



UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTIAGO DE GUAYAQUIL

GESTION EMPRESARIAL INTERNACIONAL

PROYECTO DE GRADUACIÓN

**IMPLEMENTACIÓN DE UN CENTRO DE
DIALISIS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL
“DIALES S. A.”**

INTEGRANTES

Edison Vargas Pineda

Angel Romero Cruz

TUTOR

Cpa. Carlos Paredes

2011

AGRADECIMIENTO:

Durante el desarrollo y evolución del presente proyecto, podemos agradecer a personas fundamentales quienes han formado pilares muy importantes para llevar a buen término el proyecto.

A Dios por su infinito Amor, por la iluminación y sabiduría que nos ha dado en este trabajo

A nuestra Familia por su apoyo constante y perenne

A nuestro Tutor CPA. Carlos Paredes, quien nos ha brindado sus conocimientos y nos ha encaminado hasta el buen término del trabajo.

DEDICATORIA.

Dedicamos este trabajo a todas las personas que nos acompañaron durante el proceso de éste trabajo. A nuestros profesores, familiares, amigos y a ésta prestigiosa Universidad.

En el CAPITULO 5, se enfoca la presentación de la Compañía, en donde se explica de manera detallada su estructura, su funcionamiento y sus objetivos.

El CAPITULO 6, se demuestra gráficamente los procesos operativos y administrativos, los cuales serán implementados a partir del año 2012. Periodo en el cual se desarrollara las diferentes estrategias establecidas para el mismo.

En el CAPITULO 11, observamos el proceso financiero con un flujo efectivo a 5 años, el cual refleja que nuestro Proyecto es exitoso.

RESUMEN

En el Ecuador las estadísticas reflejan un incremento del 10, 71 % de personas que padecen o sufren del riñón, diabetes, las cuales casi en su totalidad requieren de un tratamiento obligatorio de Hemodiálisis.

Centros Privados de Hemodiálisis reciben en la actualidad pacientes que provienen del IESS y del MIES, los cuales son derivados ya que no cuentan con la capacidad instalada para la atención de los afiliados. Aquí se encuentra el gran mercado el cual vamos a captar.

Las políticas de Diales S.A. se basan en brindar una atención hospitalaria de calidad, implementando constantemente tecnología de punta junto con la mano de obra calificada y capacitada, basados siempre en las normas de salud internacionales convirtiéndose en una compañía con éxito reconocida localmente.

La ventaja competitiva de nuestro negocio se basa en brindar educación nutricional a los pacientes y a sus familiares, así contribuimos con la sociedad mejorando la calidad de vida de los usuarios.

SUMMARY

In Ecuador, the statistics reflect an increase of 10, 71% of people who suffer from kidney disease, diabetes, which almost all require a compulsory treatment of hemodialysis.

Private hemodialysis centers currently receive patients from the IESS and the MIES that are sent to others medical private centers because those institutions do not have the enough capacity to care their affiliates. This is our potential market which we will capture.

DIALES S.A. policies are based on providing quality patient care, consistently implementing technology with skilled labor and trained, always based on international health standards becoming a successful company recognized locally.

The competitive advantage of our business is based on providing nutrition education to patients and their families and contributes to society by improving the quality of life of users.

SOMMAIRE

En Équateur, les statistiques reflètent une augmentation de 10, 71% des personnes qui souffrent ou qui souffrent de maladie rénale, le diabète, qui presque tous exigent un traitement obligatoire de l'hémodialyse.

Centres d'hémodialyse privés reçoivent actuellement des patients de la IEES et du MIES, qui sont dérivés parce que n'ont pas la capacité de prendre soin de membres. Alors le grand marché où nous allons entrer.

Les politiques de DIALES SA sont basés sