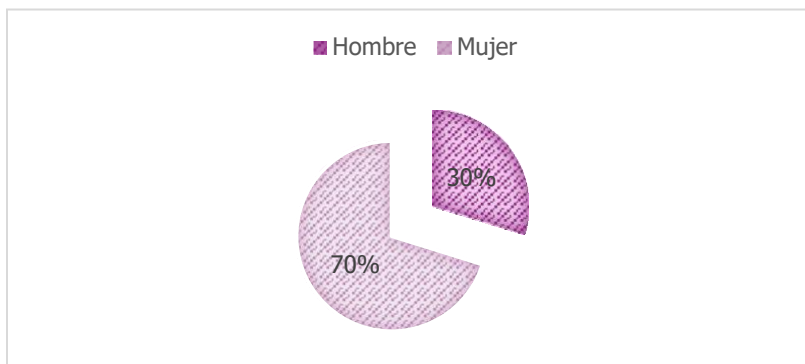


Figura 3. Distribución de Genero

En la figura 3, muestra que la mayoría de los encuestados son mujeres, representando más del doble del número de los hombres encuestados. Esto podría indicar una mayor participación o interés en el sector de insumos y equipos médicos, lo que sugiere que las mujeres tienen una mayor representación profesional en el área de la salud en el área del Distrito Central, según nuestra muestra representativa. Por lo tanto, este hallazgo podría orientar las estrategias de marketing.

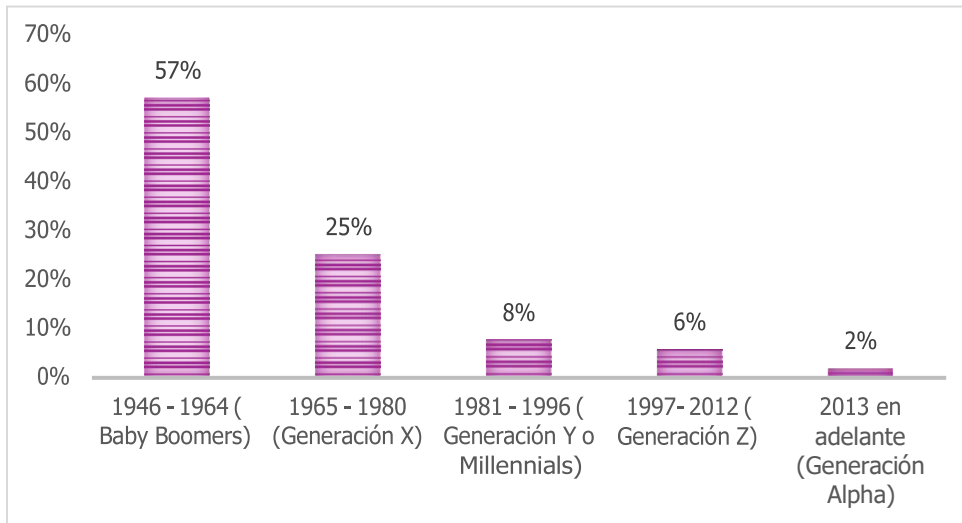


Figura 4. Distribución de la Edad.

En la figura 4, El enfoque en las generaciones Baby Boomer y Generación X revela que la mayoría de los médicos encuestados pertenecen a estos grupos, lo cual sugiere a SECLIMEDIC la importancia de priorizar productos confiables y de alta calidad. Dado que estos médicos cuentan con una amplia experiencia, suelen enfocarse en la calidad excepcional de los productos. Además, sería ideal ofrecerles actualizaciones para sus equipos tradicionales, a fin de satisfacer sus necesidades específicas y mejorar su experiencia.

Tabla 5 Frecuencia de Compras de Suministros

Material	Nunca (%)	A veces (%)	Frecuentemente (%)	Raramente (%)	Siempre (%)
Bisturíes, pinzas, tijeras	31.7	26.9	18.3	17.3	5.8
Hilos de sutura, agujas de sutura	32.7	21.2	17.3	20.2	8.7
Material de protección personal	6.7	23.1	33.7	14.4	22.1
Apósitos, venda	11.5	28.8	24.0	18.3	17.3

Según la tabla 5, los productos de protección personal y apósitos tienen una alta demanda con más del 55% de los médicos usándolos frecuentemente o siempre. Los bisturíes, pinzas, tijeras y los hilos de sutura tienen una demanda más baja, ya que una proporción significativa de encuestados los usa raramente o nunca (más del 50%) y los apósitos y vendas tienen una demanda moderada, con un 41% usándolos frecuentemente o siempre.

Tabla 6 Frecuencia de Compra de Equipo Médicos

Equipo Médico	A veces (%)	Raramente (%)	Frecuentemente (%)	Nunca (%)	Siempre (%)
Oxímetros, termómetros	45.0	31.0	14.0	9.0	1.0
Nebulizadores, inhaladores	23.1	14.4	33.7	6.7	22.1
Tensiómetros, glucómetros	35.6	27.9	20.2	15.4	1.0
Ecógrafos, estetoscopios	29.8	27.9	9.6	32.7	0.0
Láseres, equipo de fisioterapia	9.6	20.2	2.9	67.3	0.0
Monitores de signos vitales	27.9	19.2	10.6	41.3	1.0

Según los datos analizados existe una alta frecuencia de uso (45%) en cuanto a los oxímetros y termómetros y solo el (9%) nunca lo usa. El producto de uso común y frecuente esencial para el monitoreo de signos vitales, lo que sugiere una alta demanda. Con un 37% frecuentemente utilizan nebulizadores e inhaladores y un 22% siempre lo utiliza. Los tensiómetros y glucómetros tienen un uso moderado con un 35% a veces y un 27% raramente. En conclusión, la alta demanda de oxímetros y nebulizadores tienen uso frecuentemente o constante. Con una demanda moderada los tensiómetros, glucómetros y monitores de signos vitales. Y con una baja demanda los ecógrafos, láseres y equipos de fisioterapia un uso más especializado y esporádico.

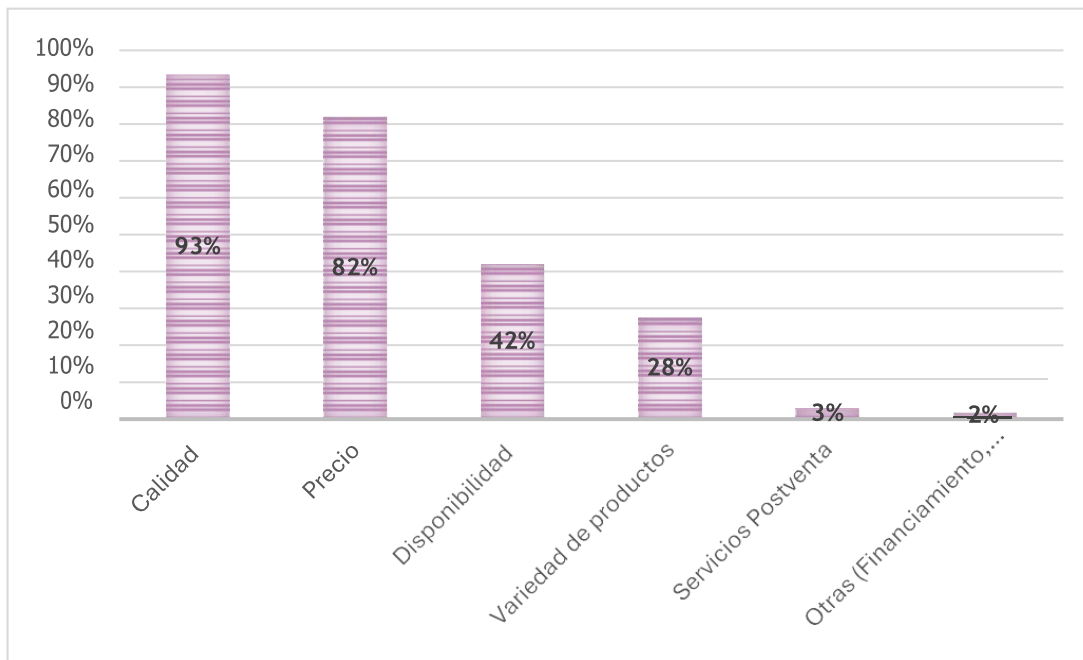


Figura 5. Característica importante para elegir un proveedor de Equipos Médicos.

En la figura 5, muestra que el 93% de los encuestados prefieren la calidad, como uno de los factores más valorados por los clientes. También se considera que el precio es un factor clave, al igual que la disponibilidad. Esto nos demuestra que la tienda debe posicionarse como un proveedor de productos de alta calidad y al mismo tiempo, mantener precios competitivos es crucial. En nuestro estudio de prefactibilidad, se debe de considerar desarrollar estrategias que ofrezcan una combinación de calidad, disponibilidad y costo, complementando con ofertas adecuadas y servicios adicionales.

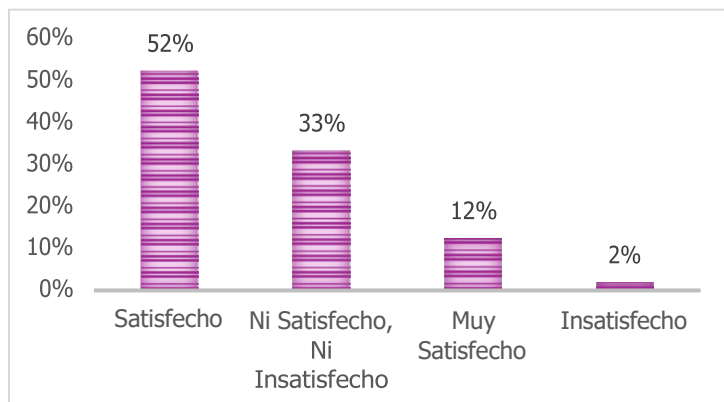


Figura 6. Satisfacción con los Proveedores.

En la figura 6, muestra que la mayoría de los encuestados están satisfecho con sus proveedores actuales. Este grupo representa un 52% de la muestra total, lo que indica que más de la mitad de los clientes tiene una buena percepción del servicio y productos que reciben. Aunque sea un indicador positivo, podría existir un margen de mejora. La apertura de una tienda física podría ser una oportunidad para mejorar la experiencia del cliente, incrementar la satisfacción y crear la fidelización de los clientes.

Tabla 7 Preferencia de recibir notificaciones de Suministros, Equipos o Servicios.

Método de Contacto	De acuerdo (%)	Totalmente de acuerdo (%)	Ni de acuerdo ni en desacuerdo (%)	En desacuerdo (%)	Totalmente en desacuerdo (%)
Correo Electrónico	51.0	17.3	14.4	13.5	3.8
Llamada Telefónica	39.4	23.1	17.3	15.4	4.8
Mensaje de Texto	48.1	16.3	15.4	14.4	5.8
Visita Personal de un Representante	41.3	18.3	17.3	14.4	8.7
Redes Sociales	51.9	26.0	10.6	8.7	2.9

Según la tabla 7, los métodos más populares son las redes sociales y correo electrónico los cuales resultan tener mayor adaptación, con más del 50% de los encuestados de acuerdo con su uso. Las llamadas telefónicas y mensajes de texto tienen una aceptación, considerando es son moderadamente aceptados. Y el menos preferido resulta ser la visita personal ya que tiene menor aceptación indicando que prefieren forma de contacto más rápidas y menos invasivas.

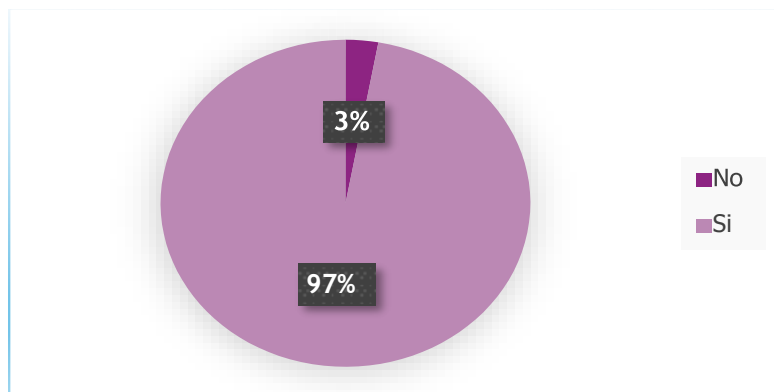


Figura 7. Servicios de Reserva en Línea para Asegurar los Productos Médicos.

Según la figura 7, podemos observar cómo el 97% de la población encuestada, se encuentra completamente de acuerdo en realizar reserva de productos en línea. La implementación de la tecnología en las empresas, y la oferta de servicios en línea a los clientes permiten mantener una mejor afiliación, lo que contribuye al crecimiento de las ventas.

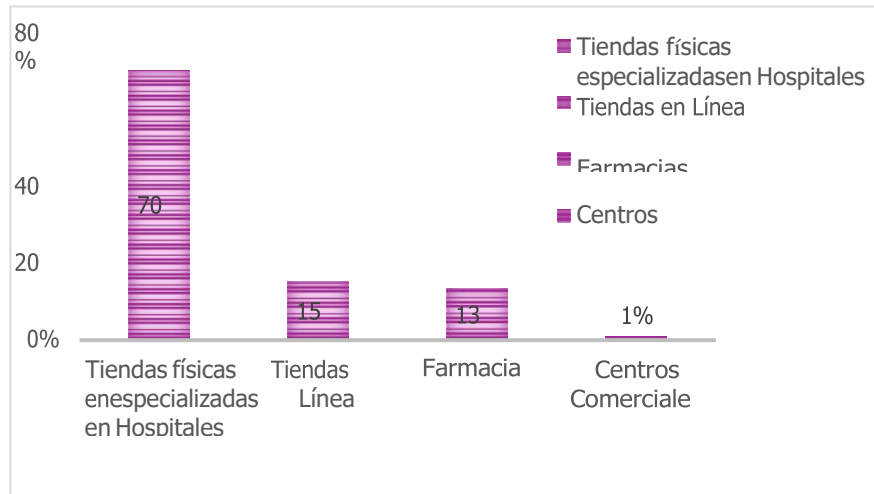


Figura 8. Preferencia de Compras de Suministros.

Según el gráfico 8, el 70% de los clientes prefieren realizar sus compras en una tienda física especializada en hospitales. Este dato es un indicador clave que respalda el objetivo de nuestro proyecto de prefactibilidad. La preferencia del mercado sugiere que una tienda especializada tiene un potencial significativo para atraer clientes, quienes valoran la posibilidad de ver y tocar los productos, recibir asesoría especializada, y posiblemente, la confianza que brinda una tienda física.

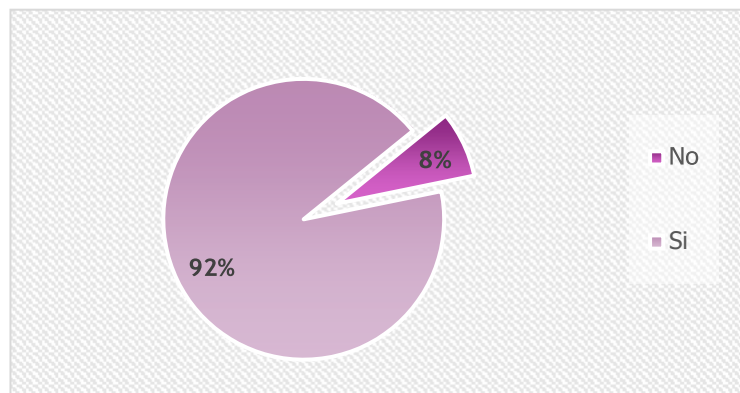


Figura 9. Ubicación de la Tienda de Suministros Médicos Cerca de un Hospital o Clínica.

En la gráfica 9, según el análisis de los datos, respalda firmemente la viabilidad del proyecto de apertura de una tienda física de suministros médicos, especialmente si está ubicada cerca de un hospital o clínica. Para nuestro estudio, la ubicación puede ser un diferenciador clave, atrayendo tanto a profesionales de la salud como a pacientes que necesitan acceso inmediato a productos.

médicos. La preferencia clara del mercado por esta opción sugiere que la tienda tiene un alto potencial para satisfacer una necesidad significativa y captar un mercado sólido.

Tabla 8 Servicios Técnicos o Adicionales.

Servicios	De acuerdo (%)	Totalmente de acuerdo (%)	Ni de acuerdo ni en desacuerdo (%)	En desacuerdo (%)	Totalmente en desacuerdo (%)	Total (%)
Instalación de Equipos	48.1	47.1	3.8	1.0	0.0	100.0
Mantenimiento Preventivo	38.5	60.6	1.0	0.0	0.0	100.0
Actualización de Software de Equipos	46.2	51.9	0.0	1.9	0.0	100.0
Mantenimiento y Reparación de Equipos	33.7	60.6	2.9	1.9	1.9	100.0
Asesoría Técnica	40.4	56.7	1.9	0.0	0.0	100.0
Capacitación en el Uso de Equipo	42.3	55.8	1.0	1.0	0.0	100.0
Servicios de entrega a domicilio	37.5	58.7	1.9	1.9	0.0	100.0

En la tabla anterior, se muestra los servicios más valorados, donde con un 60% totalmente de acuerdo requieren de mantenimiento preventivo, así mismo el mantenimiento y reparación de equipos. En conclusión, los clientes priorizan servicios de mantenimiento, entrega a domicilio y capacitación. Nos muestra que busca un soporte integral para el uso y cuidados de los equipos.

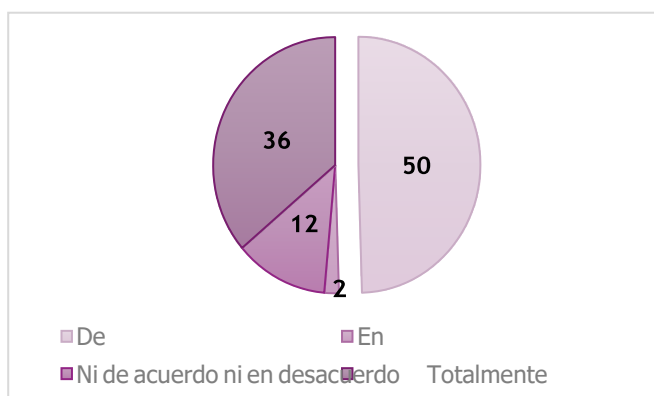
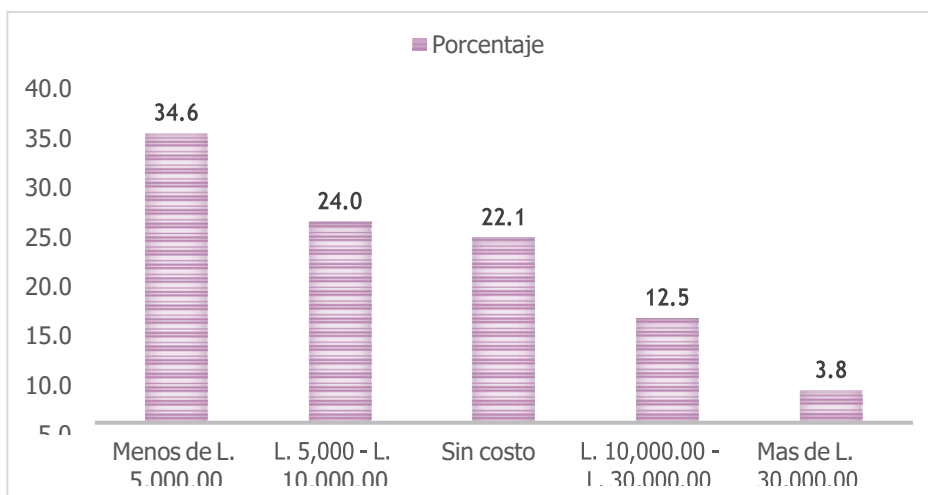


Figura 10. Servicios a Domicilio.

Según la gráfica 10, El servicio de entrega a domicilio es una estrategia de marketing clave para satisfacer a los clientes. El 50% de los médicos encuestados expresaron su deseo de que la empresa simplemente este servicio, ya que les ahorra tiempo y les permite recibir los productos en la comodidad de sus clínicas. Por lo tanto, es un elemento adicional que debería considerarse para mejorar la satisfacción de los clientes.

Figura 11. Gastos de Mantenimiento de Equipo Médicos al Año.



La gráfica 11, muestran que el 34% de los clientes, invierten menos de L. 5,000.00 en equipos médicos. Lo cual demuestra que los clientes buscan equipos más accesibles y probablemente de menor tamaño o especialización. El mercado principal, que se encuentra en productos de menor valor muestra que la empresa debe de enfocarse en una amplia gama de estos productos para atraera los clientes. Sin embargo, no debe de descuidarse de los segmentos de mayor valor, especialmente si puede diferenciarse por medio de servicios adicionales como financiamiento y personalización.

4.2 ESTRUCTURA DE LOS RESULTADOS

4.2.1. INSTRUMENTOS APLICADOS.

El instrumento utilizado fue una encuesta dirigida a grupos focales de médicos con especialidades específicas. La encuesta estaba compuesta por un encabezado, una introducción y un total de 15 preguntas, con el objetivo de obtener resultados

satisfactorios de la totalidad de la población

encuestada. Esta metodología permitió recopilar información valiosa y fundamental para los objetivos de la empresa.

4.2.2. PRUEBA DE ACEPTACIÓN O RECHAZO DE LA HIPÓTESIS NULA.

Se comprobó la hipótesis nula, se detalla.

Hipótesis Nula Ho:

No existe una demanda de mercado significativa para la apertura de una tienda física de suministros y equipos clínicos en el Distrito Central.

4.2.3. ANÁLISIS DE MERCADO: ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR.

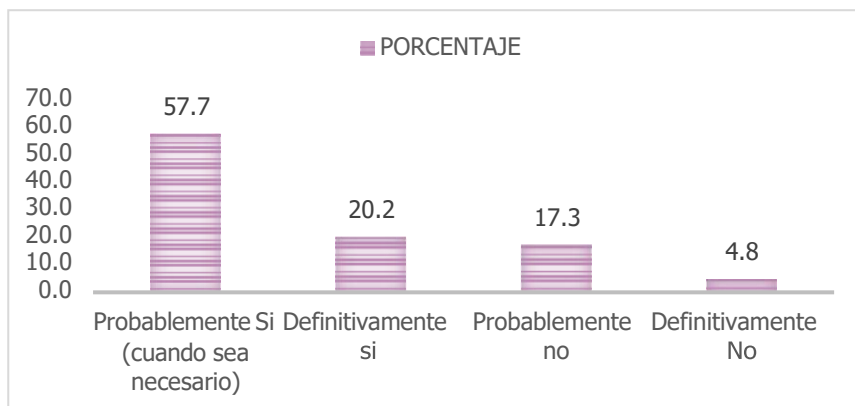


Figura 12. Adquirir con Frecuencia Suministros o Equipos Médicos.

La figura 12, indica que el 77.9% se inclina por adquirir suministros o equipos médicos si existe una necesidad específica, estos datos sugieren que la demanda podría ser lo suficientemente fuerte o constantes como para justificar la apertura de una tienda física en el Distrito Central lo que apoya que la hipótesis nula se rechaza.

4.2.4. ANÁLISIS MERCADO Y FINANCIERO: DEMANDA, INGRESOS

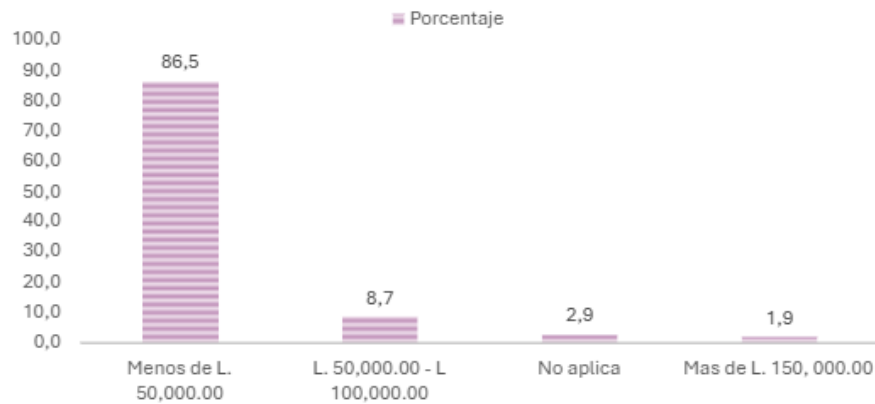


Figura 13. Promedio de Inversión Mensual en Cada Compra de Equipos Médicos.

El análisis sugiere que SECLIMEDIC está bien posicionada para aprovechar el crecimiento de mercado de equipos médicos más accesibles, especialmente con la apertura de la tienda física. La proyección de ventas con un incremento del 80% indica un crecimiento significativo de los ingresos, pero también será necesario gestionar de manera eficiente los costos operativos asociados a la nueva tienda para asegurar que este aumento en ventas se traduzca en una mayor rentabilidad.

4.2.5. ANÁLISIS TÉCNICO: MARKETING

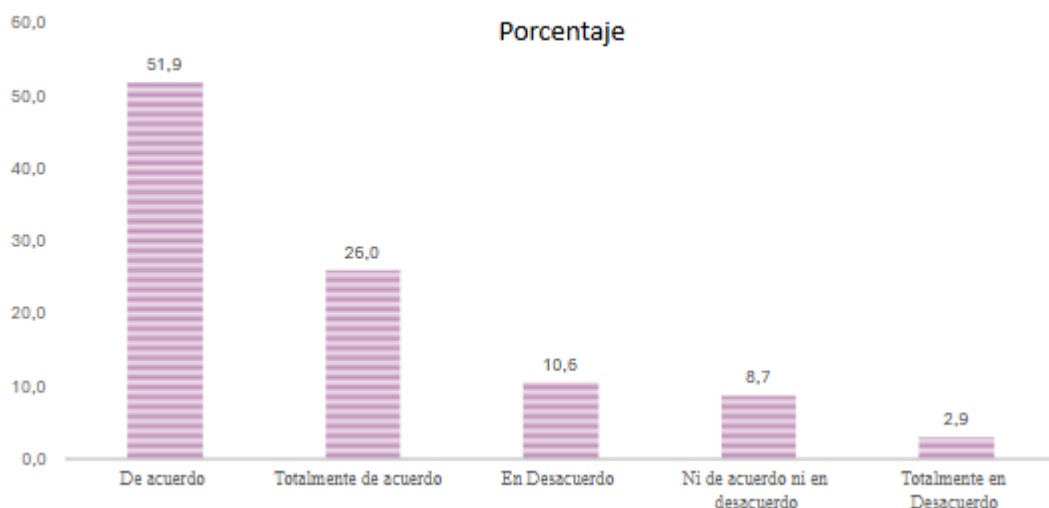


Figura 13. Preferencias Para Recibir Actualizaciones Sobre Nuevo Productos y Ofertas.

El alto porcentaje de clientes interés en acuerdo en recibir actualizaciones sobre productos y ofertas sugiere que existe un interés en recibir información y novedades,

puede indicar una demanda latente de productos y servicios médicos y una disposición favorable a considerar nuevas adquisiciones cuando se ofrecen promociones o actualizaciones relevantes, reflejando el rechazo de la hipótesis nula, ya que cuenta con un potencial mercado que podría estar dispuesto a realizar compras si se les mantiene informados.

4.2.6 ANÁLISIS FODA DE LAS ENCUESTAS APLICADAS.

Gracias a la aplicación de la encuesta a la población objetivo de SECLIMEDIC, se obtuvieron datos valiosos que permitieron realizar un análisis FODA detallado. Este análisis se centró en evaluar tanto la situación interna (identificando sus Debilidades y Fortalezas) como su entorno externo (analizando las Amenazas y Oportunidades). Los datos recopilados proporcionaron una sólida base para mejorar el desempeño, impulsar el crecimiento y optimizar la aplicabilidad de estrategias clave dentro de la empresa.

FORTALEZAS.

- La alta calidad de los equipos y suministros médicos que ofrece la empresa tiene la oportunidad de posicionarse en el mercado en la oferta de insumos médicos.
- La empresa cuenta con red de proveedores confiables, brindando la confianza de asegurarse que constantemente habrá existencia de los productos y con excelente calidad.
- La atención al cliente es personalizada permitiendo ofrecerle asesoramiento y servicios de postventa, lo que permite obtener una mejor experiencia y fidelidad de los clientes.
- La empresa cuenta con una excelente reputación en el mercado, gracias al contar con trayectoria sólida genera mayor confianza en sus clientes, esto se demuestra con el resultado de la contestación completa de la encuesta por los médicos.

DEBILIDADES.

- Dependencia de proveedores externos, esto puede crear vulnerabilidad con la existencia del inventario de suministros y equipos médicos.

- Altos costos, la adquisición e importación de los insumos médicos, crea un aumento considerable de los costos al introducirlo al país.
- La ausencia de un servicio de mantenimiento y reparación de equipos médicos.
- Baja presencia digital en redes sociales, esto puede ocasionar pérdida de nuevos clientes.
- Dependencia de un segmento de mercado hace que la empresa no pueda crecer económicamente.
- La falta de una tienda física, para poder exhibir el inventario de los suministros médicos.

OPORTUNIDADES.

- La empresa puede ofrecer nuevos servicios técnicos de mantenimiento, reparación y asesoramiento a sus clientes en el buen manejo de los equipos.
- La oportunidad de diversificar y ofrecer equipos con tecnología avanzada permitiéndoles a los médicos poder brindar a los pacientes diagnósticos más precisos, haciendo que se expanda su segmento de mercado.
- Crear alianzas estratégicas con hospitales, clínicas, e instituciones educativas para ser proveedores de suministros y equipos médicos.
- Crear alianzas con instituciones financieras, que permitan otorgar financiamiento a los médicos sobre equipos costosos, esto permite atraer clínicas pequeñas o profesionales del área de la salud a invertir en productos médicos para mejorar sus servicios.
- Crear una página en línea donde los clientes pueden hacer el sistema de reserva de equipos médicos, poder tener acceso a la información y ofertas.

AMENAZAS.

- Competencia intensa y desleal por las empresas especializadas de la distribución de equipos.
- Cambios en las regulaciones legales de la importación, distribución y venta de equipos médicos en el país.
- Fluctuaciones en la economía a nivel nacional como internacional, eso permite que los costos se incrementen
- Constantes cambios tecnológicos en los equipos médicos, puede crear que los

inventarios se vuelvan obsoletos.

4.2.7. PRINCIPALES HALLAZGOS ENCONTRADOS.

- El comportamiento de compra de la población encuestada revela que adquieren suministros solo cuando es estrictamente necesario, impulsados por la demanda inmediata. Este patrón subraya las necesidades de contar con una tienda física en ubicación estratégica, mantener inventario variado y desarrollar programas de fidelización que ofrezcan beneficios exclusivos, garantizando la disponibilidad de producto cuando los clientes los necesiten, sino que también ayudaran a establecer relaciones sólidas y duraderas con ellos.
- Contar con una tienda en físico, ofrece la oportunidad de identificar los productos de alta rotación, su demanda sostenida, como oxímetros, termómetros, tensiómetros y glucómetros. Estos artículos deben ocupar un lugar prioritario en el inventario de la tienda, garantizando su disponibilidad constante. Al satisfacer de manera consistente las necesidades de los clientes, la empresa puede consolidarse como proveedor confiable.
- La importancia de invertir en marketing en redes sociales permite tener posicionamiento de marca y mantener comunicación continua y efectiva con los clientes.
- Si la empresa se dedicase a vender repuestos de marcas populares para el mantenimiento y reparación de equipos, puede no solo aumentar la aceptación de la empresa en el mercado sino abrir nueva línea de ingresos.
- La ubicación estratégica de la tienda en física cerca de hospitales sugiere que SECLIMEDIC, puede incrementar un mercado de clientes más amplio al ubicarse estratégicamente.
- La implementación de servicios a domicilio permite que los clientes se sientan satisfechos por recibir los suministros desde la comodidad de su clínica logrando con ello mejores relaciones personal y fidelización de las personas.

4.3. MODELO DE NEGOCIO.

La empresa SECLIMEDIC cree que es fundamental ejecutar un plan o modelo de negocio que le otorgue las herramientas fundamentales para analizar con claridad el tipo de inventario que le permita tener un crecimiento económico, mantenerse en la preferencia de los clientes y lograr conquistar nuevos segmentos del mercado (Joseph Dox Ponce, 2020).

Se implemento el modelo de negocio Canvas, permitiendo desempeñar un plan innovador, y de crecimiento para la empresa (Carlos Aguilar Palacios, 2021).

4.3.1. MODELO DE NEGOCIO CANVAS.

A continuación, se detalla el modelo de negocio canvas, realizado para el estudio de prefactibilidad de la empresa SECLIMEDIC.

Tabla 9 Modelo de Negocios Canvas.

Socios Claves	<ul style="list-style-type: none"> • Proveedores de equipos y suministros. • Clínicas y Hospitales. • Instituciones financieras para opciones de financiamiento. • Entidades de salud.
Actividades Claves	<ul style="list-style-type: none"> • Establecimientos de acuerdos con proveedores y distribuidores. • Gestión de inventarios y logística. • Desarrollo de estrategias de ventas y mercadeo. • Atención al cliente y soporte técnico.
	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitación del personal en productos médicos. • Cumplimiento de normativas sanitarias y regulaciones legales. • Operación y manejo diario de la tienda física.
Propuesta de Valor	<ul style="list-style-type: none"> • Asesoramiento especializado para la selección adecuada de equipos médicos. • Disponibilidad inmediata de artículos esenciales. • Ofrecimiento de productos y equipos médicos de calidad garantizada. • Opciones de financiamiento accesibles. <p>Capacitación sobre el uso de equipos para profesionales de la salud.</p>

Relación con Clientes	<ul style="list-style-type: none"> • Atención personalizada en la tienda. • Programas de fidelización • Descuentos especiales • Comunicación constante a través de redes sociales. • Mantener una línea directa para atención al cliente y soporte
Segmentos de Clientes	<ul style="list-style-type: none"> • Clínicas privadas y hospitales. • Profesionales de salud como médicos, enfermeras. • Farmacias • Instituciones públicas. • Pacientes que necesitan equipos médicos especializados en casa.
Recursos Claves	<ul style="list-style-type: none"> • Red de proveedores confiables. • Personal capacitado en ventas y soporte técnico. • Ubicación estratégica de la tienda en el Distrito Central. • Plataformas Tecnológica para la gestión de inventarios y ventas. • Infraestructura física adecuada. • Mantener relaciones estratégicas con el sector de salud pública.
Canales	<ul style="list-style-type: none"> • Tiendas físicas ubicada en un lugar céntrico y accesible. • Página de reserva en línea catálogos en línea. • Redes sociales (Instagram, Facebook) para la promoción y comunicación. • Colaboración con asociaciones médicas y clínicas.
Estructura de costos	<ul style="list-style-type: none"> • Costos de adquisiciones de productos y equipos médicos. • Alquiler y mantenimiento del local. • Salarios del personal. • Inversión en marketing y publicidad. • Gastos operativos. • Cumplimiento de regulaciones.
Fuentes de ingresos	<ul style="list-style-type: none"> • Ventas de suministros y equipos médicos. • Servicios de mantenimiento y soporte técnico. • Programa de financiamiento. • Venta de productos especializados. • Venta de alta tecnología.

Fuente: (Carlos Aguilar Palacios, 2021).

4.3.1.1. SOCIO CLAVE

Los socios claves para el estudio de la empresa SECLIMEDIC el recurso humano y

los colaboradores internos, esenciales para el crecimiento y la operatividad diaria de la empresa. Los proveedores intelectuales que juegan un papel crucial al ofrecer capacitación especializada tanto al personal como para los clientes (Carlos Aguilar Palacios, 2021). Los proveedores de servicios financieros y la tecnología utilizada son vital para asegurar la estabilidad económica dentro de la empresa y el financiamiento de nuevas inversiones en los equipos e insumos médicos (Carlos Aguilar Palacios, 2021).

Para SECLIMEDIC es crucial cultivar relaciones cordiales con los proveedores de equipos y suministros, ya que consigo trae relaciones beneficiosas con los socios claves. Con las clínicas y los hospitales mantener una relación laboral con cimientos fuertes, ya que las alianzas sólidas contribuyen al éxito y crecimiento de la empresa.

4.3.1.2. ACTIVIDADES CLAVES

Los planes que la empresa ha diseñado es un conjunto de actividades a realizar para solucionar los imprevistos abordando soluciones de manera eficiente y oportuna (Carlos Aguilar Palacios, 2021).

La empresa estableció acuerdos claves con proveedores y distribuidores que le permiten mantenerla exclusividad de ciertos insumos que ella distribuye; Crear un manejo de inventario disponible haciendo uso de los procesos logísticos, asegura que el departamento de ventas y mercadeo creen estrategia que permitan la rotación continua de los productos.

El personal de la empresa debe de mantenerse en constante capacitación especialmente en áreas críticas como la atención al cliente, soporte técnico y la implementación de nuevos equipos con tecnología de vanguardia, haciendo uso del cumplimiento estricto de las normativas sanitarias y regulaciones legales, logrando con ello el buen manejo y la operacionalización de la tienda en física.

4.3.1.3. PROPUESTA DE VALOR

Según (Carlos Aguilar Palacios, 2021) Es fundamental que toda empresa presente una propuesta de valor que le permita a los clientes solventar alguna carencia o necesidad, solucionando las dificultades que se puedan presentar.

Una propuesta está basada en servicios que aporten para la empresa posicionamiento de marca, y para SECLIMEDIC, es fundamental ofrecer el asesoramiento especializado para la selección adecuada de equipos médicos, acorde a las necesidades clínicas y operativas. Para brindarle un mejor servicio a los clientes es fundamental contar con disponibilidad inmediata de inventario para asegurar una atención continua y efectiva.

Dado que los productos que ofrece SECLIMEDIC, es crucial mantener la calidad de los productos, ya que son insumos para el cuidado de la vida humana, la calidad es un pilar central de su propuesta de valor. La empresa se asegura que todos los insumos y equipos médicos, cumplan con los estándares aprobados por la FDA brindando confianza a los usuarios. Para los equipos de gran envergadura utilizados en hospitales, como ser, quirófanos, equipo para clínicas de estéticas, y equipo para clínicas ginecológicas, especialidades que en el futuro se desea ofrecer, es necesario que como empresa permita prestar el servicio de financiamiento a los clientes corporativos, brindando el mantenimiento de sus equipos logrando la satisfacción de los médicos especialistas.

Planea implementar foros de capacitación dirigidos a los profesionales de la salud, sobre el uso y manejo de los equipos, mejorando el conocimiento y la eficiencia en el uso de los equipos, sino que también brindara el servicio de mantenimiento rutinario.

4.3.1.4. RELACIÓN CON LOS CLIENTES

La empresa puede lograr mantener la lealtad y recurrencia de los clientes al enfocarse en satisfacer las necesidades y ofrecer servicios de alta calidad (Carlos Aguilar Palacios, 2021).

En SECLIMEDIC la atención personalizada en tienda, permite crear vínculos sólidos con los clientes, dado la cercanía facilita la resolución del problema, aumentando la confianza en la empresa. El uso de programas de fidelización permite a la empresa brindar descuentos especiales exclusivo para clientes frecuentes, mantener una comunicación constante con los clientes a través de una línea directa haciendo uso de redes sociales, soporte telefónico, lo que se desea buscar es retener a los clientes creando bases sólidas, leales, garantizando la confianza en la empresa para suplir todas las necesidades acordes a los equipos o insumos médicos.

4.3.1.5. SEGMENTO DE LOS CLIENTES.

En toda empresa para lograr alcanzar el éxito debe de segmentar y crear nichos de mercado, alineándose a las especialidades médicas que desea formen parte de sus clientes finales (Carlos Aguilar Palacios, 2021).

SECLIMEDIC se especializa en atender a un segmento de mercado compuesto por clínicas privadas, los hospitales y profesionales de la salud. Entre ellos podemos encontrar médicos con especialidades específicas como Cirujanos, podólogos, médico internista, ortopedas, vasculares, médicos generales, auxiliares de enfermería y personal administrativo de las instituciones públicas dedicadas a salvaguarda de la salud de las personas. Además, las farmacias, forman parte nicho de mercado al que la empresa se encuentra especializada. Al enfocarse en estas especialidades, SECLIMEDIC se posiciona como proveedor clave dentro de este sector.

4.3.1.6. RECURSOS CLAVES

En los proyectos empresariales, el uso de los recursos financieros, tecnológicos, humanos e intelectuales es esencial para desenvolverse eficientemente con éxito, todo empresario y emprendedor debe de tener en cuenta como lo señala (Carlos Aguilar Palacios, 2021).

Para la empresa, crear una red de proveedores confiables, le permite el apoyo mutuo, que contribuye al crecimiento sostenible, otro recurso es la capacitación del capital humano, invertir en la formación ayuda a la competitividad y servicio de calidad permitiendo el éxito de la empresa.

Hacer uso de la tecnología ayuda a ser eficiente para la gestión de inventario y ventas, optimizando operaciones para ofrecer un mejor servicio.

La ubicación juega un papel importante para el éxito de todo proyecto empresarial, la accesibilidad de la tienda en físico le facilita poder llegar al mercado objetivo.

4.3.1.7. CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Todo canal de distribución representa como la empresa está conformada y la capacidad de esta para llegar al cliente final (Carlos Aguilar Palacios, 2021).

Para la comercialización de los productos se empleará la tienda en físico, además podrán los clientes hacer reservas de insumos o equipos médicos a través de un

catálogo virtual, que tendrán acceso directo en las redes sociales y la página virtual, haciendo uso de la tecnología a favor de la empresa.

4.3.1.8. ESTRUCTURA DE COSTOS

La estructura de costos es clave para determinar el estudio acorde a todos los gastos que va a incurrir la empresa, según lo menciona (Carlos Aguilar Palacios, 2021), desde la adquisición de productos y equipos, costos asociados a la compra de suministros médicos son parte fundamental de un presupuesto. El alquiler de los establecimientos, sueldos y salarios del personal, los gastos operativos y el cumplimiento de todas las regulaciones a la que se encuentra expuesta la empresa para ejercer sus funciones, son componentes claves para la estructura de costos.

4.3.1.9. FUENTES DE INGRESOS

Para determinar las fuentes de ingresos en todo estudio de prefactibilidad es necesario para analizarla estabilidad, solvencia económica y el precio al que será vendido los productos a los clientes finales (Carlos Aguilar Palacios, 2021). Para la empresa de SECLIMEDIC las fuentes de ingresos serían las ventas de suministro y equipos médicos, el servicio de mantenimiento, programas de financiamiento, y ventas de equipos de alta tecnología.

4.3.2. MODELO DE CANAL DE SERVICIOS A DOMICILIO.

La empresa SECLIMEDIC su objetivo primordial es aperturar una tienda en físico, donde los clientes puedan observar y evaluar la calidad de los productos. Sin embargo, dadas las circunstancias post pandemia, muchas personas prefieren recibir los suministros o equipos médicos directamente en sus hogares o clínicas.

Por esa razón, SECLIMEDIC planea implementar un modelo de canal de servicio a domicilio, proceso de distribución física de los suministros médicos (Carlos Aguilar Palacios, 2021).

Según (Carlos Aguilar Palacios, 2021) El modelo comienza con la compra en línea de los suministros médicos. Para llevar a cabo este servicio, SECLIMEDIC necesitará contratar una empresa de transporte que se encargue de la entrega al cliente

final.

La implementación de este sistema de servicio a domicilio permitirá a SECLIMEDIC, aumentar sus ventas, mejorar la satisfacción del cliente y fomentar su lealtad a largo plazo (Duarte Martínez,2024).

4.3.2.1. ACTORES DENTRO DEL PROCESO

Según (Giraldo, 2017), “Se presentan los cuatro actores que intervienen en el proceso de servicio a domicilio, utilizado por una empresa intermediaria que es el caso de SECLIMEDIC, entre ellos podemos encontrar el generador, la empresa transportista, el conductor, y el cliente final” (pág. 36).

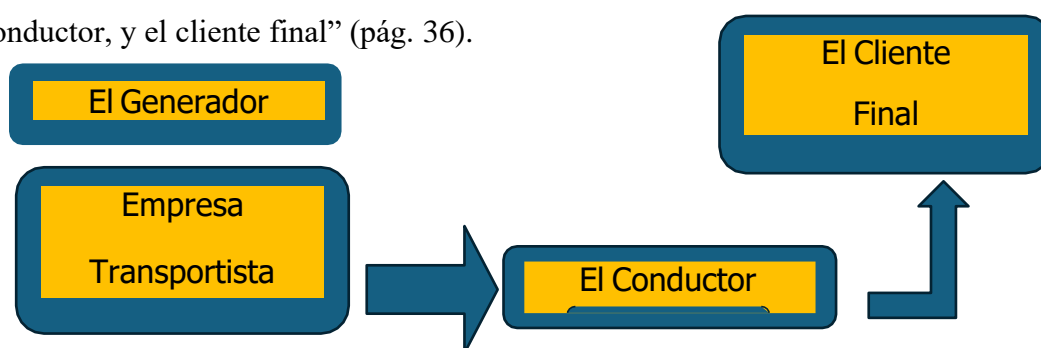


Figura 14. Actores Dentro del Proceso.

- El generador: en este caso es SECLIMEDIC, la empresa se encarga de que los equipos médicos vayan empacados con el embalaje necesario, acorde a todas las normativas de cuidado y evitando algún accidente. (Carlos Aguilar Palacios, 2021).
- La empresa de transporte: “la empresa encargada de coordinar todas las actividades necesarias para que los equipos lleguen en buenas condiciones y con el tiempo establecido”(Giraldo, 2017).
- El conductor: “La persona encargada de transportar el pedido de la tienda en física de SECLIMEDIC, hacia el consumidor final” (Carlos Aguilar Palacios, 2021) teniendo el cuidado que los equipos médicos lleguen a su destino sin ningún tipo de inconveniente, al cliente final.
- El Cliente final: “La persona encargada de recibir los equipos y realizar algún tipo de comentario acorde a lo solicitado y verificar que llegue en buen estado” (Carlos Aguilar Palacios, 2021)

4.4 PROPIEDAD INTELECTUAL.

La empresa SECLIMEDIC es una sucursal del Grupo Afra S.A que fue constituida en el año 2023, para incrementar el capital de trabajo a la empresa, además se estipulo en la constitución de la sociedad que el nombre comercial y marca a distribuir seria bajo las siglas SECLIMEDIC, (DuarteMartínez, 2024) A continuación el logo de la empresa como marca registrada.



Fuente: elaboración propia.

Figura 15. Logotipo

4.5 FACTORES CRÍTICOS DE RIESGO

Para la empresa SECLIMEDIC es fundamental contemplar cualquier tipo de factor externo que puedan ser detonante para que la empresa se vea afectada en el ámbito en el que opera la empresa, por esta razón haremos uso del análisis PESTEL.

Para la empresa SECLIMEDIC es fundamental contemplar los factores externos que puede afectareste proyecto, por lo tanto, se realizara un análisis PESTEL, en donde se conocerán los factores que posiblemente podrían repercutir de manera positiva o negativa la ejecución del proyecto.

Tabla 10 Diagrama de PESTEL.

Político	<ul style="list-style-type: none">• Elecciones y cambio de Gobierno• Incertidumbre en la estabilidad política.• Política Fiscal
Económico	<ul style="list-style-type: none">• La Inflación• Incremento en la tasa de Interés• Impuestos
Social	<ul style="list-style-type: none">• Educación

	<ul style="list-style-type: none"> • Creencias Sociales. • Demanda y oferta de productos • Nivel de Ingresos
Tecnológicos	<ul style="list-style-type: none"> • Lanzamientos de equipos con mayor tecnología. • Falta de capacitación • Obsolescencia de equipo o aparatos médicos
Ecológico	<ul style="list-style-type: none"> • Responsabilidad Social y ambiental • Impacto ambiental del transporte y la logística.
Legal	<ul style="list-style-type: none"> • Cambios en las regulaciones de importación • Ajustes legales para ser proveedores del estado. • Legislación Laboral. • Normativas ARSA

(Carlos Aguilar Palacios, 2021)

4.6. ESTUDIO DE MERCADO

Según (Silva, 2023) Menciona que el estudio de mercado es el conjunto de acciones llevadas a cabo por una empresa con el propósito de recopilar información detallada sobre la situación actual de un segmento específico en el mercado. Su objetivo es comprender a fondo el nicho al que se desea acceder, así mismo evaluar su potencial

de rentabilidad. (Silva, 2023)

Este estudio se llevó a cabo con el fin de identificar la necesidad de la apertura de una tienda física de suministros y equipos médicos, en donde se logró analizar, la frecuencia con la que se compran suministros y equipos médicos, la inversión que el mercado mantiene en cada compra de equipos médicos. También se analizó la satisfacción de los clientes en cuanto a la competencia y las características que consideran importantes al momento de elegir un proveedor. Para elaborar dicho

estudio, se realizó mediante la aplicación de una encuesta (Ver anexo 24) a una muestra finita de Médicos con especialidades específicas, la cual se validó con la aplicación de 105 encuestas.

4.6.1. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.

La presencia de otras tiendas, tanto físicas como en línea, que ofrecen productos similares puede representar un alto nivel de competencia para un nuevo negocio. La competencia en un mercado saturado por empresas consolidadas con marcas reconocidas puede ser un desafío considerable para un nuevo negocio. Para poder superar cualquier tipo de obstáculo, es importante que la tienda se diferencie de la calidad del servicio, la especialización en productos o implementar las estrategias de marketing las cuales puedan ser innovadoras y atraer a los clientes.

En este estudio se realizó un análisis de las cinco fuerzas de Porter, para poder determinar cuál es el nivel de competencia con la que se enfrentará la apertura de una tienda física de suministros y equipos médicos.

4.6.2. PODER DE NEGOCIACIÓN DEL CLIENTE.

Los clientes tienen diferentes opciones de compra, lo que hace que tengan un mayor poder de negociación. Esto especialmente cierto en la compra de equipos costosos, donde el cliente puede comparar precios y buscar ofertas. SECLIMEDIC al proporcionar un servicio calificado al cliente, atención personalizada y programas de fidelización podría ayudar a reducir el poder de los clientes al incrementar su lealtad.

4.6.3. PODER DE NEGOCIACIÓN DEL PROVEEDOR

Para la empresa SECLIMEDIC el tener pocos proveedores para productos específicos, puede provocar un poder de negociación alto, lo que afectará los márgenes de ganancia.

SECLIMEDIC al mantener contratos a largo plazo, contar con varias fuentes de abastecimiento podría reducir el poder de los proveedores.

4.6.4. AMENAZA DE NUEVOS COMPETIDORES

Empresas que se encargan de la comercialización de suministros y equipos médicos, presentan dificultad para entrar al mercado, debido a la necesidad de cumplir con regulaciones sanitarias, obtener licencias y certificaciones específicas. Empresas que son grandes ya establecidas podrían mantener una ventaja competitiva ya que operan con costos más bajos.

4.6.5. AMENAZA DE PRODUCTOS SUSTITUTOS.

Para SECLIMEDIC podría verse afectada por nuevas tecnologías o avances en medicina, ya que podrían introducir productos sustitutos que hagan obsoletos ciertos equipos, lo que podría afectar las ventas.

4.6.6. RIVALIDAD ENTRE LOS COMPETIDORES

SECLIMEDIC al ser una empresa que se dedica a la venta de suministros y equipos médicos, tiene una gran intensidad de competidores, y se podría considerar que tiene una competencia agresiva en cuanto a los precios, promociones y calidad.

Al analizar las cinco fuerzas de Porter dan una visión más clara de la competencia lo cual podría ayudar a buscar estrategias para mitigar los riesgos.

4.6.7. PERFIL DEL CONSUMIDOR.

En la siguiente tabla podemos observar el número de personas encuestadas acorde a su género podemos identificar sus preferencias y como abordar con equipos médicos acorde a sus necesidades.

4.6.8. ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR

Los datos recopilados de la encuesta se utilizarán para realizar un análisis de las preferencias de los consumidores, su proceso de selección de proveedores de equipos médicos, y el crecimiento de la demanda de insumos y equipos médicos en sus clínicas y hospitales.

“Para determinar la probabilidad de la intención de compra, utilizamos la siguiente ecuación, con el objetivo de evaluar los pronósticos de ventas” (Carlos Aguilar Palacios, 2021).

Formula de probabilidad de la intención de compra.

Como se observó en la figura 5, y según el análisis la mayor parte de los encuestados en un 57% posiblemente compra suministros solo cuando es necesario, lo que podría indicar dependencia de compra por la demanda. Lo cual nos resulta ser clave al definir estrategias, enfoque adecuado en la ubicación, buena gestión de inventarios y la fidelización de los clientes para asegurar el éxito de la empresa.

$$P = C_{\text{definitivamente}} \times F_{\text{definitivamente}} + C_{\text{probablemente}} \times F_{\text{probablemente}}$$

A continuación, se define cada variable:

“P= Probabilidad que el producto o servicio sea comprado.

F definitivamente= es la fracción de los encuestados que definitivamente si comprarán.

F probablemente= es la fracción de los encuestados que indican que probablemente comprarían.

C definitivamente y C probablemente= son constantes de calibración de 0.4 y 0.2 respectivamente” (Carlos Aguilar Palacios, 2021).

Tabla 11 Formula de Probabilidad de Compra.

$$P = C_d \times F_d + C_p \times F_p$$

Cd=	0.40
Cp=	0.20
Fd=	0.20
Fp=	0.57
P=	0.20
%P=	20%

El resultado es el 20% el cual es igual al porcentaje de los clientes reales. Este resultado será de ayuda al momento de proyectar los ingresos utilizados a la

población meta.

4.6.8.1. DEMANDA

El estudio de la demanda de equipos e insumos médicos se enfocó en determinar una muestra finitade la población meta de médicos que la empresa SECLIMEDIC visita mensualmente, usualmentela mayor población oscila entre los 28 – 45 años, entre otras edades en menor porcentaje, sin limitaciones de género, que han sido útiles para la cuantificación de la demanda en compradores potenciales.

Tabla 12. Cálculo de Ventas Projectadas.

CÁLCULO DE VENTAS PROYECTADAS			
CANTIDAD DE ENCUESTADO		COMPRA PROMEDIO	TOTAL
90	MEDICOS	5,000.00	450,000.00
9	MEDICOS	50,000.00	450,000.00
2	MEDICOS	150,000.00	300,000.00
101	TOTAL		1,200,000.00

PROMEDIO DE COMPRA POR CADA ENCUESTADO (1,200,000/101)	11,881.19
MEDICOS QUE COMPRAN SEGÚN LA FORMULA DE PROBABILIDAD DE COMPRA	20
VENTA MENSUAL	237,623.76
VENTA ANUAL	2,851,485.15

El estudio de demanda de equipos e insumos médicos revela que, basado en la muestra de médicos, se estima una inversión mensual promedio en equipos médicos de L. 11,881.18 por cada médico encuestado. Aplicando esta cifra a 20 médicos, se proyecta una venta mensual de L. 237,623.74. Anualmente, esto resulta en una proyección de L.2,851,485.15. Este análisis sugiere una demanda significativa en el mercado, confirmando el potencial para un volumen de venta sustancial y respaldando la viabilidad del proyecto.

4.7 ESTUDIO TÉCNICO.

En el análisis técnico de la empresa SECLIMEDIC, se realizó una valoración detallada de los aspectos operativos, tecnológicos y logísticos, que impactan en la capacidad de

la empresa para distribuir y vender equipos médicos. Según (Carlos Aguilar Palacios, 2021) en esta sección se examinó la infraestructura, los procesos que la empresa utiliza para poder cumplir con los objetivos comerciales.

4.7.1. INFRAESTRUCTURA Y EQUIPAMIENTO.

4.7.1.1. INSTALACIONES

La tienda SECLIMEDIC estará ubicada en un perímetro alrededor del Hospital Medical Center, Torre Medica y Torre Zafiro, edificios especializados en clínicas de atención ambulatoria. Esta ubicación ha sido seleccionada debido a la preferencia de la población encuestada, prefiere tener una tienda especializada en insumos médicos cerca de sus consultorios. Se debe considerar y evaluar cuidadosamente que las instalaciones elegidas sean adecuadas para la exhibición del inventario, el almacenamiento y seguridad.

4.7.2. TECNOLOGÍA Y AUTOMATIZACIÓN.

4.7.2.1. SISTEMA DE GESTIÓN

Se ha considerado el sistema de software ODOO, que ofrece una solución integral para la contabilidad, punto de venta, planificación de servicios de asistencia, planificación del marketing corporativo (ODOO, s.f.). Este software permite un mejor control en la cadena de suministros, el control de inventario de los equipos, y optimiza la logística de distribución. Además, mejora el control interno de las operaciones de la empresa facilitando una gestión más eficiente.

4.7.2.2. AUTOMATIZACIÓN

La empresa ha considerado implementar el programa ODOO, lo que permite optimizar todo el sistema de pedidos y entregas en tienda. Este software facilita la planificación y gestión de servicio externo (ODOO, s.f.), mejorando significativamente la preparación y empaqueo de los pedidos.

- PREPARACIÓN DE LOS PEDIDOS.

Gracias a la tecnología empleada en el software ODOO, el margen de error al realizar permite que el margen de error al realizar el empaqueo y embalaje de los equipos e insumos médicos se reduce al mínimo (Quadminds, s.f.). Esto

garantiza la precisión y calidad en cada entrega, ya sea en tienda o a través del servicio a domicilio.

- **MONITOREO, CONTROL Y GESTIÓN.**

El uso de la tecnología en la empresa permite monitorear y mejorar la eficiencia del personal encargado de tienda. Esto incluye medir el tiempo dedicado a completar las tareas asignadas, la calidad de atención al cliente, y la efectividad en el despacho o entrega del producto. Esta supervisión ayuda a optimizar el rendimiento individual y a garantizar un servicio de alta calidad.

- **PLANIFICACIÓN DE RUTAS.**

Para las entregas a domicilio SECLIMEDIC colabora con empresas especializadas en logística. Internamente se implementa un control riguroso de rutas de entrega en el Distrito Central como a nivel nacional, asegurando una distribución eficiente y puntual de los productos.

4.7.3. CADENA DE SUMINISTROS Y LOGÍSTICA

4.7.3.1. PROVEEDORES

La empresa cuenta con proveedor directo de insumos para diabéticos (Duarte Martínez, 2024), y ha mantenido negociaciones con empresas extranjeras, para diversificar su oferta de suministros y equipos médicos. Durante este proceso analiza minuciosamente la calidad de los productos y el cumplimiento de todas las normativas legales necesarias para la aprobación de distribución y venta en el país. Además, la empresa trabaja con proveedores locales, estableciendo alianzas comerciales a nivel nacional, y verificando que mantengan la calidad de los productos, un inventario adecuado para garantizar y continuar con sus operaciones.

A continuación, la tabla de productos que la empresa actualmente distribuye:

Tabla 13. Catálogo de Productos de SECLIMEDIC

Catálogo de Productos de SECLIMEDIC.		
Equipo de trauma y ortopedia.	Apósitos para heridas, quemaduras, úlceras.	Suministros varios
Faja abdo Sacrolumbar.	Espuma de Poliuretano	Sostén maternal
Faja Alta Sacro lumbar	Hidrocoloide Regular	Panty medias de Compresión 8-15
Faja Espinal aireada	Hidrocoloide Extra fino	Panty medias de compresión 15-20
Faja ocupacional	Hidrofibra con plata	Panty medias de compresión 20-30
Faja de costilla hombre / Mujer	Alginato de calcio	Medias medio muslo 8-15
Soporte de clavícula	Alginato de calcio+ plata	Medias medio muslo 15-20
Inmovilizador de hombro con cabestrillo	Bota de Unna	Medias medio muslo 20-30
Cabestrillo Universal	Ally gel	Oxímetros
Cabestrillo Infantil	Act Carbon + plata	Estetoscopio Adulto
Collarin cervical	Crema triple antibiotico	Estetoscopio pediatico
Collarin cervical infantil	Silicón con poliuretano	Esfigmomanometro adulto
collarin philadelphia		Tensiometro digital de muñeca
Muñequera negra derecha/ izquierda.		Tensiometro digital de antebrazo
Muñequera boomeran, Innov. De pulgar		Gasas hospitalarias de 100yds
Inmovilizador de muñeca universal		Suspensorio testicular
Muñequera elástica		maskarillas desechables de niño
Férula túnel carpiano		maskarillas desechables adulto
Inmov. De tobillo acordonado.		Guantes de nitrilo s
Bota para caminar		Guantes de nitrilo m
Tobillera con ajuste en 8		Guantes de nitrilo L
Tobillera con 4 ballenas laterales		Guantes de nitrilo xl
Tobillera aireada		Guantes de latex s
Banda Metatarsal		Guantes de latex m
Rodillera con articulación abierta		Guantes de latex L
Rodillera con refuerzo rotuliano		Guantes de latex xl.
cinta rotuliana		Glucometro
Inmov. De rodilla largo		Jeringas de 5ml
Abductor para juanete		Jeringas de 1 ml
Dona ortopédica		Jeringas de 10 ml.
Baston ajustable		Piche urinario
Equipo de tracción cervical de puerta		
Protector de juanete		
Férula de baseball		
Talonera para espolon		
Plantilla para diabetico		

Tabla 14 Catálogo de los productos más vendidos de SECLIMEDIC.

Catálogo de Productos de SECLIMEDIC Más Vendidos.		
Equipo de trauma y ortopedia.	Apósitos para heridas, quemaduras, úlceras.	Suministros varios
Faja abdo Sacrolumbar.	Espuma de Poliuretano	Sostén maternal
Faja Alta Sacro lumbar	Hidrocoloide Regular	Panty medias de Compresión 8-15
Faja Espinal aireada	Hidrocoloide Extra fino	Panty medias de compresión 15-20
Faja de costilla hombre / Mujer	Hidrofibra con plata	Panty medias de compresión 20-30
Soporte de clavícula	Alginato de calcio	Medias medio muslo 8-15
Inmovilizador de hombro con cabestrillo	Alginato de calcio+ plata	Medias medio muslo 15-20
Cabestrillo Universal	Bota de Unna	Medias medio muslo 20-30
Cabestrillo Infantil	Ally gel	Suspensorio testicular
Collarin cervical	Act Carbon + plata	mascarillas desechables de niño
Collarin cervical infantil	Crema triple antibiotico	mascarillas desechables adulto
collarin philadelfia	Silicón con poliuretano	Guantes de nitrilo s
Muñequera negra derecha/ izquierda.		Guantes de nitrilo m
Muñequera boomeran, Inmov. De pulgar		Guantes de nitrilo L
Inmovilizador de muñeca universal		Guantes de nitrilo xl
Muñequera elástica		Guantes de latex s
Férula túnel carpiano		Guantes de latex m
Inmov. De tobillo acordonado.		Guantes de latex L
		Guantes de latex xl.
Tobillera con ajuste en 8		Glucometro
Tobillera con 4 ballenas laterales		
Rodillera con articulación abierta		
Rodillera con refuerzo rotuliano		
cinta rotuliana		
Inmov. De rodilla largo		
Dona ortopédica		
Férula de baseball		

4.7.3.2. LOGÍSTICA Y DISTRIBUCIÓN.

- ALMACENAMIENTO.

La empresa al momento de realizar la selección del establecimiento debe tener en consideración un espacio diseñado para el almacenaje de los equipos refiriéndose a toda aquella existencia de inventario que no se encuentra visible para el público en general (Duarte Martínez, 2024). El espacio debe contar con ventilación adecuada, iluminación y espacio de circulación personal. Es fundamental llevar el proceso de

almacenamiento a través de un software que le permita llevar un mejor control del inventario (Quadmind, s.f.).

- TRANSPORTE

SECLIMEDIC suele contratar empresas externas para realizar la entrega de suministros médicos, asegurando que los equipos lleguen de manera segura a su destino. El embalaje es manejado directamente por SECLIMEDIC, lo que garantiza la protección y calidad de los productos durante el transporte.

4.7.4 PLANIFICACIÓN ORGANIZACIÓN Y LEGAL.

4.7.4.1 ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA

El organigrama de la empresa refleja su visión de crecimiento institucional y cómo planea estructurarse para alcanzar sus objetivos a largo plazo.



Figura 16. Organigrama de La Empresa.

4.7.5 CAPACIDADES DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO

4.7.5.1. INNOVACIÓN DE PRODUCTOS

Es fundamental que SECLIMEDIC, se mantenga activa mediante capacitaciones técnicas y visitas a ferias especializadas en el sector médico, lo que le permitan estar al tanto de las últimas tendencias tecnológicas en los equipos e insumos médicos. Esto

garantiza que la empresa siga siendo competitiva y esté a la vanguardia en la oferta de productos innovadores y de alta calidad.

4.7.5.2. PROTECCIÓN A LA PROPIEDAD INTELECTUAL.

El área legal de SECLIMEDIC es en particularmente importante, ya que debe asegurar el cumplimiento de normativas y regulaciones relacionadas con marcas y las patentes (ARSA, 2024) especialmente en lo que respecta a la adquisición de franquicias, derecho de distribución a nivel nacional y en algunos casos en Centroamérica. Este enfoque es crucial para proteger la propiedad intelectual de la empresa y garantizar su operatividad dentro del marco legal. (ARSA, 2024).

4.8 ESTUDIO FINANCIERO

4.8.1. PRESUPUESTO DE INGRESOS

A continuación, se presenta una proyección de los ingresos que la empresa espera obtener a lo largo de un periodo de cinco años proyectados. Este presupuesto de ingresos ha sido elaborado basándose en un análisis exhaustivo del mercado y en estimación de venta. Su propósito es ofrecer una visión clara de las expectativas de ingresos a largo plazo, facilitando así una mejor planificación y toma de decisiones para el crecimiento y desarrollo de la empresa.

Durante una encuesta realizada a 105 médicos, se descubrió que 90 de encuestados estimaron sus compras en alrededor de L 5,000.00, 9 encuestados indicaron que gastarían entre L. 50,000.00 y 2 personas mencionaron un gasto de L. 150,000.00 estos resultados sugieren un potencial de ventas total de 1,200,000.00 con un promedio de compra de 11,881.18 por persona. Utilizando esta información y calculo la probabilidad de compra, se estimó que aproximadamente 20 médicos realizarían compras.

Con base en estos datos y nuestro mercado objetivo, se proyecta una venta mensual de L. 237,623.74 y un total de ventas anuales de L. 2,851,485.15 esta proyección proporciona una base sólida para la planificación financiera y estratégica de la empresa.

Tabla 15 Ventas Reales de la Tienda en Línea de SECLIMEDIC.

VENTAS PROMEDIO DE LOS ÚLTIMOS DOS AÑOS						
PERIODO DE TIEMPO			PROMEDIO DE VENTAS MENSUALES	VENTAS ANUALES	PROMEDIO DE VENTAS	
ene-22	A	dic-22	90,000.00	1,080,000.00	1,200,000.00	
ene-23	A	dic-23	110,000.00	1,320,000.00		
TOTAL				2,400,000.00		

En la tabla 15, se muestra el análisis de las ventas promedio de los últimos dos años para la empresa SECLIMEDIC. La tabla está estructurada para detallar las ventas mensuales y anuales por cada año con el total acumulado al final.

La tabla muestra los resultados de ventas en dos periodos: de Enero a diciembre del año 2022 y de enero a diciembre del año 2023.

El promedio de ventas mensuales para el año 2022 es de 90,000.00 lempiras y para el año 2023 de 110,000.00 lempiras.

Este aumento indica que podría deberse a diversos factores como la mejora en las estrategias de marketing, el lanzamiento de productos nuevos.

En conclusión, el crecimiento en ventas promedio mensuales de 90,000 lempiras y 110,000.00 en 2023 sugiere que la empresa ha experimentado un crecimiento positivo del 22,2% en su volumen de ventas. Se considera que, si la empresa mantiene o se aumenta el ritmo de crecimiento, se podría prever un aumento continuo en las ventas los próximos años, lo que permitirá una expansión del negocio. Este análisis es útil para la planificación de la apertura de la tienda en físico de SECLIMEDIC.

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En el capítulo V presentamos las conclusiones y recomendaciones del estudio, basadas en las preguntas las preguntas específicas de investigación. Observamos que se obtiene se obtuvieron las respuestas necesarias, lo que nos permitió identificar observaciones clave derivadas del análisis de mercado, técnico y financiero. A continuación, resumimos las conclusiones y recomendaciones:

5.1 CONCLUSIONES

1. El estudio de prefactibilidad muestra una demanda considerable para una tienda de suministros médicos en el Distrito Central. Si bien los médicos están satisfechos con sus proveedores actuales, buscan una mejor calidad y servicios adicionales. Existe una clara preferencia por tiendas físicas cercanas de hospitales, y una alta demanda de equipos y suministros médicos. El interés por servicios complementarios, como el mantenimiento de equipos, respalda la viabilidad del proyecto, sugiriendo que una tienda bien ubicada, con ofertas competitivas podría asegurar una buena posición sólida en el mercado.
2. El estudio técnico de SECLIMEDIC muestra que la empresa cuenta con base sólida para la apertura de una tienda física de suministros y equipos médicos cerca del Hospital Medical Center, Torre Médica y la Torre Zafiro, ubicaciones estratégicas según las preferencias de los médicos. La implementación de un sistema de gestión integral como ODOO optimiza la administración del inventario, la logística de distribución y la atención al cliente. Además, la automatización de procesos mejora la eficiencia operativa, y reduce errores, mientras que las relaciones con proveedores confiables aseguran la satisfacción del cliente y el éxito sostenido de la tienda.
3. El análisis financiero del proyecto para la apertura de una tienda de suministros y equipos médicos indica que es rentable y viable. Con una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 38% y un Valor Actual Neto (VAN) positivo, el proyecto ofrece un retorno atractivo sobre la inversión. Se estima que la recuperación de la inversión inicial ocurrirá en el cuarto año, lo que refleja una sólida capacidad de generación de flujos de efectivo. Las proyecciones de ventas son robustas, respaldadas por un análisis de mercado detallado y encuestas a médicos.

5.2 RECOMENDACIONES

1. Se recomienda mantener un inventario centrado en productos de alta demanda, como oxímetros, termómetros, tensiómetros y glucómetros. Incluir materiales de protección y curación, debido a su demanda constante. Además, se sugiere implementar servicios de mantenimiento y reparación de equipos médicos, junto con opciones de entrega a domicilio, para mejorar la satisfacción de los clientes y diferenciarse de la competencia.
2. Se recomienda asegurar que las instalaciones seleccionadas para la tienda no solo estén bien ubicadas, sino que también sean adecuadas para exhibición de productos y permitan una fácil circulación de las personas, lo cual garantizara una experiencia de compra agradable para los clientes. Además, se debe aprovechar un buen sistema de información que integre todas las funciones operativas, desde la contabilidad hasta las rutas de entrega, para optimizar la cadena de suministros y mejorar la eficiencia en todas las operaciones.
3. Se recomienda realizar monitoreos de indicadores financieros para asegurar que el proyecto se mantenga rentable, gestionar los flujos de efectivo eficientemente para cubrir costos y mitigar riesgos asociados de manera continua, optimizar los costos operativos y buscar oportunidades de ahorro. Además, se sugiere explorar estrategias de expansión para aumentar el potencial de ventas y mercado. En resumen, el proyecto es prometedor y con una gestión adecuada, tiene potencial para ser exitoso a largo plazo.

CAPÍTULO VI. APLICABILIDAD.

Al redactar este capítulo, debemos considerar que el estudio de prefactibilidad para la apertura de una tienda física de SECLIMEDIC en el Distrito Central arrojó resultados favorables, viables y verificables. Esto permite implementar una propuesta de valor sólida para su ejecución. Permitiendo encontrar procesos de expansión estratégica para mejorar sus servicios y aumentar su presencia en el mercado. Con la propuesta buscamos optimizar los canales de distribución, la gestión de inventarios y mejorar la experiencia de los clientes en tienda y en línea.

6.1 NOMBRE DE LA PROPUESTA

Plan Integral de Optimización y Expansión Comercial para la tienda Física de SECLIMEDIC.

6.2 JUSTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA

La empresa SECLIMEDIC, a través de su plan de acción, busca establecer su posicionamiento en el mercado de suministros médicos con la instalación de una tienda física donde los clientes puedan acceder al inventario disponible y satisfacer sus necesidades de manera inmediata. Además, se pretende ofrecer una atención personalizada que genere satisfacción y fomente la fidelización de los clientes, especialmente en un mercado altamente competitivo con fuerte demanda de suministros médicos, priorizando la calidad de los insumos.

Dado que se han identificado bases sólidas para la ejecución de la tienda, se desarrollarán estrategias enfocadas en los aspectos de mercado, técnicos, asegurando una ubicación estratégica que sea clave para el éxito. En el ámbito financiero, se busca garantizar la sostenibilidad y el crecimiento del negocio, asegurando una ejecución eficiente (Carlos Aguilar Palacios, 2021).

Además, la implementación de un sistema de información integrado permitirá a SECLIMEDIC gestionar todas sus funciones operativas, logrando con ello reducir costos operativos, mejorar la capacidad de respuesta frente a cualquier adversidad y necesidades que presenten los clientes, buscando mejorar su funcionamiento alcanzando niveles óptimos de competitividad y tener la capacidad de ir evolucionando y creciendo financieramente.

6.3. ALCANCE DE LA PROPUESTA

OBJETIVO DE LA IMPLEMENTACIÓN.

Desarrollar e implementar una estrategia integral que permita a SECLIMEDIC optimizar la gestión de inventarios, mejorando la disponibilidad de productos de alta demanda y reducir costos operativos, a través del uso de tecnología avanzada para integrar las funciones de atención al cliente, recursos humanos, logística empresarial y finanzas. Esta estrategia también deberá mejorar la experiencia del cliente mediante instalaciones adecuadas y servicios adicionales como mantenimiento de equipos y entregas a domicilio. Además, se recomienda evaluar el impacto financiero de las decisiones clave para lograr un crecimiento sostenible y rentable a largo plazo.

6.4. DESCRIPCIÓN Y DESARROLLO A DETALLE DE LA PROPUESTA

6.4.1. DESCRIPCIÓN CLARA DEL “QUÉ” Y “COMO” LO HARÁN. APERTURA DE LA TIENDA EN FÍSICO.

Se apertura una tienda en físico especializada en la ventas y distribución de suministros y equipos médicos en el Distrito Central para la empresa SECLIMEDIC. La ubicación estratégica es en el circuito donde se encuentran los edificios de Hospital Medical Center, Torre Médica y Torre Zafiro. La existencia de clínicas con especialidades diferentes será de gran impulso para el crecimiento económico de la empresa (Duarte Martínez, 2024). El diseño y planificación del espacio donde se ubicará la tienda se asignará a un especialista en diseño de tiendas, para aprovechar al máximo el espacio, y poder optimizar la exhibición del producto

6.4.1.1 IMPLEMENTACIÓN DE LA ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

Seclimedic, establecerá una estructura organizativa clara, implementando roles en áreas claves como ventas, soporte técnico, gestión de inventarios y finanzas.

Cómo se implementará:

- Recursos humanos: se realizará la contratación de una empresa outsourcing especializada en el área, que nos brinde los servicios de selección del personal interno de la tienda enfocado en atención al cliente y jefe de tienda.

- Capacitación: como la empresa es relativamente nueva en los procesos de contratación de personal, se implementará la contratación de ejecutivos especializados en capacitar al personal en atención al cliente, el manejo de los procesos de distribución y operativos, para el buen desempeño de estos ante la llegada de los clientes.
- Contratación de una empresa de outsourcing de contabilidad para gestionar todas las cuentas y cumplir con las obligaciones legales de la empresa ante el gobierno.
- Contratación de visitadores médicos especializados para cada área en la que la empresa desea expandirse.
- Asignación de Roles: aunque es poco el personal que actualmente se contratara en SECLIMEDIC, necesita que, para el buen funcionamiento de la empresa, el personal de tienda, tengan bien definidos sus funciones para evitar roces a futuro.

6.4.1.2 DESARROLLO DE PROPUESTA DE VALOR.

Para realizar la apertura de la tienda en físico de SECLIMEDIC, se debe desarrollar una propuesta de valor que se encuentre orientada en ofrecer equipos médicos de alta calidad, en asesorías especializada a los clientes, brindando opciones de financiamiento y el servicio de mantenimiento de los equipos.

- Selección de Productos: No es fácil la compra o selección de los productos o insumos médicos dado que tienen que presentar todas las regulaciones necesarias para el uso en humanos, pero aun con todo lo antes mencionado, ha logrado SECLIMEDIC crear alianzas estratégicas con proveedores que garantizan la certificación por la FDA, y las normativas ARSA para verificar la calidad y legalidad de los productos, asegurando que los clientes se sientan satisfechos por su adquisición, la empresa desea expandir su rubro de especialidades y desea agregar a cartera de inventario la especialidad de cardiología, microbiología y oncología, para poder ingresar a estas especialidades se están teniendo pláticas con empresas internacionales para que puedan formar parte del grupo de proveedores de la empresa SECLIMEDIC.
- Opciones financieras: Crear lazos con instituciones financieras, permite implementar planes de financiamiento con instituciones bancarias, que facilita la compra de equipos o suministros de alto costo, al ingresar en nuevas especialidades la empresa debe mantener

este tipo de servicio que le permita a sus clientes poder optar a financiamientos, por los altos costos de los nuevos productos.

- Servicios de Postventa: la atención al cliente personalizado poscompra de los suministros o equipos médicos permite ir creando satisfacción y fidelidad de los clientes ayudando a referir personas que cuenten con el mismo padecimiento.


6.4.2 DESARROLLO DE TODOS LOS ELEMENTOS NECESARIOS. (HERRAMIENTAS, INSTRUMENTOS, PROCESOS, ETC)

A continuación, podemos observar en los siguientes cuadros las explicaciones de los procesos que se desea implementar como propuestas para la implementación y el buen funcionamiento de la empresa SECLIMEDIC, logrando con ello sus procesos logísticos sean acordes a los elementos necesarios para su crecimiento laboral, para irlos aplicando en el transcurso de los años y brindando la mejoría significativa para su expansión y desempeño.

6.4.2.1. PROCESOS.

A continuación, se detalla la propuesta de los procesos de operación para la empresa SECLIMEDIC, en donde se pretende que se optimice la cadena de suministros y la logística de la empresa.

Tabla 16. Proceso de Adquisición de Inventarios.

Página 1 de 5	ADQUISICIÓN DE INVENTARIOS	
SEM -PCEM-001	COMPRA DE EQUIPOS MÉDICOS	
Revisión: 0		

Objetivo:

Implementar un sistema eficiente para la adquisición de equipos médicos, garantizando que los productos adquiridos cumplan con las normativas de calidad y satisfagan las necesidades específicas de la tienda.

Alcance:

Inicia desde el momento que se realizan las compras de equipos médicos, desde la solicitud de insumos hasta la recepción y la evaluación de proveedores, trabajando en conjunto compras y almacén.

Descripción.

Actividad	Responsable	Pasos / Observaciones
1. Identificación de las especialidades desea implementar la empresa entre ella podemos mencionar, podología, cardiología, ginecología, ortopedia e insumos en general.	Jefe de compras/ jefe de tienda / visita médica.	El monitoreo del inventario, haciendo uso del sistema de punto de venta, permite identificar los productos de alta demanda. Podemos enfocarnos en oxímetros, estetoscopios, insumos hospitalarios y verificar cuales son los niveles críticos de stock. Solicitud interna de compras por parte de la visita médica, ya que ellos mantienen contacto directo con los médicos. Para expandir el inventario acorde a las especialidades y necesidades que se presentan dentro de la empresa, se deben de complementar con relación al stock para mantener un inventario en constante rotación.

<p>2. Selección de Proveedores Certificados de Insumos y Equipos Médicos.</p>	<p>Jefe de Compras</p>	<p>Evaluación de proveedores, creando criterios como su reputación, cumplimientos de normativas, calidad de los productos y tiempo de entrega.</p> <p>Mantener siempre un listado de proveedores aprobados por la empresa.</p> <p>Negociar los términos y condiciones de los contratos, franquicias y exclusividades.</p> <p>Verificación de normativas de FDA, certificados y cumplimiento de todas las normas legales por salud.</p>
---------------------------------------------------------------------------------------	------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

<p>3. Procedimiento de Solicitud de Cotizaciones a proveedores, para abastecimiento de inventario en SECLIMEDIC.</p>	<p>Jefe de Compras</p>	<p>Realizar envío de solicitud de cotizaciones a varios proveedores especificando los insumos y equipos que se desean acuerdos a las características técnicas requeridas.</p> <p>Comparación de cotizaciones de los proveedores para verificar el precio, la calidad y tiempo de entrega.</p>
<p>4. Generar orden de Compras</p>	<p>Jefe de Compras/ Gerente General/ accionistas.</p>	<p>Se debe de realizar la aprobación de ordenes de compras por el encargado de compras y autorizado por los accionistas.</p> <p>Se debe de contener mínimo cuatro cotizaciones de los equipos o insumos que se desean para realizar la aceptación de compra.</p>
<p>5. Solicitud del control de Calidad, registro y documentación.</p>	<p>Jefe de Compras</p>	<p>Solicitar muestras para identificar la calidad de los insumos, verificando que cumplan con la calidad requerida.</p> <p>Certificados para verificar la calidad, seguridad sanitaria, y la documentación necesaria.</p> <p>Creación de informes periódicos de compras, para analizar el rendimiento de los proveedores, controlando los costos y la administración de los inventarios.</p>

(Raúl, 2022)

Registro.

Registro	Tiempo de retención	Responsable de conservarlo	Código de registro
<ul style="list-style-type: none"> Manual de procesos y procedimientos para la compra de insumos médicos. 	Siempre	Jefe de Compras	SEM -PCEM-001
<ul style="list-style-type: none"> Manual de normas para la selección de proveedores. 	Siempre	Jefe de Compras	SEM -PCEM-002


CAMBIOS A ESTA VERSIÓN.

Número de revisión	Fecha de actualización	Descripción del cambio
0	27 de enero, 2025	Creación inicial del proceso de compras y control para la adquisición de equipos médicos.

CONTROL DE EMISIÓN.

CONTROL DE EMISIÓN		
ELABORÓ	REVISÓ	AUTORIZÓ
Proyecto de Tesis.	GERENTE GENERAL	ACCIONISTA

Tabla 17 Proceso de Selección y Contratación de Personal.

Página 2 de 5	SELECCIÓN Y CONTRATACIÓN DE PERSONAL	
SEM -PCEM-001	RECURSOS HUMANOS	
Revisión: 0		

<p>Objetivo:</p> <p>Optimizar la selección del personal a través de subcontratación de una empresa especializada, permitiendo contar con candidatos altamente cualificados para cubrir los puestos laborales de la tienda de equipos médicos.</p> <p>Alcance:</p> <p>Cubrir cada etapa de la contratación ágil de personal, desde la selección y reclutamiento para las áreas requeridas en la empresa, hasta la capacitación brindada a través de una empresa de outsourcing en recurso humano.</p>

Descripción.

actividad	responsable	pasos / observaciones
1. Identificación y elaboración de perfiles	Encargado de RR.HH. empresa outsourcing/ Gerente General de SECLIMEDIC	<ul style="list-style-type: none"> Definir los puestos que necesitan cubrir para la apertura de la tienda, Describir las funciones y responsabilidades, identificando las habilidades técnicas y experiencia que debe de contener la persona por contratar. Describir los puestos detalladamente identificando las competencias claves, para el éxito de su ejecución.

2. Proceso de reclutamiento y solicitud de currículum.	Encargado de RR.HH. outsourcing	<ul style="list-style-type: none"> • Recepción de currículos • Entrevistas
--------------------------------------------------------	---------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------

		<ul style="list-style-type: none"> • Pruebas técnicas
3. Evaluación de los candidatos	Encargado de RR.HH.empresa outsourcing/ Gerente General de SECLIMEDIC.	<ul style="list-style-type: none"> • Filtros de preselección. • Evaluación Psicométrica o de competencias • Verificar las Referencias.
4. Proceso de Contratación y firma de contrato.	Encargado de RR.HH.empresa outsourcing / abogado de SECLIMEDIC	<ul style="list-style-type: none"> • Formalizar la oferta incluyendo salario, beneficios, responsabilidades y explicar sus condiciones laborales • Firmar contrato conforme a la legislación laboral. • Documentación importante sobre el candidato, salud, padecimientos, etc...
5. Inducción y Capacitación del inventario de equipos médicos y atención al cliente.	Encargado de RR.HH. empresa outsourcing / SECLIMEDIC.	<ul style="list-style-type: none"> • Inducción a sus labores dentro de la empresa, control de inventarios, atención al cliente, manejo de equipos. • Capacitación constante de uso de los equipos, forma de usos e implementación y normativas del sector de salud.
6. Políticas y Normativas	Encargado de RR.HH.empresa outsourcing / Abogado de la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> • Formulario de consentimiento para exámenes médicos. • Formulario de datos bancarios • Formulario de beneficios • Seguro de vida • IHSS • RAP (si aplica)

7. Seguimiento y Evaluación del Personal	Encargado de RR.HH. / SECLIMEDIC.	<ul style="list-style-type: none"> • Establecer períodos de prueba laboral • Evaluar el rendimiento del personal de forma periódica.
------------------------------------------	--------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

(L., 2021)

DOCUMENTOS UTILIZADOS
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Manual de Procesos y Procedimientos de recursos humanos. ▪ Formato de Política de Selección y Contratación. ▪ Formulario de responsabilidades y habilidades ▪ Ficha de evaluación del candidato. ▪ Manual de capacitación médica. ▪ Manual de capacitación atención al cliente. ▪ Manual de capacitación de obligaciones laborales dentro de la tienda.

Registro.

Registro	Tiempo de retención	Responsable de conservarlo	Código de registro
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Manual de Procesos y Procedimientos de recursos humanos. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Periodo de reclutamiento 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Encargado de RR. HH / Accionistas. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ SEM- RRHH-001
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Formato de Política de Selección y Contratación. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Fecha única para las entrevistas iniciales 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Encargado de RR. HH / Accionistas 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ SEM- RRHH-002
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Formulario de responsabilidades y habilidades 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Durante el proceso de contratación 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Encargado de RR. HH / Accionistas 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ SEM- RRHH-003
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ficha de evaluación del candidato. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Durante el proceso de Contratación. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ RRHH / Accionistas 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ SEM- RRHH-004
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Manual de capacitación médica. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Inicio de labores 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ RRHH/ Accionistas 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ SEM- RRHH-005


▪ Manual de capacitación atención al cliente.	▪ Inicio de labores	▪ Encargado de RR. HH	▪ SEM-RRHH-006
-----------------------------------------------	---------------------	-----------------------	----------------

Cambios a esta versión.

Número de revisión	Fecha de actualización	Descripción del cambio
0	27/1/2025	Manual de procesos y procedimiento de contratación de RRHH

CONTROL DE EMISIÓN		
ELABORÓ	REVISÓ	AUTORIZÓ
PROYECTO DE TESIS	GERENTE GENERAL	ACCIONISTAS
Nombre	Pamela Duarte	Nicolle Aguilar

Tabla 18 Proceso de Comunicación Interna.

Página 3 de 5	COMUNICACIÓN INTERNA	
SEM -CI-003	COMUNICACIÓN INTERNA	
Revisión: 0		

Objetivo:

Establecer y estandarizar la comunicación interna en la tienda de equipos médicos de SECLIMEDIC, asegurando una coordinación efectiva entre todos los departamentos involucrados para que la información fluya correctamente y se reduzca los errores operativos.

Alcance:

Es aplicable a todo el personal que labora, desde la gerencia hasta el personal operativo. Permitiendo cubrir las actividades logísticas de la tienda, incluyendo cada departamento involucrado con inventario, recepción, entregas, compras y ventas.

Descripción.

Actividad	Responsable	Pasos / Observaciones
1. Aplicar canales de comunicación interna, permitiendo un mejor control de la información.	Gerente General / jefe de compras, almacén y jefe de tienda.	Es un fundamental contar con un correo institucional que le permita mantener la comunicación fluida entre los departamentos como área de compras, almacén de inventarios, ventas y reportes de entregas. Es necesario que los reportes se elaboren diariamente, ya que esto permite tener actualizaciones operativas.
2. Sistema de gestión de recursos empresariales, integrado para una mejor comunicación.	Gerente general, jefe de tienda, almacén, jefe de compras.	Hacer uso de un software que permita mantener la comunicación entre departamentos claves para que SECLIMEDIC, tenga una disminución de errores, al momento de generar compras, ventas, entregas a domicilio. Las actualizaciones deben de realizarse automáticamente para generar fluides en las operaciones. Se debe aplicar mensajería instantánea como Microsoft Teams, WhatsApp, mensajería interna del programa se esté utilizando, esto permite agilizar las operaciones cuando no es

		información importante, también se puede utilizar para notificar a los colaboradores sobre feriados, cumpleaños, o algún bono, es utilizado para información informal.
3. Control de Pedidos y Recepción de suministros y equipos médicos.	Jefe de compras, encargado de almacén.	<p>Cada vez que ingresa inventario a la empresa el encargado de almacén debe de notificar su estado, hacer el ingreso al sistema de nuevos productos.</p> <p>Es fundamental verificar si coincide con la ficha técnica del insumo médico.</p> <p>La distribución de los pedidos se debe de realizar una coordinación diaria desde la ubicación, asignar la hora, y evaluar las rutas, esto permite llevar un mejor control.</p>
4. Protocolos de comunicación en casos críticos.	Gerente General/ encargado de almacén, y entregas.	<p>Cuando existen fallas en los equipos o un error al momento de realizar la entrega es necesario que se informe inmediatamente al encargado de almacén cuando es por error de entrega, y si es por desperfecto de fabrica notificar al técnico encargado para la verificación del mismo, al inicio pueden hacer uso de la mensajería instantánea y luego formalizarlo con un correo electrónico dirigido a todos los departamentos involucrados.</p> <p>En casos de emergencia por equipos que se encuentren fallando o que aún no han ingresado al país y se tiene una entrega programada, es necesario realizar reuniones de los departamentos involucrados, (compras, almacén, legal, y el gerente) para implementar un plan de acción.</p>

5. Programar seguimientos y mantenimiento de los equipos.	Asistente de Mantenimiento.	<ul style="list-style-type: none"> • Es necesario que el Ingeniero encargado de brindarle mantenimiento a los equipos médicos, lleve un cronograma de mantenimiento, acorde al tiempo de venta que tuvo el equipo, de esta forma se logra satisfacer a los clientes con el servicio. • Cada cierto periodo debe de capacitar a todo el personal de ventas, jefe de tienda, para ampliar el conocimiento del equipo de trabajo, para un mejor desempeño al momento de ofrecer los productos a los clientes.
-----------------------------------------------------------	-----------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

(José Rodríguez, 2021)

Documentos de referencia

DOCUMENTOS UTILIZADOS
<ul style="list-style-type: none"> • Formato de Directrices Comunicación Interna Corporativa. • Manual de Gestión y logística enfocado a empresas de salud. • Manual de implementación de ERP

(Prado, 2019)

Registro.


Registro	Tiempo de retención	Responsable de conservarlo	Código de registro
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Formato de directrices de Comunicación Interna 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Siempre 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gerente General 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ IR-CI-001
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Manual de Gestión y logística enfocado a empresas de salud. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Siempre 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gerente General, Asistente de almacén. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ IR-CI-002
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Manual de implementación de ERP. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 2 años 	<ul style="list-style-type: none"> • Gerente general. 	<ul style="list-style-type: none"> • IR-CI-002

Cambios a esta versión

Número de revisión	Fecha de actualización	Descripción del cambio
0	27-01-2025	Creación De Proceso Para Mejorar La Comunicación Interna

CONTROL DE EMISIÓN		
ELABORÓ	REVISÓ	AUTORIZÓ
Proyecto de Tesis	Gerente General	Accionistas.
Nombre	Nombre	Nombre

Tabla 19 Proceso de Rotación de Inventarios.

Página 4 de 5	ROTACIÓN DE INVENTARIOS	
SEM -RIM-002	ROTACIÓN DE INVENTARIO DE INSUMOS, SUMINISTROS Y EQUIPOS MÉDICOS.	
Revisión: 0		

<p>Objetivo:</p> <p>Controlar el inventario que se encuentra disponible en la tienda, evitar el exceso de producto que tiene rotación baja, permitiendo contribuir a mejorar la eficiencia operativa.</p> <p>Alcance:</p>

Este manual será aplicado a todos aquellos empleados que sean responsables en la gestión de inventario, almacenamiento, compras y ventas, con el propósito de disminuir el stock que tenga poca rotación y aumentar aquel que contiene mayor demanda.

Actividad	Responsable	Pasos / Observaciones
1. Registro de entradas y salidas de compras de equipos médicos.	Asistente de almacén	Es necesario que el asistente de almacén debe verificar con la ficha técnica si la entrada del inventario es acorde a la solicitud de compra.
2 Registro de Inventario.	Asistente de almacén	<p>El área de almacén tiene la obligación de crear y llenar plantillas digitales de las fechas de entradas del inventario controlando que sea bien ejecutado, evitando el deterioro de este.</p> <hr/> <p>Crear plantilla de todo aquel inventario que necesita una temperatura especial, para el manejo adecuado del mismo.</p>
3. Implementar formato digital de control de fechas de caducidad del inventario de suministros y equipos médicos	Asistente de almacén.	<p>Crear plantilla que especifique las fechas de caducidad de los nuevos lotes.</p> <p>Cuidado de todo aquel tipo de inventario crítico o de alto peligro.</p>
4. Control Periódico del Inventario	Jefe de Compras.	El jefe de compras debe realizar auditoria periódicas, para verificar si el inventario en

		físico coincide con el stock registrado en el sistema, debiendo realizarlo mensualmente.
5. Rotación de inventarios de suministros médicos.	Asistente de almacén. / jefe de Compras.	Es necesario que se supervise todo aquel inventario que tiene poca rotación para evitar vencimientos, por esta razón es primordial crear una plantilla donde notifica que equipos o insumos tienen bajas ventas, para impulsarlas con descuentos, promociones o llegar a eliminarlas de tienda de forma permanente.
6. Gestión de Equipos con defectos.	Asistente de almacén / jefe de compras.	Es importante llevar el registro de todos aquellos equipos, insumos y suministros médicos que han salido defectuosos, ya que en la empresa debe de existir una política de devolución del producto directamente al fabricante o proveedor de este. Teniendo un tiempo prudencial de 5 días para la notificación del mismo.

(González, 2020)

Documentos de referencia

DOCUMENTOS UTILIZADOS
<ul style="list-style-type: none"> • Manual para el control de inventario operativos. • Formato de hoja de recepción de mercancías. • Formato para revisión y conteo de inventarios. • Manual de comunicación interna para mejor ejecución. • Formato digital para el registro del inventario.

(Mendoza, 2020)

Registro


Registro	Tiempo de retención	Responsable de conservarlo	Código de registro
Manual para el control de inventario operativo.	Siempre	Asistente de almacén	SEM-RIM-001
Formato de hoja de recepción de mercancías	siempre	Asistente de almacén	SEM-RIM-002
Formato para revisión y conteo de inventarios	mensual	Jefe de compras y asistente de almacén.	SEM-RIM-003

Cambios a esta versión

Número de revisión	Fecha de actualización	Descripción del cambio
0	27/01/ 2025	Creación inicial de los nuevos formatos de control de inventario

CONTROL DE EMISIÓN		
ELABORÓ	REVISÓ	AUTORIZÓ
PROYECTO DE TESIS	GERENTE GENERAL	ACCIONISTA.

Tabla 20. Proceso de Marketing y Ventas.

Página 5 de 5	MARKETING Y VENTAS	
SEM -MV-003		
Revisión: 0		

<p>Objetivo: Aumentar la visibilidad de la tienda de SECLIMEDIC, atraer nuevos clientes, fidelizar a los existentes, hacer crecer los ingresos mediante estrategias efectivas de promoción y venta de los suministros y equipos médicos.</p> <p>Alcance: Se ha enfocado en cubrir todos los aspectos de marketing y ventas, que permitan planificar las campañas publicitarias, estrategias, promociones y ventas, que permitan el incremento de los ingresos.</p>

Descripción.

Actividad	Responsable	Pasos / Observaciones
1. Identificar el segmento de mercado objetivo de clientes acorde a las especialidades.	Gerente General / jefe de compras, almacén y jefe de tienda.	Es fundamental que la empresa tenga definido los segmentos como podología, cirugía, cardiología, ginecología, hospitalario, insumos generales, esto permite poder planificar el tipo de campaña acorde a las necesidades de los clientes.

<p>2. Desarrollar campañas publicitarias en línea.</p>	<p>Mercadeo.</p>	<p>Para implementar campañas en línea es necesario hacer uso de correos masivos. Anuncios de promociones en redes sociales, sitio web, invitación de eventos.</p>
<p>3. Participación en Ferias y Eventos dedicados a la salud de las personas.</p>	<p>Mercadotecnia</p>	<p>Organizar y participar en conferencias, ferias y exposiciones enfocadas a equipos e insumos médicos, donde los clientes tengan acceso a la información y que permita dar demostración de los equipos médicos. Congresos médicos. Cenas de lanzamiento para fomentar la fidelidad de los clientes.</p>
<p>4. Fidelización de los clientes</p>	<p>Jefe de tienda y Mercadeo</p>	<p>La fidelización de los clientes es muy importante ya que este tipo de programa permite ofrecerles a los clientes descuentos, acceso a información exclusiva, y controlar el número de clientes frecuentes. Membresías exclusivas a clientes de alto valor, permitiendo tener descuentos diferenciados, con la obtención de la suscripción</p>
<p>5. Monitoreo y seguimiento de las ventas en línea o directo en tienda.</p>	<p>Mercadeo.</p>	<p>Al realizar un monitoreo de las ventas permite que SECLIMEDIC, pueda analizar los clientes sus necesidades permitiéndole controlar el tipo de campañas publicitarias. Es necesario que se utilice un software como Google analítica que le brinde información importante para mejorar el desempeño. Encuestas de satisfacción al cliente, monitoreando las campañas de marketing, reels, los algoritmos de búsqueda, KPI's.</p>

6. Capacitación y Desarrollo del Personal	Mercadeo	Es fundamental que mercadeo capacite a todo el personal de ventas enfocado en los departamentos de visita médica, área de tienda, con relación en la atención al cliente, técnicas de ventas consultivas, y los beneficios y oportunidades que presentan los equipos médicos.
-------------------------------------------	----------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Documentos de referencia

DOCUMENTOS UTILIZADOS
<ul style="list-style-type: none"> • Manual de procedimiento de ventas y atención al cliente. • Cronograma de estrategias de marketing

(A. R. , 2020)

Registro.

Registro	Tiempo de retención	Responsable de conservarlo	Código de registro
▪ Manual de procedimiento de ventas y atención al cliente	▪ Siempre	▪ Mercadeo	▪ SEM-MV-001
▪ Cronograma de estrategias de marketing	▪ Siempre	▪ Mercadeo	▪ SEM- MV-002

Cambios a esta versión

Número de revisión	Fecha de actualización	Descripción del cambio
0	27-01-2025	Creación De Proceso Para Mejorar el Marketing y Ventas.

CONTROL DE EMISIÓN		
ELABORÓ	REVISÓ	AUTORIZÓ
Proyecto de Tesis	Gerente General	Accionistas.
Nombre	Nombre	Nombre

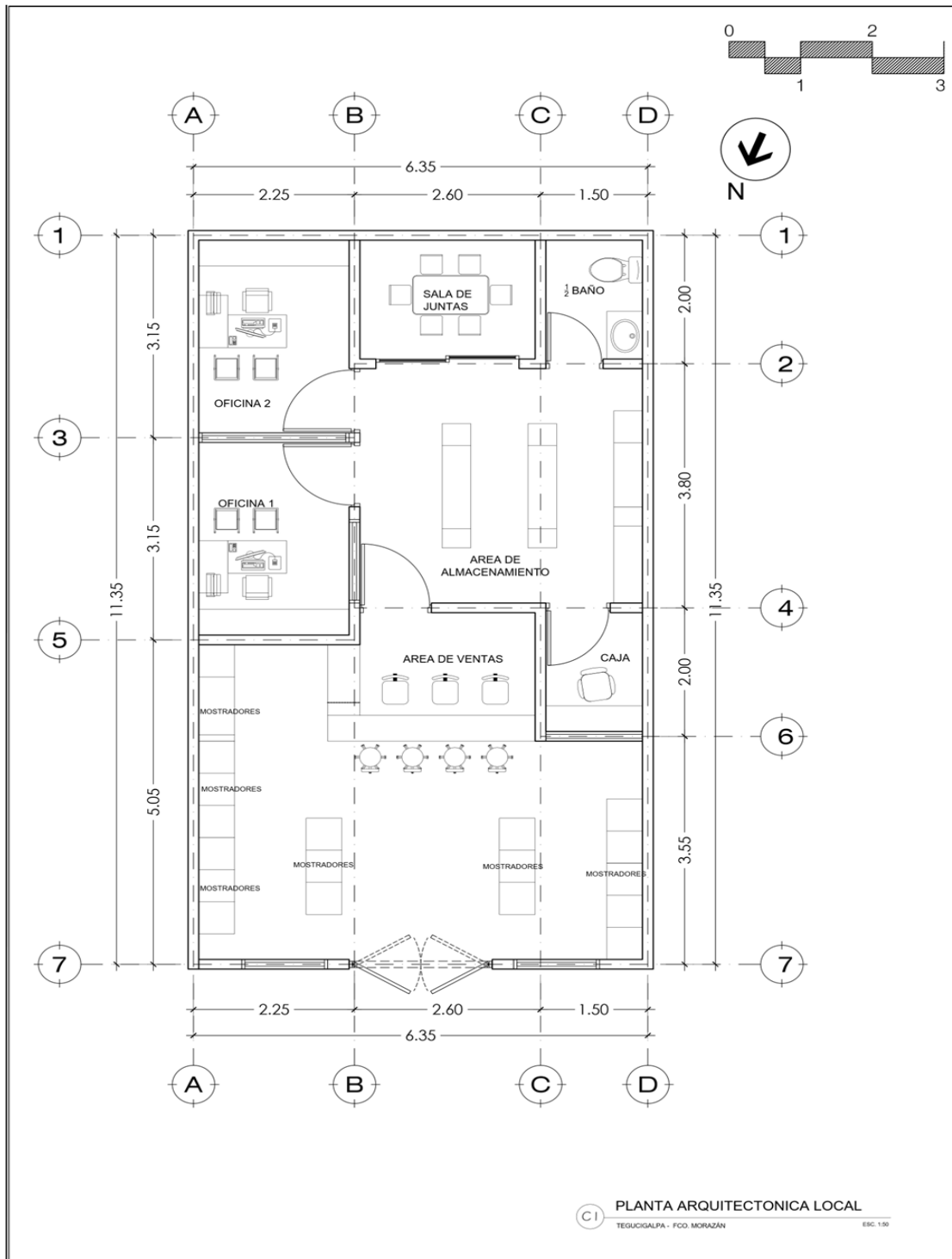
Las propuestas presentadas buscan mejorar la eficiencia de SECLIMEDIC, permitiéndole proyectar un crecimiento sostenido en el futuro. Aunque algunos departamentos no se planean activar de inmediato, es importante considerarlos para garantizar su desarrollo en el mediano plazo, ya que serán necesarios para la expansión de la empresa y le permita diversificar sus operaciones. Estos planes brindan una visión integral, adaptable a las necesidades futuras y pueda enfrentar nuevos retos y aprovechar oportunidades que se presenten para poder seguir creciendo.

6.4.2.2 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

La tienda estará ubicada estratégicamente, preferiblemente cerca de un Hospital ya sea Medical Center, torre medica o torre zafiro. Para garantizar el acceso al local eficiente. La Planta tendrá espacios adecuados para almacenar los equipos médicos y productos relacionados de manera segura.

La planta consta de diferentes espacios diseñados para tener condiciones óptimas y un lugar calificado. La planta tendrá sala de juntas, dedicada a ofrecer reuniones, capacitaciones, dos oficinas administrativas en donde se llevará a cabo la gestión operativa, financiera y de marketing de negocio. Área de almacenamiento, espacios para almacenar productos en inventarios de acuerdo con sus características y requerimientos de seguridad. Área de ventas un espacio asignado para la preparación de productos y la logística de entregar a los clientes y un área de mostradores de los suministros y equipos médicos, una sección destinada para exhibir los productos, donde las clientas puedan ver antes de realizar la compra.

A continuación, se adjunta el plano arquitectónico respectivo sobre el local SECLIMEDIC en el cual se detallan las medidas correspondientes.



	<small>PROYECTO DE ARQUITECTURA Y DISEÑO INTERIOR PARA LA TIENDA SECLIMEDIC, EN EL CANTON DE TEGUIGALPA, FGO. MORAZÁN, REPUBLICA DE HONDURAS. ELABORADO EN EL AÑO 2024.</small>	TIPO: COMERCIAL - LOCAL DE SUMINISTROS MEDICOS Dra. Cinthia Aguilar & Dra. Pamela Duarte <small>TEGUIGALPA M.D.C. HONDURAS</small>	TITULO: PLANTA ARQUITECTONICA LOCAL	AREA DISEÑADA: ANA DOUGLAS ACOSTA AREA DISEÑADA ACOSTA: ANA DOUGLAS ACOSTA TIPO: ANA DOUGLAS ACOSTA <small>CAJA: 2024</small>	ARQ 01 01
		<small>PROYECTO DE ARQUITECTURA Y DISEÑO INTERIOR PARA LA TIENDA SECLIMEDIC, EN EL CANTON DE TEGUIGALPA, FGO. MORAZÁN, REPUBLICA DE HONDURAS. ELABORADO EN EL AÑO 2024.</small>	<small>PROYECTO DE ARQUITECTURA Y DISEÑO INTERIOR PARA LA TIENDA SECLIMEDIC, EN EL CANTON DE TEGUIGALPA, FGO. MORAZÁN, REPUBLICA DE HONDURAS. ELABORADO EN EL AÑO 2024.</small>	<small>PROYECTO DE ARQUITECTURA Y DISEÑO INTERIOR PARA LA TIENDA SECLIMEDIC, EN EL CANTON DE TEGUIGALPA, FGO. MORAZÁN, REPUBLICA DE HONDURAS. ELABORADO EN EL AÑO 2024.</small>	<small>PROYECTO DE ARQUITECTURA Y DISEÑO INTERIOR PARA LA TIENDA SECLIMEDIC, EN EL CANTON DE TEGUIGALPA, FGO. MORAZÁN, REPUBLICA DE HONDURAS. ELABORADO EN EL AÑO 2024.</small>

Figura 17. Plano de la Tienda SECLIMEDIC

6.5 MEDIDAS DE CONTROL (INDICADORES, MEDICIONES, ETC.)

6.5.1 ESTUDIO FINANCIERO

Según (Carlos Aguilar Palacios, 2021) El estudio permite evaluar la viabilidad de un negocio antes de realizar una inversión, a través del análisis de diversos indicadores financieros que muestran la rentabilidad estimada para el inversionista. Estos indicadores ayudan a decidir si es viable continuar o no continuar con el proyecto. Los estados financieros actúan como una imagen detallada de la situación de la empresa, proporcionando toda la información relevante sobre su situación económica. Además, son esenciales para que propietarios, inversionistas o gerentes tomen decisiones económicas clave.

6.5.1.1 PLAN DE INVERSIÓN

La inversión inicial para la apertura de la tienda física de suministros y equipos médicos se desglosa en costos únicos, fijos y variables los cuales son necesarios para establecer y poner en función la Tienda Física de SECLIMEDIC. Esto incluye el capital de trabajo que es necesario para el primer año, los costos operativos necesarios para la adquisición de equipos y mobiliario para la tienda. La tabla N° 11 presenta en detalle del plan de inversión inicial necesario para el proyecto.

Tabla 21. Plan de Inversión.

INVERSIÓN EN VEHÍCULOS SUMINISTROS Y EQUIPOS CLÍNICOS MÉDICOS			
SECLIMEDIC			
CAN TIDA D	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITA RIO	TOTAL
1	CHEVROLET CRUZE AÑO 2017	160,000. 00	160,000. 00

1	TOYOTA COROLLA AÑO 2013	160,000. 00	160,000. 00
	TOTAL		320,000. 00

Tabla 22 Inversión en Mobiliario y Equipo.

INVERSIÓN EN MOBILIARIO Y EQUIPO SUMINISTROS Y EQUIPOS CLÍNICOS MÉDICOS SECLIMEDIC			
CANTIDAD	DESCRIPCION	COSTO UNITARIO	TOTAL
3	ESCRITORIOS CON REPISAS NOGAL	4,990.00	14,970.00
3	SILLAS CON RODO DE TELA COLOR NEGRO	7,490.00	22,470.00
3	COMPUTADORAS LAPTOPS DELL, GAMING	29,990.00	89,970.00
4	ARCHIVOS	5,830.00	23,320.00
4	AIRES ACONDICIONADOS DE 12,000 BTU, CON INSTALACIÓN INCLUIDA	15,320.00	61,280.00
1	JUEGO DE MUEBLES PARA SALA DE	20,990.00	20,990.00

	ESPERA		
1	OASIS	6,990.00	6,990.00
1	PERCOLADORA	1,890.00	1,890.00
2	TELEVISOR DE DE 55 PULGADAS	27,990.00	55,980.00
5	JUEGOS DE ESTANTES VARIAS MEDIDAS (ANAQUELES)	6,895.00	34,475.00
6	SILLAS DE ESPERA	1,043.00	6,258.00
2	JUEGO DE CAMARAS DE SEGURIDAD 8 CAMARAS HIK VISION CON INSTALACION INCLUIDA	14,350.00	28,700.00
1	REFRIGERADOR	14,090.00	14,090.00
5	PLANTAS DECORATIVAS	1,060.00	5,300.00
1	MOSTRADOR	7,500.00	7,500.00
5	BOTES PARA BASURA	389.40	1,947.00
3	IMPRESORAS	10,990.00	32,970.00
2	JUEGOS DE ARTICULOS DECORATIVOS	4,710.00	9,420.00
3	CELULARES MARCA SAMSUNG S22	13,990.00	41,970.00
2	UPS	2,899.00	5,798.00
2	JUEGOS DE CORTINAS	356.00	712.00
	TOTAL		487,000.0

			0
--	--	--	----------

6.5.1.2. ESTRUCTURA DE CAPITAL

En la tabla 10. Muestra se para iniciar un proyecto es necesario realizar una inversión inicial que puede provenir de diversas fuentes, como aportaciones de socios o algún tipo de financiamiento en un sistema financiero. A continuación de detalla las fuentes de financiamiento disponible para la empresa.

Tabla 23. Estructura de Capital.

ESTRUTURA DE CAPITAL		
APORTE DE SOCIOS	L800,000.00	67%
FINANCIAMIENTO	L400,000.00	33%
TOTAL	L1,200,000.00	100%

6.5.1.3. AMORTIZACIÓN DE PRÉSTAMO

La estructura de capital para la apertura de la tienda de equipos y suministros médicos se divide en un 67% proveniente de aportaciones de los socios y un 33% de financiado a través de deuda. Este financiamiento se realiza mediante un préstamo bancario a cinco años con 60 cuotas niveladas, designado para financiar diversos aspectos claves del proyecto, como la adquisición de inventarios, mobiliario y equipo y otros gastos operativos iniciales. Este préstamo será amortizado a una tasa de 16% en 5 años, mediante pagos mensuales fijos, lo que permite una aplicación financiera adecuada y gestión de flujos de cajas eficiente. A continuación, se detalla la amortización en donde se muestra los pagos anuales, incluyendo el interés y capital amortizado.

En el anexo N° 24 se encuentra la amortización detallada del préstamo.

Tabla 24. Amortización de Préstamo.

CÁLCULO DE PRÉSTAMO

PRESTAMO	L400,000.00				
MONTO	L400,000.00				
TASA MENSUAL	L0.16				
CUOTA MENSUAL	L9,727.22				
PLAZO	5 AÑOS				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INTERESES	L59,956.10	L50,176.38	L38,711.69	L25,271.99	L9,517.04
CAPITAL	L56,770.54	L66,550.00	L78,014.95	L91,454.65	L107,209.00
CUOTA	L9,727.64	L9,727.64	L9,727.22	L9,727.22	L9,727.22

6.5.1.4. ESTADO DE RESULTADO.

Cada empresa sea cual sea el rubro o tamaño, tiene la necesidad de evaluar su desempeño para determinar si han obtenido resultados positivos, como ganancias, o si, por el contrario, han enfrentado perdidas debido a sus operaciones al final del periodo. Para una tienda física de suministros y equipos clínicos médicos, el estado de resultado es muy importante, debido que con es un resumen financiero que se obtiene durante el periodo evaluado.

Se presenta el estado de resultado de la tienda, durante un periodo de cinco años. Se incluye un análisis detallado de los ingresos generados en cada periodo, así como costos de ventas, costos de operación y las utilidades obtenidas. Este desglose permite una evaluación exhaustiva del desempeño financiero de la tienda brindándonos una mejor visión a cerca de la rentabilidad y la eficiencia de la operación a lo largo del periodo. En la siguiente tabla 13. Se mostrarán los primeros tres años, (ver anexo 26) se detallará el estado de resultado proyectado por los cinco años.

Tabla 25. Estado de Resultado Proyectado.

SUMINISTROS Y EQUIPOS CLÍNICOS MÉDICOS SECLIMEDIC ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO						
DESCRIPCIÓN	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3	
INGRESOS DEL PERIODO		2,173,915.08		2,284,349.97		2,445,625.07
VENTA CONSOLIDADAS	2,173,915.08	-	2,284,349.97	-	2,445,625.07	-
COSTO DE VENTAS		1,147,300.33		1,264,986.25		1,335,926.68
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		1,026,614.75		1,019,363.71		1,109,698.39
COSTO DE OPERACIÓN		752,337.68		807,709.56		855,296.23
COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES	48,000.00		50,400.00		53,928.00	
FRANQUICIA	25,000.00		60,000.00		60,000.00	
SERVICIOS PRIVADOS PAGADOS	30,000.00		31,500.00		33,705.00	
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	12,000.00		0.00		0.00	
IMPUESTOS VARIOS	13,115.28		13,771.04		14,735.02	
DEPRECIACIÓN ACUMULADA	67,900.00		67,900.00		67,900.00	
MATERIAL DE EMPAQUE	6,799.80		7,139.79		7,639.58	

MATERIAL DE ASEO	7,080.00		7,434.00		7,954.38	
PAPELERIA Y UTILES DE OFICINA	6,186.60		6,495.93		6,950.65	
PUBLICIDAD	6,024.00		6,325.20		6,767.96	
SERVICIOS PUBLICOS	17,832.00		18,723.60		20,034.25	
SUELDOS, SALARIOS Y CARGA SOCIAL	336,000.00		352,800.00		377,496.00	
ALQUILER DE LOCAL	176,400.00		185,220.00		198,185.40	
UTILIDAD DESPUES DE LOS GASTOS DE OPERACION		274,277.07		211,654.15		254,402.16
GASTOS FINANCIEROS	59,956.10		50,176.38		38,711.69	
PRODUCTOS FINANCIEROS	3,597.37	56,358.73	4,515.87	45,660.51	4,645.40	34,066.29
UTILIDAD DESPUES DE LOS GASTOS Y PRODUCTOS FINANCIEROS		217,918.34		165,993.64		220,335.87
IMPUESTOS SOBRE LA RENTA A PAGAR		54,479.58		41,498.41		55,083.97
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO		163,438.75		124,495.23		165,251.90

6.5.1.5 BALANCE GENERAL INICIAL

El balance general muestra la situación financiera de la empresa, ofrece una visión detallada de la situación actual en fechas específicas. En particular, el balance general proporciona un desglose claro de los activos disponibles, es decir, el dinero y otros recursos que la empresa posee, así como las obligaciones financieras, incluyendo deudas y otros pasivos. El fin de realizar el balance es para identificar áreas donde sea necesario mejorar la eficiencia, reducir los costos o gestionar mejor el flujo de efectivo para asegurar la estabilidad y el crecimiento sostenible de la empresa. En la siguiente tabla 13. Se detalla el balance General inicial, en anexos se encontrará el Balance General de los 5 años proyectados. (ver anexo 27).

Tabla 26 Balance General Inicial.

AÑO							
(INICIAL)							
DESCRIPCIÓN				DESCRIPCIÓN			
ACTIVO				PASIVO			
<u>CIRCULANTE:</u>		1,185,300.00		<u>CIRCULANTE:</u>		400,000.00	
CAJA Y BANCOS	1,185,300.00			PRESTAMOS POR PAGAR	400,000.00		
INVENTARIO	0.00			IMPUESTO SOBRE LA RENTA POR PAGAR	0.00		
<u>PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO</u>		0.00		<u>PASIVO A LARGO PLAZO</u>		0.00	
VEHÍCULO	0.00			PRESTAMOS POR PAGAR A LARGO PLAZO	0.00		
MOBILIARIO Y EQUIPO	0.00			<u>CAPITAL CONTABLE</u>		800,000.00	
<u>ACTIVOS DIFERIDOS</u>		14,700.00		CAPITAL	800,000.00		
OTROS ACTIVOS (DEPOSITO EN GARANTÍA)	14,700.00			UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	0.00		
SUMA ACTIVO			<u>1,200,000.00</u>	UTILIDAD ACUMULADA	0.00		
				SUMA PASIVO Y CAPITAL			<u>1,200,000.00</u>

6.5.1.6. PERIODO DE RECUPERACIÓN

El periodo de recuperación es el tiempo necesario para que el flujo de ingresos netos devueltos por el proyecto iguale el monto de la inversión inicial.

Este es un indicador muy útil para evaluar la viabilidad y el riesgo asociado con el proyecto.

En este análisis financiero realizado para el proyecto de prefactibilidad de la tienda de SECLIMEDIC, basado en los flujos de efectivos proyectados y los indicadores financieros clave, demuestra información importante sobre la viabilidad del proyecto.

La inversión inicial es de 1,200,000.00. Este es el capital requerido para iniciar el proyecto. Se proyectan los flujos de efectivo por cinco los cuales se ven que aumentan cada año. Esto es un indicador de un crecimiento en las operaciones y que el proyecto es rentable. Se detallan los flujos de efectivo. (Ver anexo 25)

Los indicadores aplicados para poder analizar la factibilidad del proyecto se tomaron en cuenta la Tasa Interna de Retorno (TIR), calculada en 30%, lo cual es significativamente superior al costo de capital comúnmente aceptado. Esto sugiere que el proyecto generara retornos atractivos y es financieramente viable.

El valor Actual Neto (VAN) es de 121,529.90, lo que significa que, descontando los flujos de efectivos futuros la tasa de interés del mercado, el proyecto genera un valor significativo. Un VAN positivo indica que el proyecto no solo recupera la inversión inicial, sino también que proporciona un valor adicional al inversionista.

Tabla 27 Flujos de Efectivo, TIR y VAN

PERIODO	FLUJOS DE EFECTIVO
CAPITAL DE INVERSIÓN	-1,200,000.00
AÑO 1	231,124.52
AÑO 2	403,965.03
AÑO 3	554,952.43
AÑO 4	742,699.13
AÑO 5	976,959.04
TIR	30%
VAN	L121,529.90

Tabla 28 Periodo de Recuperación.

PERIODO	FLUJOS DE EFECTIVO	FLUJO ACUMULADO	PERIODO DE RECUPERACION
CAPITAL DE INVERSION	800,000.00		
AÑO 1	231,124.52	231,124.52	1 año
AÑO 2	403,965.03	635,089.55	1 año
AÑO 3	554,952.43	1,190,041.98	0.29 años
AÑO 4	742,699.13	1,932,741.11	TIEMPO DE RECUPERACION
AÑO 5	1,325,120.78	3,257,861.89	2 AÑOS Y 3 MESES

A lo largo de los cinco años, los flujos de efectivo han sido positivos, lo que indica que el proyecto es viable y rentable. La inversión se recupera en 2 años y aproximadamente 3 meses. Esto significa que después de dos años completos de operación, el proyecto ya ha generado suficiente flujo de efectivo para recuperar la inversión inicial.

Tabla 29 Estado de Resultado Pesimistas.

DESCRIPCION	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
INGRESOS DEL PERIODO		2,566,336.64		2,696,706.54		2,887,094.02		3,119,216.38		3,433,009.54
VENTA CONSOLIDADAS	<u>2,566,336.64</u>		<u>2,696,706.54</u>		<u>2,887,094.02</u>		<u>3,119,216.38</u>		<u>3,433,009.54</u>	
COSTO DE VENTAS		1,504,893.12		1,565,450.02		1,653,240.46		1,759,312.36		1,900,620.33
INVENTARIO INICIAL		375,000.00		376,223.28		391,362.50		413,310.11		439,828.09
COMPRAS		<u>1,506,116.40</u>		<u>1,580,589.24</u>		<u>1,675,188.07</u>		<u>1,785,830.34</u>		<u>1,935,947.33</u>
COMPRAS CONSOLIDADAS	<u>1,506,116.40</u>		<u>1,580,589.24</u>		<u>1,675,188.07</u>		<u>1,785,830.34</u>		<u>1,935,947.33</u>	
MERCADERIA DISPONIBLE PARA LA VENTA		1,881,116.40		1,956,812.52		2,066,550.57		2,199,140.45		2,375,775.42
INVENTARIO FINAL		<u>376,223.28</u>		<u>391,362.50</u>		<u>413,310.11</u>		<u>439,828.09</u>		<u>475,155.08</u>
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		1,061,443.52		1,131,256.52		1,233,853.56		1,359,904.01		1,532,389.21
COSTO DE OPERACIÓN		1,037,457.68		1,070,335.56		1,136,306.05		1,216,723.33		1,324,786.45
COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES	50,400.00		52,920.00		56,624.40		61,154.35		67,269.79	
SERVICIOS PRIVADOS PAGADOS	44,120.04		46,326.04		49,568.86		53,534.37		58,887.81	
GASTOS DE CONSTITUCION	12,000.00		0.00		0.00		0.00		0.00	
IMPUESTOS VARIOS	22,715.24		23,851.00		25,520.57		27,307.01		29,218.50	
CUOTA ANUAL FRANQUICIA	60,000.00		60,000.00		60,000.00		60,000.00		60,000.00	
DEPRECIACION ACUMULADA	67,900.00		67,900.00		67,900.00		67,900.00		67,900.00	
MATERIAL DE EMPAQUE	6,799.80		7,139.79		7,639.58		8,250.74		9,075.82	
MATERIAL DE ASEO	7,080.00		7,434.00		7,954.38		8,590.73		9,449.80	
PAPELERIA Y UTILES DE OFICINA	6,186.60		6,495.93		6,950.65		7,506.70		8,257.37	
PUBLICIDAD	6,024.00		6,325.20		6,767.96		7,309.40		8,040.34	
SERVICIOS PUBLICOS	17,832.00		18,723.60		20,034.25		21,636.99		23,800.69	
SUELDOS, SALARIOS Y CARGA SO	560,000.00		588,000.00		629,160.00		679,492.80		747,442.08	
ALQUILER DE LOCAL	<u>176,400.00</u>		185,220.00		198,185.40		214,040.23		235,444.26	
UTILIDAD DESPUES DE LOS GASTOS DE OPERACION		23,985.84		60,920.95		97,547.51		143,180.68		207,602.76
GASTOS FINANCIEROS	59,956.10		50,176.38		38,711.69		25,271.99		9,517.04	
PRODUCTOS FINANCIEROS	<u>3,597.37</u>	56,358.73	<u>4,515.87</u>	45,660.51	<u>4,645.40</u>	34,066.29	<u>5,812.56</u>	19,459.43	<u>2,759.94</u>	6,757.10
UTILIDAD DESPUES DE LOS GASTOS Y PRODUCTOS FINANCIEROS		-32,372.90		15,260.45		63,481.22		123,721.25		200,845.66
IMPUESTOS SOBRE LA RENTA A PAGAR		0.00		3,815.11		15,870.31		30,930.31		50,211.41
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO		-32,372.90		11,445.34		47,610.92		92,790.94		150,634.24

Tabla 30 Balance General Escenario Pesimista.

SECLIMEDIC														
BALANCE GENERAL PROYECTADO														
DESCRIPCION	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5	
ACTIVO														
CIRCULANTE:		389,429.46			406,039.65			455,590.80			539,887.10		670,492.84	
CAJA Y BANCOS	13,206.18			14,677.14			12,280.70			100,059.01			195,337.76	
INVENTARIO	376,223.28			391,362.51			443,310.10			439,828.09			475,155.08	
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO		739,100.00			671,200.00			603,300.00			535,400.00		467,500.00	
VEHICULO	300,800.00			281,600.00			262,400.00			243,200.00			224,000.00	
MOBILIRIO Y EQUIPO	438,300.00			389,600.00			340,900.00			292,200.00			243,500.00	
ACTIVOS DIFERIDOS		14,700.00			14,700.00			14,700.00			14,700.00		14,700.00	
FRANQUICIA	0.00			0.00						0.00			0.00	
OTROS ACTIVOS (DEPOSITO EN GARANTIA)	14,700.00			14,700.00			14,700.00			14,700.00			14,700.00	
SUMA ACTIVO			1,143,229.46			1,091,939.65			1,073,590.80			1,089,987.10		1,152,692.84
PASIVO														
CIRCULANTE:		66,550.26			81,830.06			107,324.96			138,139.91		50,211.41	
CUENTAS POR PAGAR														
OTROS ACTIVOS (DEPOSITO EN GARANTIA)	0.00													
PRESTAMOS POR PAGAR	66,550.26			78,014.95			91,454.65			107,209.60			0.00	
IMPUESTO SOBRE LA RENTA POR PAGAR	0.00			3,815.11			15,870.31			30,930.31			50,211.41	
PASIVO A LARGO PLAZO		276,679.20			198,664.25			107,209.60			0.00		0.00	
PRESTAMOS POR PAGAR A LARGO PLAZO	276,679.20			198,664.25			107,209.60			0.00			0.00	
CAPITAL CONTABLE		800,000.00			811,445.34			859,056.24			951,847.19		1,102,481.43	
CAPITAL	800,000.00			800,000.00			800,000.00			800,000.00			800,000.00	
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	0.00			11,445.34			47,610.92			92,790.94			150,634.24	
UTILIDAD ACUMULADA	0.00			0.00			11,445.34			59,056.25			151,847.19	
SUMA PASIVO Y CAPITAL			1,143,229.46			1,091,939.65			1,073,590.80			1,089,987.10		1,152,692.84

Algunas medidas de control para SECLIMEDIC:

6.5.1 Indicadores financieros:

Realizar estados financieros que determinen la rentabilidad bruta, rentabilidad neta, Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Periodo de recuperación.

6.5.2. indicadores operacionales

- Rotación de Inventario, que mida la eficiencia en la gestión de inventario y su capacidad de venderse.
- Exactitud de inventario, medirá la precisión del inventario físico y el registrado en el sistema.
- Tiempo de entrega, se encargará de medir la eficiencia en la entrega de productos a los clientes

6.5.3 Indicadores de la Calidad del Servicio

- Satisfacción al cliente, mide el nivel de satisfacción de los clientes con el producto y el servicio.
- Tasa de Retención de los clientes, mide la capacidad para mantener a sus clientes.
- Tasa de rotación de personal, mide la estabilidad del personal en la tienda.
- Horas de Capacitación por empleado, mide la cantidad de formación por cada empleado.

Se recomienda usar estos indicadores para monitorear regularmente el muso de software de gestión para rastrear estos indicadores en tiempo real, realizar metas específicas para cada indicador y comparar el desempeño y comparar el desempeño real con estas metas para evaluar el éxito de la empresa.

6.6 CRONOGRAMA DE IMPLEMENTACIÓN Y PRESUPUESTO.

Tabla 31 Cronograma de Implementación.

Fase	Actividad	Responsable	Fecha de Inicio	Fecha de Finalización	Duración
------	-----------	-------------	-----------------	-----------------------	----------

1. Planificación	Definición del proyecto	Equipo de proyecto.	1/1/2025	14/1/2025	14 días
	Estudio de mercado y análisis de la competencia	Consultores de Mercado	15/1/2025	14/3/2025	60 días
	Desarrollo del plan de negocios	Equipo de proyecto	15/3/2025	15/4/2025	30 días
constitución de la empresa.	Constitución de la empresa.	Socios y abogado externo	16/5/2025	16/6/2025	30 días
3. Financiamiento	Búsqueda de la fuente de financiamiento	Socios y contador	17/6/2025	25/6/2025	8 días
	Preparación y presentación de documentos para el préstamo	Socios y contador	26/6/2025	10/7/2025	14 días
	Obtención del financiamiento	Socios y contado	10/7/2025	30/7/2025	20 días
4. Ubicación y diseño	Selección del Local comercial	Equipo del proyecto	1/8/2025	15/8/2025	15 días
	Diseño y Planificación de la tienda	Arquitecto	16/8/2025	30/8/2025	15 días
	Contrato de arrendamiento	Legal/arrendador	1/8/2025	15/8/2025	15 días
5. Adquisiciones	Compra de equipo y mobiliario	Departamento de compras	16/8/2025	30/8/2025	15 días
	Adquisición de inventario inicial	Departamentos de compras	1/9/2025	30/9/2025	30 días
6. Preparación	Adaptación del local e instalación de equipo y mobiliarios	Contratistas	1/10/2025	15/10/2025	15 días

	Configuración sistemas	Ingeniero en sistema	16/10/2025	20/10/2025	14 días
--	------------------------	----------------------	------------	------------	---------

7. Capacitación	Capacitación del personal	Recursos humanos	21/10/2025	21/11/2025	30 días
8. Marketing	Desarrollar un plan de marketing	Mercadólogo	22/11/2025	22/12/2025	30 días
9. Apertura	Inauguración de la tienda	Socios	23/12/2025	23/12/2025	1 día
	Monitoreo inicial y ajustes	Gerente de tienda	1/1/2026	30/1/2026	30 días

6.6 CONCORDANCIA DE LOS SEGMENTOS DE LA TESIS CON LA PROPUESTA

Tabla 32 Concordancia de los Segmentos de la Tesis con La Propuesta.

CAPÍTULO I			CAPÍTULO II	CAPÍTULO III			CAPÍTULO V	CAPÍTULO VI	
Título Investigación	Objetivo General	Objetivo Específico.	Teorías/ Metodogías de Su	Variable	Poblaciones	Técnica.	Conclusiones	Nombre de la Propuesta	Objetivos Propuesta
Prefactibilidad Para Aperturar Una tienda Física SECLIMEDIC en el Distrito Central, Honduras.	Proponer un plan estratégico integral para la apertura de una sucursal de suministros de equipos clínicos médicos, ya sea en un hospital o un centro comercial en el Distrito Central, evaluando factores como análisis de mercado, análisis técnico y análisis financiero.	1. Analizar exhaustivamente el mercado actual en el Distrito Central para identificar segmentos de alto crecimiento, evaluar la competencia y desarrollar estrategias que impulsen a SECLIMEDIC a través de tecnología, innovación y alianzas estratégicas.	ANÁLISIS DE MERCADO: "El objetivo principal de realizar un estudio de mercado es buscar la necesidad que tiene el mercado y dar una mejor opción de lo que ya existe, se segmenta la población a la que ira dirigida, la ubicación del mercado, su oferta y demanda" (Santos, 2022).	Análisis de Mercado	población finita específica de profesionales de la salud 105 encuestados.	Encuesta	· El estudio de prefactibilidad mostró una demanda significativa para una tienda de suministros médicos en el Distrito Central. Los médicos están satisfechos con sus proveedores actuales, pero buscan mejor calidad y servicios. La preferencia por tiendas físicas cerca de hospitales y la alta demanda de productos de equipos y suministros médicos, junto con el interés con servicios adicionales como el mantenimiento, respalda la viabilidad del proyecto y sugiere que una tienda bien ubicada con ofertas competitivas podría captar una buena posición de mercado.	Plan Integral de Optimización y Expansión Comercial para la tienda Física de SECLIMEDIC.	Desarrollar e implementar una estrategia integral que permita a SECLIMEDIC optimizar la gestión de inventarios mejorando la disponibilidad de productos de alta demanda y reducir costos operativos a través del uso de tecnología avanzada para integrar las funciones de atención al cliente recursos humanos, logística empresarial y finanzas. Esta estrategia también deberá mejorar la experiencia del cliente mediante instalaciones adecuadas y servicios adicionales como mantenimiento de equipos y entregas a domicilio. Además, se recomienda evaluar el impacto financiero de las decisiones clave para lograr un crecimiento sostenible y rentable a largo plazo.
		2. Evaluar las consideraciones técnicas para la apertura de una tienda física de equipos y suministros clínicos médicos para SECLIMEDIC y optimizar la cadena de suministros y la logística para mejorar la eficiencia y reducir sus costos.	ANÁLISIS TÉCNICO: Una de las conclusiones de este estudio fue la necesidad de poder definir la función de producción que pueda mejorar el uso de los recursos disponibles en la elaboración del producto o el servicio que se proporcione. Lo cual permitió obtener información sobre la necesidad de capital, mano de obra y recursos materiales, esto para la fase inicial como la sostenibilidad del proyecto.	Análisis Técnico		Encuesta	· El estudio técnico de SECLIMEDIC muestra que la empresa tiene una base sólida para la apertura de una tienda física especializada en suministros y equipos médicos. La ubicación propuesta cerca del Hospital Medical Center, torre médica y torre Zafiro es estratégica y responde directamente la preferencia de los médicos encuestados. Además, la implementación de un sistema de gestión integral como ODOO asegura una mayor eficiencia en la administración de inventario, la logística de distribución y la atención al cliente. Automatizar los procesos y el uso de tecnología avanzada no solo mejoran la eficiencia operativa, sino que también minimizan los errores en la preparación y entrega de pedido. Finalmente, la relación con proveedores confiables mejora la capacidad de la empresa y garantizan la satisfacción de los clientes y el éxito sostenida de la tienda.		

		<p>3. Proyectar ventas y asegurar la sostenibilidad y crecimiento de la tienda física en el Distrito Central.</p>	<p>ANÁLISIS FINANCIERO: 'Un estudio financiero de un proyecto de inversión es un análisis exhaustivo que evalúa la viabilidad económica de una inversión o proyecto empresarial' (Caita, 2023). Este proceso implica la recopilación, evaluación y proyección de datos financieros para determinar si una inversión genera beneficios suficientes para justificar el desembolso de capital inicial. (Caita, 2023)</p>	<p>Análisis Financiero</p>		<p>Encuesta</p>	<p>· El análisis financiero del proyecto para abrir una tienda de suministros y equipos médicos muestra que es rentable y viable. Con una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 32% y un Valor Actual Neto (VAN) positivo, el proyecto muestra un retorno atractivo sobre la inversión. La recuperación de la inversión inicial se estima para el cuarto año, lo que indica una buena capacidad de generación de flujos de efectivo. Las proyecciones de ventas son sólidas, respaldadas por un análisis de mercado detallado y encuestas a médicos.</p>	
--	--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------	--	-----------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

REFERENCIA BIBLIOGRÁFICAS.

- A., G. (2021). *Formación Continua en Empresas Mejorando la Productividad y el Servicio al Cliente*. Pearson.
- A., R. (2020). *Manual de Procedimientos Comerciales y de Ventas para empresas de Equipos Médicos*. Alfaomega.
- Aguilar Palacio, C. R. (2021). *Prefactibilidad de una empresa de servicio de entrega a domicilio en La Esperanza Intibuca, Honduras*. San Pedro Sula.
- AMIIF, A. M. (2022). *OMS Publica el Atlas Mundial de Dispositivos Médicos* .
- Anderson, D. S. (2021). *Estadística para Administración y economía*. Cengage Learning.
- Argüello, C. (2018). Procedimiento para recalcular la frecuencia de mantenimiento preventivo en equipos médicos del hospital. Obtenido de <https://tech.iberojournals.com/index.php/IBEROTECS/article/view/633>
- ARSA. (2024). *Agencia de regulacion sanitaria*. Obtenido de Agencia de regulacion sanitaria: <https://arsa.gob.hn/tramites-linea/>
- Caita, O. (2023). Estudio financiero de un proyecto de inversion. *Oscar Caita*. Obtenido de <https://www.oscarcaita.com/estudio-financiero-de-un-proyecto-de-inversion/>
- Carguaytongo, K. (2019). *Propuesta de una Metodología para Estudio de Oferta y Demanda de Transporte Público de Pasajeros en las Modalidades Intraprovincial y Interprovincial*. Riobamba Ecuador: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Obtenido de <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/13579/1/112T0136.pdf>
- Carlos Aguilar Palacios, R. L. (2021). *Prefactibilidad de una empresa de Servicios de Entrega a Domicilio en la Esperanza, Intibuca, Honduras*. San Pedro Sula: Crai, Unitec.
- Carlos Salazar, J. M. (2020). *Prefactibilidad de empresa de Servicios de Enfermería a domicilio y venta de Equipos Médicos*. San Pedro Sula: Unitec. Obtenido de [Downloads/21743101-junio2020-m09-t%20\(5\).pdf](Downloads/21743101-junio2020-m09-t%20(5).pdf)
- Choque, R. (2019). *Segmentación de mercado y posicionamiento: elementos claves para estrategia de Marketing*. Perú: Escuela de Posgrado, Programa de Doctorado Universidad Nacional del Altiplano, Puno,. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/337647463_Segmentacion_de_mercado

s_y_posicionamiento_elementos_claves_para_el_exito_de_una_estrategia_de_Marketing

COMERCIO, O. M. (2022). COMERCIO DE PRODUCTOS MÉDICOS EN EL CONTEXTO DE LA LUCHA. *ORGANIZACION MUNDIAL DEL COMERCIO*, 1-16. Obtenido de https://www.wto.org/spanish/res_s/publications_s/tacklinkillici22_s.htm

Cruz, C. T. (2021). *ANÁLISIS DE LOS EFECTOS DE LA PANDEMIA EN LOS PROCESOS DE RECURSOS HUMANOS DE LAS EMPRESAS LABORATORIOS FINLY S.A Y COATS HONDURAS S.A. SAN PEDRO SULA, HONDURAS: UNITEC.*

Delgado, A. M. (2023). *IMPACTO DE LA COMPOSICIÓN DE LAS IMPORTACIONES, EXPORTACIONES SOBRE EL CRECIMIENTO ECONOMICO EN LATINOAMERICA.* Lima-Peru.

Deloitte. (2021). *Cadena de Suministros en el sector Salud. Un Enfoque Estratégico para optimizar operaciones.* Obtenido de <https://www2.deloitte.com/es/es/insights/industria/salud/estrategia-cadena-suministro-salud.html>

Drevinskas, E. (2023). Se estabiliza el comercio de productos médicos tras el pico alcanzado durante la pandemia. *WORLD TRADE ORGANIZATION*. Obtenido de https://www.wto.org/spanish/blogs_s/data_blog_s/blog_dta_23may23_s.htm

Duarte Martínez, M. (Agosto de 2024). VicePresidente. (N. Aguilar, Entrevistador)

Fernández, M. (2020). *Transformación Digital y ERP en la Gestión de Empresas.* Planeta.

FIME. (2024). <https://www.fimeshow.com/es/visite/productos-y-servicios.html>.

Giraldo, L. P. (2017). *Ventajas y Desventajas de Tres modelos del Servicio de Entrega a domicilio en Bogotá Comidas Rápidas.* Bogoya: Universidad de America. Obtenido de <https://repository.uamerica.edu.co/bitstream/20.500.11839/7056/1/443136-2017-II-GE.pdf>

Gómez, A. &. (2019). *Tendencias en Equipos Médicos, Innovaciones y Perspectivas.* Médica Panamericana.

González. (2020). *Gestión de Inventarios en Empresas del Sector Salud.* Alfaomega.

Intelligence, G. H. (2023). Líderes en ventas de equipos médicos en Latinoamérica. Obtenido de <https://globalhealthintelligence.com/es/analisis-de-ghi/>

- IP, I. d. (2024). <https://www.ip.gob.hn/buscador?q=formato+y++tasas&f=1>. Obtenido de <https://www.ip.gob.hn/buscador?q=formato+y++tasas&f=1>
- Israel, G. (2021). *Determining Sample Size*. University of Florida.
- Israel, M. Q. (2018). *Estudio de factibilidad para la creacion de una empresa que brinde el servicio de gestion documental en la ciudad de Guayaquil*. Guayaquil, Ecuador .
- Jorrín-Abellán, M. F.-A. (2021). *Investigar en Educación*. Síntesis. Obtenido de <https://ruc.udc.es/dspace/bitstream/handle/2183/31099/10-9022-Rese%c3%b1a-Rodriguez-Llorente-2022.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- José Rodríguez, P. F. (2021). *Comunicación Interna y Logística en Pymes*. Alfaomega.
- Joseph Dox Ponce, L. L. (2020). *Estudio de Prefactibilidad para Establecer una Granja Avicola de Postura en Choloma, Cortes*. San Pedro Sula: Crai, Unitec.
- L., V. M. (2021). *Manual de Procesos de Reclutamiento y Selección en el Sector de Salud*. Universidad de Guadalajara.
- Marcos, U. d. (s.f.). <https://repositorio.usam.ac.cr/xmlui/bitstream/handle/11506/983/LEC%20ECO%200002%202019.pdf?sequence=1>. Obtenido de <https://repositorio.usam.ac.cr/xmlui/bitstream/handle/11506/983/LEC%20ECO%200002%202019.pdf?sequence=1>
- Mendoza. (2020). *Guía de Procedimientos Operativos en Empresas de Salud*. Pearson.
- Morales, C. S. (2020). *Prefactibilidad de empresa de enfermeria a domicilio y venta de equipos medicos*. San Pedro Sula, Cortes.
- Morales, F. (2019). La corrupción y su impacto en el desarrollo económico de Honduras. *Revista de Ciencias Sociales*, págs. 45-62. Obtenido de <https://www.dw.com/es/honduras-investigan-fraude-en-compra-de-hospitales-m%C3%B3viles/a-57191206>
- Muñoz, K. A. (2022). *propuesta de sistema para la gestion de equipos medicos de la secretaria de Salud de Honsuras*. Tegucigalpa. Obtenido de <https://repositorio.unitec.edu/bitstream/handle/123456789/12459/Propuesta%20de%20sistema%20para%20la%20gesti%C3%B3n%20de%20equipos%20m%C3%A9dicos%20en%20la%20red%20de%20la%20Secretar%C3%ADa%20de%20Salud%20de%20Honduras.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Netquest. (20 de agosto de 2024). *Netquest.com*. Obtenido de Netquest.com:
<https://www.netquest.com/es/panel/calculadora-muestras/calculadoras-estadisticas>
- Nuñez, J. M. (2022). Estudio financiero para la creación de empresas comercializadoras de mariscos. 13.
- ODOO. (s.f.). *ODOO*. Obtenido de https://www.odoo.com/es_ES
- OMS. (2022). La Organización Mundial de la salud. Obtenido de https://www.wto.org/spanish/news_s/news20_s/rta_27apr20_s.htm
- ONCAE. (2024). <https://oncae.gob.hn/oncae>.
- OPS, O. P. (2018). Dispositivos Medicos. *OPS*. Obtenido de <https://www.paho.org/es/temas/dispositivos-medicos>
- ORGANIZATION, W. T. (2022). COMERCIO DE PRODUCTOS MÉDICOS EN EL CONTEXTO DE LA LUCHA. *ORGANIZACION MULDIAL DEL COMERCIO*, 1-16. Obtenido de https://www.wto.org/spanish/tratop_s/covid19_s/med_goods_2019_21_s.pdf
- Prado. (2019). *Comunicación Interna en las Organizaciones*. Cengage.
- Quadminds. (s.f.). *Quadminds* . Obtenido de <https://www.quadminds.com/blog/automatizar-las-entregas/>
- Raudales, J. (2018). La crisis de salud en Hondouras. págs. 45-60. Obtenido de <https://www.scielosp.org/article/rpsp/2018.v42/e135/es/>
- Raúl, V. J. (2022). *Planificación de compras y adquisición de equipos médicos de una institución de salud estatal*.
- Rodríguez, E. &. (2021). *Operaciones y Logística en el sector salud*. Reverte.
- Ronquillo, L. M. (2023). *Análisis de compra para determinar impacto económico en la empresa de insumos médicos Medecu de la ciudad de Guayaquil*. Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar.
- Santos, D. (2022). Que es un analisis de mercado, como se hace y ejemplos. *HUBSPOT*.
- Secretaría de Estado en Los Despachos de Trabajo y Seguridad Social. (2024). <https://www.trabajo.gob.hn/es-oficial-sihcal-ya-fue-publicado-en-la-gaceta/>.
- Silva, D. (2023). Que es el estudio de mercado y para qu sirve? *Blog de Zendesk*. Obtenido de <https://www.zendesk.com.mx/blog/que-es-estudio-de-mercado/>

- Solis, A. J. (2018). *Cadena de suministros y logística*. Lima, Peru. Obtenido de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=SaLNDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP6&q=que+logistica+y+cadena+de+suministros&ots=1N7SJzcS9e&sig=twlKHZqp1RK-8UWMNxzoho7sANg#v=onepage&q=que%20logistica%20y%20cadena%20de%20suministros&f=false>
- Solórzano-Mendoza, M. y.-V. (2022). *Control de Inventarios y su impacto en la liquidez de la distribuidora Miguel Sebastián*. Manabí-Ecuador: Digital Publisher CEIT.
- Solórzano-Mendoza, M. y.-V. (2022). *Control de Inventarios y su impacto en la liquidez de la distribuidora Miguel Sebastián*. Manabí-Ecuador: Digital Publisher CEIT.
- SRNSP. (2024). <https://www.trabajo.gob.hn/es-oficial-sihcal-ya-fue-publicado-en-la-gaceta/>.
- Triola, M. (2022). *Estadística descriptiva e inferencial*. Pearson Educación.
- UNITEC. (2022). *Manual sobre aspecto de fondos*. Tegucigalpa M.D.C.
- Vásquez Marín, D. L. (2020). *Gestión de inventarios y su optimización*. Repositorio UPN.
- Vásquez Marín, D. L. (2020). *Gestión de inventarios y su optimización*. Universidad Privada del Norte.
- Villacres, J. S. (2018). *ESTUDIO DE LAS IMPORTACIONES Y SU IMPACTO EN LAS VENTAS DE MEQUIMEDIX*. Quito: Universidad Internacional SEK. Obtenido de <https://repositorio.uisek.edu.ec/bitstream/123456789/2581/1/Tesis%20Final%20oselyn%20Gordillo%20%2013%20de%20julio%20del%202017.pdf>
- Vivas, S. (2020). *Prefactibilidad de empresas de servicios de enfermería a domicilio y venta de equipos médicos*. San Pedro Sula.

ANEXOS CONCEPTUAL

Anexo 1: CARTA DE AUTORIZACIÓN DE LA EMPRESA SECLIMEDIC.

Tegucigalpa, Francisco Morazán, 21/Septiembre/2024

Mario Duarte Martínez

Vicepresidente

SECLIMEDIC.

Bo. Las Flores, Danlí, El Paraíso.

Estimado Señor(a): Mario Duarte Martínez

Reciba un cordial y atento saludo. Por medio de la presente deseamos solicitarle su apoyo, dado que somos alumnos de UNITEC y nos encontramos desarrollando el Trabajo Final de Graduación previo a obtener nuestro título de maestría en Dirección Empresarial. Hemos seleccionado como tema Prefactibilidad Para La Apertura De Una Tienda En Físico De SECLIMEDIC En El Distrito Central, por lo que estaríamos muy agradecidos de contar con el apoyo de la empresa que usted representa para poder desarrollar nuestra investigación. En particular, dicha solicitud se circunscribe a peticionar que nos autorice a realizar: estudio de mercado, análisis técnico y análisis financiero, aplicando encuestas a la población de salud que la empresa visita mensualmente en el Distrito Central y brindarnos información relevante para el éxito del estudio a investiga.

A la espera de su aprobación, me suscribo de Usted.

Pamela Duarte

Cinthia Aguilar.

12313042

12313484

Autoriza la realización dentro de sus instalaciones el proyecto de investigación de Postgrado antes Mencionado.

Mario Duarte Martínez

Vicepresidente.



Agencia de Regulación Sanitaria

"ARTÍCULO 7.- La Agencia de Regulación Sanitaria (ARSA) tiene las atribuciones y competencias siguientes: 1) Regular, supervisar, revisar, verificar, controlar, vigilar y fiscalizar el cumplimiento del marco normativo de los productos, servicios y establecimientos de interés sanitario, incluyendo lo relacionado a la farmacovigilancia y tecnovigilancia, con excepción de lo correspondiente a los establecimientos proveedores de servicios de salud, así como lo correspondiente a los ámbitos de salud ambiental, salud ocupacional y personal de salud; (República de Honduras, Poder Legislativo, Decreto No. 7-2021, La Gaceta Oficial No. 35,626, 2021, p A13)

ONCAE

Anexo 2

"ARTÍCULO 8.- Se ratifica que las funciones de la Dirección General de Normalización y de la Dirección General de Vigilancia del Marco Normativo que, en su momento, fueron dependientes de la Subsecretaría de Regulación de la Secretaría de Estado en el Despacho de Salud (SESAL), creadas mediante Decreto Ejecutivo Número PCM-061-2013 publicado en el Diario Oficial de la República "La Gaceta" del 29 de Enero del año 2014 que reforma los Artículos 67, 68 y 69 del Reglamento de Organización, Funcionamiento y Competencias del Poder Ejecutivo, en lo relacionado con formular y actualizar el marco normativo sanitario; así como interpretar, aplicar, vigilar, fiscalizar y controlar el cumplimiento de la normativa legal, técnica y administrativa que garantice el cumplimiento de los estándares de la calidad establecido para los proveedores de bienes y servicios de interés sanitario o para los que realicen actividades o practiquen conductas que repercutan o puedan repercutir en la salud de la población, respectivamente serán asumidas por la Agencia de Regulación Sanitaria (ARSA)."(República de Honduras, Poder Legislativo, Decreto No. 7-2021, La Gaceta Oficial No. 35,626, 2021, p A15)

Anexo 3

Considerando: Que mediante Decreto Ejecutivo Número PCM-032-2017, publicado en Diario Oficial "La Gaceta" en fecha 19 de Mayo del año 2017, reformado mediante el Decreto Ejecutivo Número PCM-013-2020, publicado en Diario Oficial "La Gaceta" en fecha 03 de septiembre del año 2020, se creó la Agencia de Regulación Sanitaria (ARSA), como una Entidad Desconcentrada de la Secretaría de Estado en el Despacho de Salud (SESAL) adscrita al Gabinete Sectorial de Desarrollo e Inclusión Social, con independencia funcional, técnica, financiera, administrativa y de seguridad nacional, con personalidad jurídica, responsable de la supervisión, revisión, verificación, control, vigilancia y fiscalización del cumplimiento de la normativa legal, técnica y administrativa de los establecimientos, proveedores, productos y servicios de interés sanitario y de los que realicen actividades o practiquen conductas que repercutan o puedan repercutir en la salud de la población; y de la regulación, otorgamiento, renovación, modificación, suspensión o cancelación de los registros, permisos, licencias, certificaciones y otras autorizaciones sanitarias, con competencia a nivel nacional..."(República de Honduras, Poder Legislativo, Decreto No. 7-2021, La Gaceta Oficial No. 35,626, 2021, p A11)



Anexo 4. Instituto de Seguridad Social

“CONSIDERANDO (1): Que la Constitución de la Republica establece que las leyes laborales estarán inspiradas en la armonía entre el capital y el trabajo como factores de producción. Asimismo, dispone que con el fin de hacer efectivas las garantías y leyes laborales, el Estado vigilará las empresas, imponiendo en sus casos la sanciones que establezca la ley.

Trabajo de Seguridad Social, promover, vigilar y garantizar que patronos y trabajadores cumplan y respeten todas las disposiciones legales relativas al trabajo”. (Secretaría de Estado en Los Despachos de Trabajo y Seguridad Social, 2024).

Anexo 5

Requisitos para Certificarse para proveedores del Estado.

SE PRESENTA SUBSANACIÓN EN CUMPLIMIENTO AL REQUERIMIENTO NO. _____ DEL EXPEDIENTE

Oficina Normativa de Contratación y Adquisiciones del Estado

Yo _____, de generales ya conocidas en el expediente número _____, actuando en mi condición de _____ comparezco ante esta institución presentando en legal y debida forma subsanación en cumplimiento al requerimiento No. _____ de fecha _____.

FUNDAMENTACIÓN JURIDICA

Constitución de la República de Honduras

Artículo 80: Toda persona o asociación de personas tiene el derecho de presentar peticiones a las autoridades ya sea por motivos de interés particular o general y de obtener pronta respuesta en el plazo legal.

|


PETICIÓN

A esta Oficina Normativa **PIDO:**

1. Admitir la presente solicitud.
2. Tener por subsanado lo solicitado en el Requerimiento número _____ de fecha _____
3. Resolver Conforme a Derecho.

Firma y Sello.



Dirección: Centro Cívico Gubernamental, Boulevard Fuerzas Armadas contiguo a Chiminike, CA-6, Tegucigalpa / **¡SIGUENOS!** En nuestras redes sociales : @stlcchn 

Anexo 6. Formato de Solicitud de Prórroga Registro de Proveedores. ONCAE





SE PRESENTA SOLICITUD DE PRÓRROGA EN EL PLAZO DE SUBSANACIÓN PARA PRESENTACIÓN DE REQUERIMIENTO EN EL EXPEDIENTE No. _____

Oficina Normativa de Contratación y Adquisiciones del Estado

Yo _____, de generales ya conocidas en el expediente número _____ actuando en mi condición de _____ comparezco ante esta institución manifestando lo siguiente:

PRIMERO: (Ingresar motivos por el cual solicita ampliación al plazo de subsanación.)

Por lo anteriormente manifestado solicito muy respetuosamente ampliación en el plazo de subsanación para presentación de requerimiento No. _____

FUNDAMENTACIÓN JURÍDICA

Constitución de la República de Honduras

Artículo 80: Toda persona o asociación de personas tiene el derecho de presentar peticiones a las autoridades ya sea por motivos de interés particular o general y de obtener pronta respuesta en el plazo legal.

PETICIÓN

A esta Oficina Normativa **PIDO:**

1. Admitir la presente solicitud.
2. Tener por subsanado lo solicitado en el Requerimiento número _____ de fecha _____
3. Resolver Conforme a Derecho.

Firma y Sello.

Dirección: Centro Cívico Gubernamental, Boulevard Fuerzas Armadas contiguo a Chimínike, CA-6, Tegucigalpa / ¡SIGUENOS! En nuestras redes sociales: @sticchn

Anexo 7. FORMULARIO F-4RP SOCIEDADES MERCANTILES





F-4RP

Formulario de Certificación de la Composición Social de la empresa

Asimismo, certifico que: El capital suscrito y pagado por esta sociedad y de conformidad a lo dispuesto en la escritura de Constitución que a la fecha está dividido entre los siguientes socios:

Nombre completo del socio	Nacionalidad	Nº del documento de identificación	País de domicilio

Fecha: _____

La información presentada en este formulario debe ser la actualizada
La firma de este documento deberá ser autenticado por un notario. (en la auténtica de firmas)

Representante Legal de la Empresa

Firma y sello

Soporte.honducompro.gob.hn

Dirección: Centro Cívico Gubernamental, Boulevard Fuerzas Armadas contiguo a CA-6, Tegucigalpa / Redes Sociales: @sticchn

Anexo 8. FORMULARIO F-3RP SOCIEDADES MERCANTILES



F-3RP FORMULARIO DE CARTA PODER

Yo, _____, mayor de edad, estado civil _____, de profesión _____, nacionalidad _____, de la ciudad de _____, con número de identidad _____, Representante Legal de la empresa _____, con actividad económica _____, Identificador tributario en el país de origen _____, con dirección física _____, y correo electrónico _____, confiero **CARTA-PODER** amplio y suficiente en cuanto a derecho corresponde a él (la) Abogada _____, mayor de edad, _____, (estado civil) _____, (nacionalidad) _____, e inscrita en el Colegio de Abogados de Honduras con el número _____, con Despacho Legal ubicado en _____, con teléfono número _____, correo electrónico: _____, para que pueda comparecer ante la Oficina Normativa de Contratación y Adquisiciones del Estado, a fin de presentar la Solicitud de Inscripción en el Registro de Proveedores y Contratistas del Estado para realizar la tramitación respectiva hasta obtener la Constancia de Inscripción, para lo cual la invisto de las facultades generales y especiales del mandato administrativo consignadas en el artículo 57 de la ley de procedimiento administrativo, tales como: Percibir, transigir, desistir, comprometer y aprobar.

En fé de lo cual firmo la presente Carta Poder en la ciudad de _____, (ciudad originaria) a los _____, (fecha en letras).

FIRMA Y SELLO

Este formulario aplica solo cuando la solicitud es presentada por un Apoderado Legal (Abogado)
Firma del Representante Legal de la Empresa.
Este documento deberá ser autenticado por un notario. (en la autenticación de firma)



Soporte.honducoprx.gob.hn

Dirección: Centro Cívico Gubernamental, Boulevard Fuerzas Armadas contiguo a Chimínika, CA-6, Tegucigalpa / Redes Sociales: @sticohs

F-2RP.

Formulario de Información del Solicitante Sociedad Mercantil Nacional

AREA DE ACTIVIDAD		TIPO DE TRAMITE		TIPO DE PERSONERIA	
Obras Publicas		Inscripción		Sociedad Mercantil	
Bienes Y Servicios					
Consultoría					

DATOS DE IDENTIFICACION DEL REPRESENTANTE LEGAL DE LA EMPRESA

1. Nombres y Apellidos del Solicitante: _____
2. **Género** **Femenino:** **Masculino:**
3. No. de Identidad / No. de Pasaporte: _____
4. Registro Tributario Nacional del Representante legal: _____
5. Código de Numérico del Área de Actividad/Rubro Solicitado (Disponibles en [Requisitos y Formularios \(oncae.gob.hn\)](#)): _____

DOMICILIO LEGAL Y DIRECCION COMPLETA DE LA EMPRESA


1. Colonia o Barrio Etc.: _____
2. Calle y/o Avenida: _____
3. No. De Casa/Edificio: _____
4. Ciudad: _____
5. Municipio: _____
6. Departamento: _____
7. Teléfono para efectos de Notificación: _____
8. Correos Electrónicos Principal y Opcionales para efectos de Notificación: _____




Soporte.honducompras.gob.hn

Dirección: Centro Cívico Gubernamental, Boulevard Fuerzas Armadas contiguo a Chiminike, CA-6, Tegucigalpa / Redes Sociales: @sticchn

Anexo 10. FORMULARIO F-2RP SOCIEDADES MERCANTILES



Transparencia y
Lucha contra la
Corrupción
GOBIERNO DE LA REPÚBLICA



ONCA
OFICINA NORMATIVA DE CONTRATACIÓN Y ADQUISICIONES



HONDURAN
GOBIERNO DE LA REPÚBLICA

LLENAR LOS DATOS DE LA EMPRESA

1. Nombre Legal de la Empresa: _____
2. Fecha de Constitución de la Empresa: _____
3. ~~Número de Escritura Pública~~: _____
4. Nombre Comercial de la Empresa: _____
5. Registro Tributario Nacional de la Empresa: _____

MANIFIESTO: Que toda la información que se suministra a continuación y la documentación que se acompaña, es EXACTA Y VERDADERA a fin de no incurrir en la infracción que señala el Artículo 70 letra c) del Reglamento de la Ley de Contratación del Estado; y SE AUTORIZA a la Oficina Normativa de Contratación y Adquisiciones del Estado a verificarla ante la entidad pública o privada correspondiente y a su difusión pública por cualquier medio, de conformidad al Artículo 6 de la Ley de Contratación del Estado.


Lugar y Fecha: _____

Firma del Solicitante


Firma del Representante Legal de la Empresa.
Este documento deberá ser autenticado por un notario. (en la auténtica de firma)




Soporte.honducorpras.gob.hn

Dirección: Centro Cívico Gubernamental, Boulevard Fuerzas Armadas contiguo a  CA-6, Tegucigalpa / Redes Sociales: @stlechn


Anexo 11. FORMULARIO F-1RP SOCIEDADES MERCANTILES



Transparencia y
Lucha contra la
Corrupción
GOBIERNO DE LA REPÚBLICA



ONCAE
OFICINA NORMATIVA DE CONTRATACIÓN Y ADQUISICIONES DEL ESTADO



HONDURAS
REPUBLICA DE LA REPÚBLICA

F-1RP.
**Formulario de Solicitud de Inscripción en el Registro de Proveedores y Contratistas
Del Estado**
SOCIEDADES MERCANTILES

Señor (a) Director (a) de la Oficina Normativa de Contratación y Adquisiciones del Estado (ONCAE).

Yo, _____, Mayor de Edad, Estado Civil _____, Profesión (*si el trámite se realiza a través de un abogado incorporar sus datos generales*) _____ Hondureño y con domicilio en _____, actuando en mi condición de (*Representante Legal o Apoderado Legal de*) _____, ante Usted con el debido respeto comparezco a solicitar la (*Inscripción, Renovación o Actualización*) de mi representado, en el Registro de Proveedores y Contratistas del Estado, a fin de contratar con la Administración Pública y demás Poderes del Estado. Acompaño a la presente todos los documentos que esta Oficina Normativa solicita para mi inscripción en la misma, entendiéndose que solamente en el caso de que la documentación esté completa al momento de su presentación, se extenderá constancia de tener en trámite el registro.

Así mismo declaro que daré seguimiento a la solicitud de inscripción a través de <http://sicc.honducopras.gob.hn/consultaProveedores/>, entiendo que la ONCAE puede solicitar información adicional a fin de verificar los datos presentados; que la ONCAE entrega la información que consta en su sistema, y documentos presentados en las solicitudes de inscripción organismos controladores, fiscalizadores, y vigilancia; que una vez recibido la solicitud de inscripción y durante la vigencia de la misma la ONCAE puede suspender y cancelar del Registro de proveedores a mi representada conforme lo establece la Ley de Contratación del Estado y su Reglamento.


FUNDAMENTOS DE DERECHO: Artículos 80 de la Constitución de la República; 56, 60, 61 y 62 de la Ley de Procedimientos Administrativos; 34, 36 y 37 de la Ley de Contratación del Estado y 23, 24, 33, 34, 35, 36, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 64 y 69 del Reglamento de la Ley de Contratación del Estado.

PETICION

Al Director(a), reiterándole mi respeto **PIDO:** Admitir la presente solicitud con los documentos acompañados, extenderme la debida constancia de encontrarse en trámite la solicitud y me comprometo a finalizar el trámite que en Ley Corresponde; y se me extienda en definitiva la Certificación de Inscripción en el Registro de Proveedores y contratistas del Estado.

Tegucigalpa M.D.C. ____ de _____ 20__

FIRMA Y SELLO
Soporte.honducopras.gob.hn



Dirección: Centro Cívico Gubernamental, Boulevard Fuerzas Armadas contiguo a Chimínike, CA-6, Tegucigalpa / Redes Sociales: @stlechn

Anexo 12. REQUISITOS PARA IMPORTAR EQUIPOS MÉDICOS REGULADOS POR EL ARSA.

Requisitos para Licencia Sanitaria de Establecimientos

— 1. Solicitud * (Aplica únicamente en trámite presencial) ▾

- Presentar una solicitud dirigida a la Agencia de Regulación Sanitaria, cuyo título indique:
 - Órgano al que se dirige: Agencia de Regulación Sanitaria.
 - Nombre y generales del propietario o representante legal del establecimiento.
 - Razón social o denominación de la Sociedad
 - Nombre del Establecimiento.
 - Dirección exacta del establecimiento, incluyendo teléfono, correo electrónico.
 - Actividad o actividades a que se dedicará.
 - Lugar y fecha de la Solicitud.
 - Firma del solicitante

— 2. Fotocopia de escritura ▾

De constitución de la sociedad o de comerciante individual. La escritura debe de estar debidamente inscrita en el Registro mercantil.

— 3. Croquis y distribución del establecimiento ▾

Donde indique la ubicación exacta del establecimiento.

— 4. Declaración Jurada ▾

Debidamente autenticada, formato Agencia de Regulación Sanitaria.

[Descargue Aquí](#)

Anexo 12.

DECLARACIÓN JURADA DE LICENCIA SANITARIA ESTABLECIMIENTOS

Yo, _____, [Generales de ley], mayor de edad, hondureño y de este domicilio; actuando en mi condición personal y en mi carácter de Representante legal de la Sociedad mercantil denominada [_____] DECLARO bajo juramento lo siguiente: Que mi representada, tiene intención de tramitar por primera vez la licencia sanitaria, por un tiempo de ____ años, de nuestro local, donde operará _____ con las siguientes características:

Datos de Representación

Nombre de la Sociedad, Comerciante Individual o Propietario Solicitante:
No. de documento de identificación:
Nombre del Representante Legal:
No. de documento de identificación:

Datos del Establecimiento

Nombre del establecimiento:
Dirección exacta:
Teléfono (s):
Correo electrónico:
Actividades a que se dedicara el establecimiento:
Dirección exacta de la bodega (en caso que no se encuentre en el mismo establecimiento):

Son verdaderos.

Que el Establecimiento _____ cumple con todos los requisitos, y que estos están de acuerdo a los estándares de calidad solicitados por la Agencia de Regulación Sanitaria y los reglamentos aplicables para los alimentos y bebidas, Cosméticos, Productos Naturales, Productos Higiénicos, Productos Farmacéuticos y Dispositivos Médicos; así mismo acepto que una vez que se otorgue a mi representada la licencia sanitaria para el funcionamiento del establecimiento, en virtud del proceso de vigilancia y fiscalización no estén estos de acuerdo a la normativa, nuestra representada aceptará las sanciones que correspondan, emitidas por la Agencia de Regulación Sanitaria.

Declaro además que es responsabilidad de mi representada y mía civil, administrativo, y penalmente por la veracidad de la información y documentos entregados, y en el supuesto que sea inexacta, incorrecta, incompleta o falsa, responderé en mi condición personal y como representante legal a los procesos y sanciones administrativas, civiles, o penales a que haya lugar.

Y que conozco la pena por FALSO TESTIMONIO.

Para los efectos oportunos extendiendo la presente Declaración Jurada, a los ____ () días del mes de _____ dos mil _____ (201____).

Anexo 12. Requisitos Registro Sanitario

— 1. Solicitud



Con los siguientes datos:

- Órgano al que se dirige: Agencia de Regulación Sanitaria
- Nombre y generales del propietario o representante legal del establecimiento y del apoderado legal.
- Razón social o denominación de la sociedad
- Dirección exacta del establecimiento, incluyendo teléfono, fax, correo electrónico
- Datos y clasificación del producto: Nombre comercial y o nombre genérico, fabricante, tipo de producto, país de origen y/o fabricación y número de Licencia Sanitaria del establecimiento que lo fabrica o lo comercializa, cuando el producto sea de origen nacional.
- Tipo de empaque o envase primario y secundario
- Forma y presentación comercial
- Lugar y fecha
- Firma del solicitante
- A esta solicitud adherir timbre de L50.00 por producto

— 2. Etiquetas / empaques primario y secundario o su proyecto



Que contenga información de acuerdo al Reglamento para el Control Sanitario de Productos, Servicios y Establecimientos de Interés Sanitario.

— 3. Copia de Informe de Clasificación por riesgo



Donde contenga la información de acuerdo al artículo 106 del Reglamento para el Control Sanitario de Productos, Servicios y Establecimientos de Interés Sanitario, literales a, b, c, d, e, f, g, i.

— 4. Documento que acredite al representante legal y al apoderado legal



Según formato establecido por la Agencia de Regulación Sanitaria, firmada por la representante legal debidamente autenticada.

 [Descargue el formato oficial aquí](#)

Anexo 13.

DECLARACIÓN JURADA DE DISPOSITIVOS MÉDICOS Y OTROS DISPOSITIVOS DE INTERÉS SANITARIO

CLASIFICACIÓN POR RIESGO SANITARIO DE DISPOSITIVOS MÉDICOS
 REGISTRO SANITARIO

Yo, _____, mayor de edad, hondureño y de este domicilio; actuando en mi condición personal y en mi carácter de Representante legal de la sociedad mercantil denominada [_____] DECLARO bajo juramento lo siguiente: Que mi representada, tiene intención de tramitar por primera vez, registro sanitario/clasificación por riesgo, con las siguientes características:

Datos del Titular del Producto

Nombre del Titular del producto:
Dirección y País del Titular del producto:
Teléfono:
Correo Electrónico o sitio web:

Origen de Fabricación

Nombre del Fabricante:
País (es) de Origen:
Dirección:
Teléfono:
Correo Electrónico o sitio web:

Datos del Distribuidor o Distribuidores

Nombre de la empresa distribuidora:
Dirección exacta del distribuidor:
Teléfono:
Correo Electrónico:
Número de licencia Sanitaria:

Datos del Producto

Nombre del Dispositivo:
Presentación Comercial:
Referencia, modelo o serie:
Código Internacional GMDN o UMDNS (aplica para clasificación por riesgo):

Son verdaderos.

Declaro que el producto antes mencionado es apto para su uso, cumpliendo con todos los estándares internacionales, los requisitos establecidos, y la

— 6. Certificado de libre venta para productos importados ▾

Anexo 14. Requisitos de Clasificación por Riesgo Sanitario

— 1. Solicitud. ▾

- Presentar solicitud ya sea en línea o presencial, conteniendo que incluya:
 - Órgano al que se dirige: Agencia de Regulación Sanitaria.
 - Nombre y generales del representante legal y profesional responsable
 - Nombre y generales de la Persona natural o jurídica solicitante
 - Datos del distribuidor(es)
 - Nombre del producto.
 - Nombre genérico.
 - Descripción del Dispositivo médico e indicaciones de uso previstas por el fabricante.
 - Presentación comercial.
 - Nombre y país del titular del producto.
 - Nombre y país del fabricante; detallar si otro(s) intervienen en el proceso de fabricación.
 - Código internacional según GMDN (Global Medical Device Nomenclature.) o UMDNS (Universal Medical Device Nomenclature System).

— 2. Fotocopia de la escritura de constitución de la sociedad o de comerciante individual ▾

Debidamente inscrita

— 3. Etiquetas/ empaques primario y secundario o su proyecto ▾

Donde contenga la información de acuerdo al artículo 106 del Reglamento para el Control Sanitario de Productos, Servicios y Establecimientos de Interés Sanitario, literales a, b, c, d, e, f, g, i.

4. Declaración jurada

Según formato establecido por la Agencia de Regulación Sanitaria, firmada por la representante legal debidamente autenticada.

[Descargue el formato oficial aquí](#)

5. Cuota de recuperación por servicios prestados

Ajustarse a las cuotas de recuperación vigentes.

Anexo 15. Exonerados de Registro

REQUISITOS	FOLIO No	Completo	Incompleto
1. Presentar solicitud ya sea en línea o presencial, conteniendo:			
A. Órgano al que se dirige: Agencia de Regulación Sanitaria.			
B. Nombre y generales del representante legal y profesional responsable.			
C. Nombre y generales de la Persona natural o jurídica solicitante.			
D. Datos del distribuidor(es).			
E. Nombre del producto.			
F. Nombre genérico.			
G. Descripción del dispositivo médico e indicaciones de uso previstas por el Fabricante.			
H. Nombre y país del titular del producto.			
I. Presentación comercial (detallar modelo, tamaño, código de referencia, cuando aplique)			
2. Etiquetas/ empaques primario y secundario o su proyecto que contenga la información de acuerdo al artículo 106 del Reglamento para el Control Sanitario de Productos, Servicios y Establecimientos de Interés Sanitario, literales a, b, c, d, e, f, g, i.			
3. Cuota de recuperación por servicios prestados.			

Anexo 16. Listados de Exentos



C-008-ARSA-2020

COMUNICADO

LA AGENCIA DE REGULACIÓN SANITARIA (ARSA), a todos los importadores, distribuidores interesados en comercializar o distribuir Dispositivos Médicos y Otros Dispositivos de Interés Sanitario, COMUNICAMOS:

Que de acuerdo al Artículo 3 del Reglamento para el Control Sanitario de Productos, Servicios y Establecimientos de Interés Sanitario y Guía de Clasificación de Dispositivos Médicos, existen diversos productos que por su naturaleza, características propias y uso no deben ser considerados dispositivos médicos que necesiten contar con el registro sanitario emitido por la Agencia de Regulación Sanitaria; lo anterior, por no enmarcarse dentro de las categorías de riesgo señaladas en las disposiciones aplicables.


Para proceder con la importación y comercialización de dichos productos en el país, deberá solicitar *Informe de Exoneración de Registro Sanitario*, el cual será emitido por única vez siempre y cuando las disposiciones del comunicado que ampara el presente listado, no exprese lo contrario.

En cada solicitud de informe de Exoneración de registro sanitario podrá incluir un máximo de 20 productos con finalidad de uso similar, los cuales deberán de ser del mismo titular del producto.

Para solicitar la Informe de Exoneración de Registro Sanitario, deberá de presentar los siguientes requisitos:

1. Presentar solicitud ya sea en línea o presencial, conteniendo:
 - ✓ Órgano al que se dirige: Agencia de Regulación Sanitaria.
 - ✓ Nombre y generales del representante legal y profesional responsable.
 - ✓ Nombre y generales de la Persona natural o jurídica solicitante.
 - ✓ Datos del distribuidor(es).
 - ✓ Nombre del producto.
 - ✓ Nombre genérico.
 - ✓ Descripción del dispositivo médico e indicaciones de uso previstas por el Fabricante.
 - ✓ Nombre y país del titular del producto.
 - ✓ Presentación comercial (detallar modelo, tamaño, código de referencia, cuando aplique)
2. Etiquetas/ empaques primario y secundario o su proyecto que contenga la información de acuerdo al artículo 106 del Reglamento para el Control Sanitario de Productos, Servicios y Establecimientos de Interés Sanitario, literales a, b, c, d, e, f, g, i.

Página 1 de 8

 Agencia de Regulación Sanitaria  @Arsa_Honduras

Anexo 17.



Página 2 de 8

3. Cuota de recuperación por servicios prestados.

LISTADO DE DISPOSITIVOS MÉDICOS Y OTROS DISPOSITIVOS DE INTERÉS SANITARIO EXONERADOS DE REGISTRO SANITARIO

Nota: El producto que no se encuentra contenido en el siguiente listado, deberá solicitar ante la ARSA, constancia de Clasificación de Producto.

PRODUCTOS MÉDICOS ORTOPEDIA Y TRAUMATOLOGÍA

1. Ayudas para discapacitados (caminadores, bastones, muletas, sillas de ruedas, bastones, etc.)
2. Botas ortopédicas
3. Cabestrillos
4. Calcetines con yeso (pie, brazo)
5. Calzado ortopédico
6. Correas, sujetadores, fajones o sostenes para uso en componentes de equipos de terapia física o uso en el hogar
7. Inmovilizadores para el cuerpo (tablas de inmovilización y rescate)
8. Equipos de mecanoterapia
9. Posicionadores (almohadillas) de extremidades inferiores, extremidades superiores, posicionadores de torsos y Posicionadores de cabezas.
10. Productos de línea blanca (rodilleras, coderas, tobilleras, muñequeras, costilleras, etc.)
11. Sierra oscilante para yesos
12. Venda de fibra de vidrio
13. Venda de yeso y venda guata
14. Venda elástica

PRODUCTOS DE TERAPIA FÍSICA

1. Bañeras portátiles
2. Bolsa con agua fría o caliente para terapia física.
3. Calentador (baños de agua) para terapia física.
4. Máquinas de ejercicios (Bicicletas, cintas ergométricas y trotadoras) para terapia física.
5. Masajeadores mecánicos para terapia física.
6. Pesas para terapia física.

 Agencia de Regulación Sanitaria  @Arsa_Honduras



www.ip.gob.hn



DIRECCIÓN GENERAL DE
PROPIEDAD INTELECTUAL

REQUISITOS PARA EL **REGISTRO DE UNA MARCA**

- Poder autenticado (representante legal).
- Escritura de constitución (fotocopia autenticada).
- 20 etiquetas (2x4 pulgadas).
- Presentar solicitud en la plataforma WIPO-FILE (<https://marcas.ip.gob.hn/efiling>)
- En el término de 10 días hábiles se debe presentar toda la documentación requerida junto con la solicitud impresa, debidamente firmada, sellada y con un timbre de contratación de L. 50.00, la cual se debe entregar en la ventanilla de Propiedad Intelectual, ubicada en **Centro cívico Gubernamental, nivel 1, edificio CBC.**



www.ip.gob.hn



DIRECCIÓN GENERAL DE
PROPIEDAD INTELECTUAL

PROCEDIMIENTO PARA EL **REGISTRO DE SIGNOS DISTINTIVOS O MARCAS**

Hoja 01

- Se presenta solicitud en línea en la página www.ip.gob.hn, apartado **SOLICITUD DE REGISTRO DE MARCAS ONLINE WIPO FILE.**
- La oficina realiza búsqueda de antecedentes registrales.
- La oficina realiza examen de fondo y forma para: **verificar los requisitos y efectuar el análisis de criterios de registrabilidad.**
- Si la solicitud **NO** presenta ningún antecedente, la Dirección de Propiedad Intelectual emitirá el aviso de publicación para que posteriormente el apoderado legal realice el trámite de publicar por 3 veces consecutivas, con intervalos de 10 días hábiles entre cada publicación, en el **Diario Oficial La Gaceta.**



DIRECCIÓN GENERAL DE
PROPIEDAD INTELECTUAL

REQUISITOS PARA REGISTRAR **MARCAS MIPYMES**

- › Poder autenticado (representante legal).
- › Escritura de constitución (fotocopia autenticada).
- › 20 etiquetas (2x4 pulgadas).
- › Presentar solicitud en la plataforma WIPO-FILE (<https://marcas.ip.gob.hn/efiling>)
- › Constancia de Registro para ser beneficiario de la **Ley Decreto 48-2022** que emite SENPRENDE.
- › Fotocopia de Documento Nacional de Identificación (DNI) del apoderado legal.
- › En el término de 10 días hábiles se debe presentar toda la documentación requerida junto con la solicitud impresa, debidamente firmada, sellada y con un timbre de contratación de L. 50.00, la cual se debe entregar en la ventanilla de Propiedad Intelectual, ubicada en **Centro Cívico Gubernamental, nivel 1, edificio CBC.**



www.ip.gob.hn



ESPECIFICACIONES DE LA SOLICITUD

Número de Solicitud:

Fecha de Presentación:

Clase Internacional: 50 N/C

Modalidad:

Tipo de Signo: Olfativa

ESPECIFICACIONES DE LA DENOMINACIÓN	Logo
<input type="text"/>	<input type="text"/>

Apoderado Legal:

Sustituye Poder:

Sustituye Poder:

Sustituye Poder:

Resolución N°.: _____ de Fecha.: _____

Registro N°.: _____ Tomo N°.: _____ Folio N°.: _____

Registrador(a): _____

ORDEN DE LA SOLICITUD

<ul style="list-style-type: none"> > Solicitud > Constitución / Existencia Legal de la Empresa > Auténtica / Apostillada > Poder > Documentos Varios (Prioridad, Otros) > Etiquetas (Si vienen en hojas o en sobres detrás de la caratula del expediente) 	<ul style="list-style-type: none"> > Solicitud > Gestor Oficioso > Etiquetas (Si vienen en hojas o en sobres detrás de la caratula del expediente)
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Reiniciar Formulario
(Borrar)

Derechos reservados DIGEPIH

Imprimir Formulario
(Tamaño Oficio)


Anexo 19. Formulario de Registro usuario para plataforma WIPO FILE.

		INSTITUTO DE LA PROPIEDAD DIRECCIÓN GENERAL DE PROPIEDAD INTELECTUAL DE HONDURAS			
FORMULARIO DE REGISTRO USUARIO PARA PLATAFORMA WIPO FILE					
DATOS DEL REPRESENTANTE LEGAL					
Código de Usuario		<input type="text"/>			
Nombre de Usuario Completo		<input type="text"/>			
Número de Identificación		<input type="text"/>			
Número de Colegiación		<input type="text"/>			
Personería			Tipo de Representante		
Natural <input type="checkbox"/>		Jurídico <input type="checkbox"/>		<input type="text"/>	
Dirección	<input type="text"/>			Firma y sello	
Teléfono					
Correo Electrónico					
<p>NOTA: El formulario que se registra en Wipo File, no es de uso compartido ni transferible, solo puede ser usado por el apoderado legal que presenta la solicitud.</p> <p>OBSERVACIONES: 1.- Adjuntar copia de credencial o carnet de colegiación. 2.- Documento nacional de identidad (DNI).</p> <p>Los documentos adjuntos deben de ser a color a una calidad mínima de 300 DPI.</p> <p>El Código del usuario debe llenarse con la primera inicial del primer nombre, y la inicial del primer apellido, más el año de inscripción y el número colegiación.</p> <p>Por ejemplo: CL19001104</p>					

Anexo 20. Formulario de Búsqueda por Denominación por Marcas.


Restablecer formulario

Imprimir formulario
"Usar Papel Tamaño Oficio"



Instituto de la Propiedad
ORGANISMO DE LA REPUBLICA

INSTITUTO DE LA PROPIEDAD
DIRECCIÓN GENERAL DE PROPIEDAD INTELECTUAL
SOLICITUD DE BÚSQUEDAS DE ANTECEDENTES
REGISTRALES DE MARCAS



DIRECCIÓN GENERAL DE PROPIEDAD INTELECTUAL

N. de solicitud	Fecha de Recepción
	/ /

Datos del Solicitante:

Nombre:

Dirección:

Especificaciones del Signo:

El suscrito solicita información de antecedentes registrales conforme a las siguientes especificaciones:

BUSQUEDA POR DENOMINACIÓN	
Modalidad	Clase

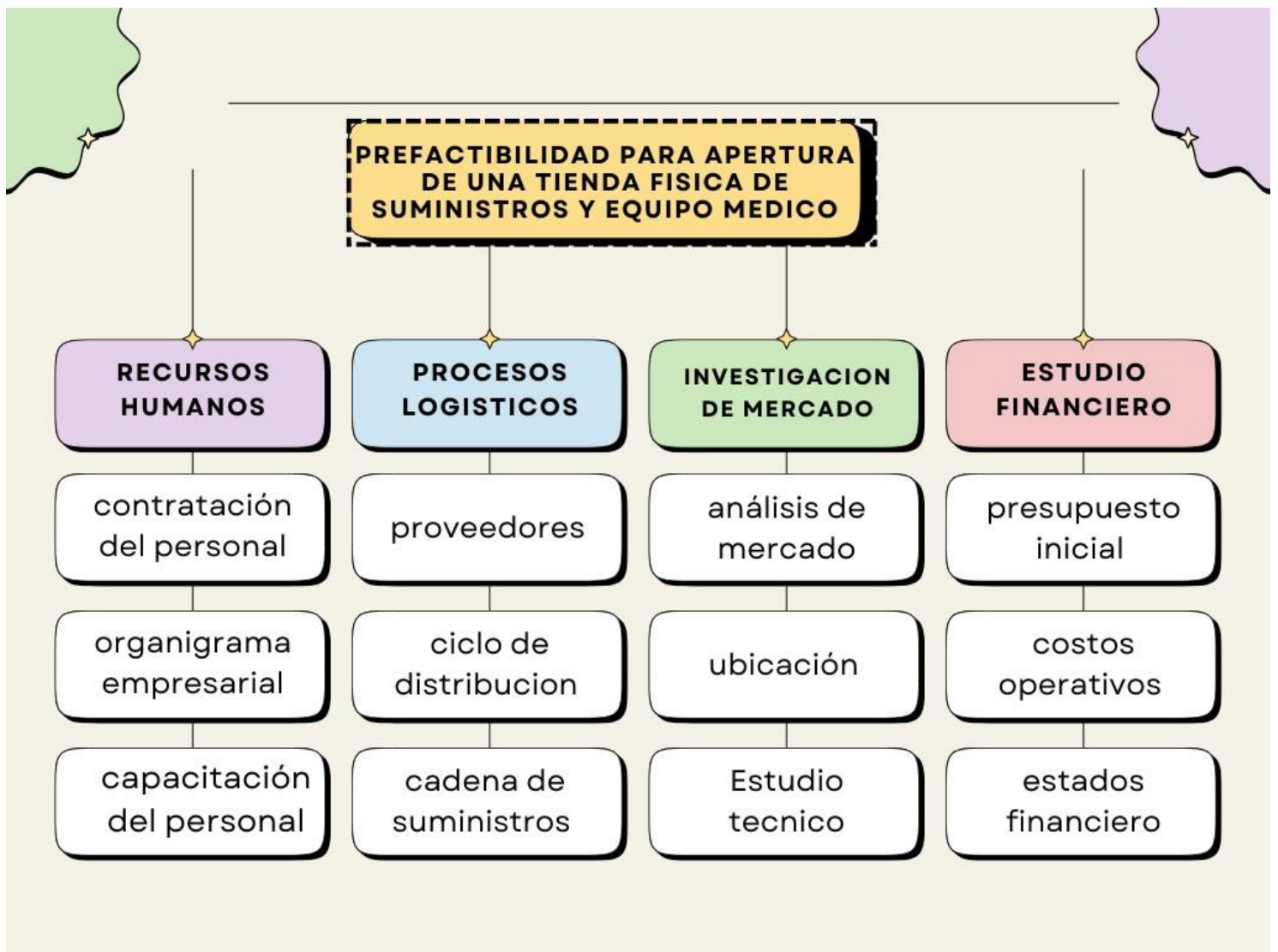
Observaciones

Declaro que estoy en conocimiento que el resultado de esta búsqueda **no** garantiza la no existencia de otra marca, lema o denominación comercial similar, ni esta información es vinculante para la oficina de registro de propiedad industrial. - **si pasados quince (15) días hábiles esta información no es reclamada por el interesado, pasara al archivo sin más trámite.**

Tegucigalpa, M.D.C.

Firma del Interesado

Anexo 22. Mapa Conceptual.



Anexo 23 Calculo de la muestra

Tamaño del universo
105

Número de personas que componen la población a estudiar

Heterogeneidad %
50

Es la diversidad del universo. Lo habitual es usar 50%, el peor caso

Margen de error %
5

Menor margen de error requiere mayor muestra

Nivel de confianza %
95

Mayor nivel de confianza requiere mayor muestra. Lo habitual es entre 95% y 99%

Muestra
83

Personas a encuestar

El resultado se lee:

Si se encuesta a **83** personas, el dato real que se busca será el **95%** de las veces en el intervalo **±5%** en relación con los datos que se observan en la encuesta.

Calcular

(Netquest, 2024)

Anexo 24. Encuesta



1. ¿Esta dispuesto a adquire con frecuencia suministros o equipos médicos? *

- Definitivamente si
- Probablemente No
- Definitivamente No
- Probablemente Sí (cuando sea necesario)

2. ¿En que medida ha comprado los siguientes tipos de equipos médicos con frecuencia? *

	Nunca	Raramente	A veces	Frecuentemente	Siempre
Productos diagnósticos(oxímetros, termómetros)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Productos terapéuticos (nebulizadores, inhaladores)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Productos de monitoreo (tensiómetros, glucómetros)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Equipos de diagnostico (ecógrafos, estetoscopios)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Equipos terapéuticos (láseres, equipos de fisioterapia)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Equipos de monitoreo (monitores de signos vitales)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

3. ¿En que medida ha comprado los siguientes tipos de suministros médicos con frecuencia? *

	Nunca	Raramente	A veces	Frecuentemente	Siempre
Instrumentos quirúrgicos (bisturís, pinzas, tijeras)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Material de suturas (hilos de sutura, agujas de sutura)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Material de protección personal (guantes estériles, mascarillas, batas)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Material de curación (Apósitos, vendas)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

4. ¿Qué factores considera más importantes al elegir un proveedor de equipos médicos? *

Seleccione como máximo 3 opciones.

- Precio
- Calidad
- Servicios Postventa
- Variedad de productos
- Disponibilidad
- Otras

5. ¿Cuál es el promedio de inversión mensual en cada compra de equipos médicos? *

- Menos de L 50,000.00
- L 50,000.00 - L 100,000.00
- L 100,000.00 - L 150,000.00
- Mas de L 150, 000.00
- Otras

6. ¿Dónde prefiere comprar sus suministros médicos?

- Tiendas físicas especializadas
- Farmacias
- Centros Comerciales
- Tiendas en Línea

7. ¿Le gustaría contar con una tienda física de suministros y equipos médicos cerca de un hospital o clínica?

- Si
- No

8. ¿Cuál es su nivel de satisfacción con sus actuales proveedores? * ⋮

	Muy Satisfecho	Satisfecho	Ni Satisfecho, Ni Insatisfecho	Insatisfecho	Muy Insa
Estoy Satisfecho con mis actuales proveedores	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

9. ¿En que medida esta de acuerdo con las siguientes afirmaciones sobre su preferencia para recibir actualizaciones sobre nuevos productos y ofertas? *

	Almente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En Desacuerdo	Totalmente en Desac
Prefiero recibir actualizaciones por Correo Electrónico.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Prefiero recibir actualizaciones a través de una Llamada Telefónica.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Prefiero recibir actualizaciones por Mensaje de Texto.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Prefiero recibir actualizaciones mediante la visita personal de un representante.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Prefiero recibir actualizaciones a través de Redes Sociales.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

10. Por favor, indique su nivel de acuerdo con las siguientes afirmaciones sobre los servicios técnicos o adicionales que considera necesarios en una tienda de suministros médicos. * ⋮

	ante de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuer
Es fundamental que la tienda ofrezca servicios de Instalación de Equipos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Es fundamental que la tienda ofrezca Mantenimiento Preventivo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Es fundamental que la tienda ofrezca Actualización de Software de Equipos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Es fundamental que la tienda ofrezca Mantenimiento y Reparación de Equipos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Es fundamental que la tienda ofrezca Asesoría Técnica.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Es fundamental que la tienda ofrezca Capacitación en el Uso de Equipos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Es fundamental que la tienda ofrezca Servicios de entrega a Domicilio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

11. ¿Consideraría útil un sistema de reserva en línea para asegurarse de que los productos médicos estén disponibles cuando los necesite?

11. ¿Consideraría útil un sistema de reserva en línea para asegurarse de que los productos médicos estén disponibles cuando los necesite? *

- Sí
- No

12. ¿Cuánto gasta aproximadamente en el mantenimiento de equipos médicos al año? * ⋮

- Menos de L. 5,000.00
- L. 5,000 - L. 10,000.00
- L. 10,000.00 - L. 30,000.00
- Mas de L. 30,000.00
- Sin costo
- Otras

13. ¿Qué tan de acuerdo esta con la siguiente afirmación sobre el servicio de entrega a domicilio? *

	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
Estoy satisfecho con la calidad del servicio de entrega a domicilio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

14. ¿Cuál es su genero? ⋮

- Hombre
- Mujer

15. ¿A cual de los siguientes grupos de edad pertenece?

- 1946 - 1964 (Baby boomers)
- 1965 - 1980 (Generación X)
- 1981 - 1996 (Generación Y o Millennials)
- 1997- 2012 (Generación Z)
- 2013 en adelante (Generación Alpha)

Anexo 24 Amortización de préstamo

MONTO SOLICITADO		400,000.00		
Cálculo de préstamos				
AÑO 1				
MESES	PAGO	INTERÉS	PRINCIPAL	CAPITAL RESIDUAL
ene-25	9,727.22	5,333.33	4,393.89	395,606.11
feb-25	9,727.22	5,274.75	4,452.47	391,153.64
mar-25	9,727.22	5,215.38	4,511.84	386,641.80
abr-25	9,727.22	5,155.22	4,572.00	382,069.80
may-25	9,727.22	5,094.26	4,632.96	377,436.84
jun-25	9,727.22	5,032.49	4,694.73	372,742.11
jul-25	9,727.22	4,969.75	4,757.47	367,984.64
ago-25	9,727.22	4,906.46	4,820.76	363,163.88
sep-25	9,727.22	4,842.19	4,885.03	358,278.85
oct-25	9,727.22	4,777.05	4,950.17	353,328.68
nov-25	9,727.22	4,711.05	5,016.17	348,312.51
dic-25	9,727.22	4,644.17	5,083.05	343,229.46
	116,726.64			
		59,956.10	56,770.54	
AÑO 2				
ene-26	9,727.22	4,576.39	5,150.83	338,078.63
feb-26	9,727.22	4,507.72	5,219.50	332,859.13
mar-26	9,727.22	4,438.12	5,289.10	327,570.03
abr-26	9,727.22	4,367.60	5,359.62	322,210.41
may-26	9,727.22	4,296.14	5,431.08	316,779.33
jun-26	9,727.22	4,223.73	5,503.49	311,275.84
jul-26	9,727.22	4,150.35	5,576.87	305,698.97
ago-26	9,727.22	4,075.99	5,651.23	300,047.74
sep-26	9,727.22	4,000.64	5,726.58	294,321.16
oct-26	9,727.22	3,924.28	5,802.94	288,518.22
nov-26	9,727.22	3,846.91	5,880.31	282,637.91
dic-26	9,727.22	3,768.51	5,958.71	276,679.20
	116,726.64			
		50,176.38	66,550.26	
AÑO 3				
ene-27	9,727.22	3,689.06	6,038.16	270,641.04
feb-27	9,727.22	3,608.55	6,118.67	264,522.37
mar-27	9,727.22	3,526.97	6,200.25	258,322.12
abr-27	9,727.22	3,444.30	6,282.92	252,039.20
may-27	9,727.22	3,360.52	6,366.70	245,672.50
jun-27	9,727.22	3,275.63	6,451.59	239,220.91
jul-27	9,727.22	3,189.61	6,537.61	232,683.30
ago-27	9,727.22	3,102.44	6,624.78	226,058.52
sep-27	9,727.22	3,014.11	6,713.11	219,345.41
oct-27	9,727.22	2,924.61	6,802.61	212,542.80
nov-27	9,727.22	2,833.90	6,893.32	205,649.48
dic-27	9,727.22	2,741.99	6,985.23	198,664.25
	116,726.64			
		38,711.69	78,014.95	

CP

CP

Anexo 25. Flujos de efectivo proyectados

SECLIMEDIC FLUJO DE CAJA PROYECTADO PERIODOS DEL AÑO 1 AL 5				
AÑO	DESCRIPCION	INGRESO	EGRESO	DISPONIBLE AL 31-12-0000
0	EFFECTIVO DISPONIBLE AÑO 0	800,000.00		800,000.00
	DEPOSITO EN GARANTIA		14,700.00	785,300.00
	PRESTAMO SOLICITADO	400,000.00		1,185,300.00
	COMPRA DE MERCADERIA (INVENTARIO)		375,000.00	810,300.00
	COMPRA DE VEHICULOS		320,000.00	490,300.00
	COMPRA DE MOBILIARIO Y EQUIPO		487,000.00	3,300.00
1	EFFECTIVO DISPONIBLE AÑO 1	3,300.00		3,300.00
	UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO SOBRE LA RENTA	216,775.62		220,075.62
	DIFERENCIA POR INVENTARIO		1,223.28	218,852.34
	PASIVOS POR PAGAR		56,770.54	162,081.80
	DEPRECIACION DEL PERIODO	67,900.00		229,981.80
2	EFFECTIVO DISPONIBLE AÑO 2	229,981.80		229,981.80
	UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO SOBRE LA RENTA	277,094.51		507,076.30
	DIFERENCIA POR INVENTARIO		15,139.22	491,937.08
	PASIVOS POR PAGAR		120,744.16	371,192.91
	DEPRECIACION DEL PERIODO	67,900.00		439,092.91
3	EFFECTIVO DISPONIBLE AÑO 3	439,092.91		439,092.91
	UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO SOBRE LA RENTA	343,823.44		782,916.36
	DIFERENCIA POR INVENTARIO		21,947.61	760,968.75
	PASIVOS POR PAGAR		147,288.58	613,680.17
	DEPRECIACION DEL PERIODO	67,900.00		681,580.17
4	EFFECTIVO DISPONIBLE AÑO 4	681,580.17		681,580.17
	UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO SOBRE LA RENTA	426,619.17		1,108,199.34
	DIFERENCIA POR INVENTARIO		26,517.98	1,081,681.36
	PASIVOS POR PAGAR		177,410.51	904,270.85
	DEPRECIACION DEL PERIODO	67,900.00		972,170.85
5	EFFECTIVO DISPONIBLE AÑO 5	972,170.85		972,170.85
	UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO SOBRE LA RENTA	534,241.31		1,506,412.16
	DIFERENCIA POR INVENTARIO		35,326.99	1,471,085.17
	PASIVOS POR PAGAR		213,864.39	1,257,220.78
	DEPRECIACION DEL PERIODO	67,900.00		1,325,120.78

ANEXO 26 Estado de Resultado proyectado por 5 años.

SUMINISTROS Y EQUIPOS CLÍNICOS MEDICOS SECLIMEDIC ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO										
DESCRIPCIÓN	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
INGRESOS DEL PERIODO	2,173,915.08		2,284,349.97		2,445,625.07		2,642,253.33		2,908,064.01	
VENTA CONSOLIDADAS	2,173,915.08		2,284,349.97		2,445,625.07		2,642,253.33		2,908,064.01	
COSTO DE VENTAS	1,147,300.33		1,264,986.25		1,335,926.68		1,421,639.74		1,535,825.84	
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	1,026,614.75		1,019,363.71		1,109,698.39		1,220,613.59		1,372,238.17	
COSTO DE OPERACIÓN	752,337.68		807,709.56		855,296.23		913,340.58		991,411.65	
COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES	48,000.00		50,400.00		53,928.00		58,242.24		64,066.46	
FRANQUICIA	25,000.00		60,000.00		60,000.00		60,000.00		60,000.00	
SERVICIOS PRIVADOS PAGADOS	30,000.00		31,500.00		33,705.00		36,401.40		40,041.54	
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	12,000.00		0.00		0.00		0.00		0.00	
IMPUESTOS VARIOS	13,115.28		13,771.04		14,735.02		15,766.47		16,870.12	
DEPRECIACION ACUMULADA	67,900.00		67,900.00		67,900.00		67,900.00		67,900.00	
MATERIAL DE EMPAQUE	6,799.80		7,139.79		7,639.58		8,250.74		9,075.82	

MATERIAL DE ASEO	7,080.00		7,434.00		7,954.38		8,590.73		9,449.80	
PAPELERÍA Y ÚTILES DE OFICINA	6,186.60		6,495.93		6,950.65		7,506.70		8,257.37	
PUBLICIDAD	6,024.00		6,325.20		6,767.96		7,309.40		8,040.34	
SERVICIOS PÚBLICOS	17,832.00		18,723.60		20,034.25		21,636.99		23,800.69	
SUELDOS, SALARIOS Y CARGA SOCIAL	336,000.00		352,800.00		377,496.00		407,695.68		448,465.25	
ALQUILER DE LOCAL	176,400.00		185,220.00		198,185.40		214,040.23		235,444.26	
UTILIDAD DESPUÉS DE LOS GASTOS DE OPERACIÓN		274,277.07		211,654.15		254,402.16		307,273.01		380,826.53
GASTOS FINANCIEROS	59,956.10		50,176.38		38,711.69		25,271.99		9,517.04	
PRODUCTOS FINANCIEROS	3,597.37	56,358.73	4,515.87	45,660.51	4,645.40	34,066.29	5,812.56	19,459.43	2,759.94	6,757.10
UTILIDAD DESPUÉS DE LOS GASTOS Y PRODUCTOS FINANCIEROS		217,918.34		165,993.64		220,335.87		287,813.58		374,069.43
IMPUESTOS SOBRE LA RENTA A PAGAR		54,479.58		41,498.41		55,083.97		71,953.39		93,517.36
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO		163,438.75		124,495.23		165,251.90		215,860.18		280,552.07

Anexo 27 Balance General Proyectado por 5 años.

SUMINISTROS Y EQUIPOS CLINICOS MEDICOS															
SECLIMEDIC															
BALANCE GENERAL PROYECTADO															
DESCRIPCION	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5		
ACTIVO															
CIRCULANTE:		607,347.80			720,211.59			888,934.09			1,098,109.06			1,360,915.50	
CAJA Y BANCOS	231,124.52			403,965.03			554,952.43			742,699.13			976,959.04		
INVENTARIO	376,223.28			316,246.56			333,981.67			355,409.93			383,956.46		
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO		739,100.00			671,200.00			603,300.00			535,400.00			467,500.00	
VEHICULO	300,800.00			281,600.00			262,400.00			243,200.00			224,000.00		
MOBILIRIO Y EQUIPO	438,300.00			389,600.00			340,900.00			292,200.00			243,500.00		
ACTIVOS DIFERIDOS		14,700.00			14,700.00			14,700.00			14,700.00			14,700.00	
OTROS ACTIVOS (DEPOSITO EN GARANTIA)	14,700.00			14,700.00			14,700.00			14,700.00			14,700.00		
SUMA ACTIVO		1,361,147.80			1,406,111.59			1,506,934.09			1,648,209.06			1,843,115.50	
PASIVO															
CIRCULANTE:		121,029.84			119,513.36			146,538.62			179,162.99			93,517.36	
PRESTAMOS POR PAGAR	66,550.26			78,014.95			91,454.65			107,209.60			0.00		
IMPUESTO SOBRE LA RENTA POR PAGAR	54,479.58			41,498.41			55,083.97			71,953.39			93,517.36		
PASIVO A LARGO PLAZO		276,679.20			198,664.25			107,209.60			0.00			0.00	
PRESTAMOS POR PAGAR A LARGO PLAZO	276,679.20			198,664.25			107,209.60			0.00			0.00		
CAPITAL CONTABLE		963,438.75			1,087,933.98			1,253,185.88			1,469,046.07			1,749,598.14	
CAPITAL	800,000.00			800,000.00			800,000.00			800,000.00			800,000.00		
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	163,438.75			124,495.23			165,251.90			215,860.18			280,552.07		
UTILIDAD ACUMULADA	0.00			163,438.75			287,933.98			453,185.89			669,046.07		
SUMA PASIVO Y CAPITAL		1,361,147.80			1,406,111.59			1,506,934.09			1,648,209.06			1,843,115.50	

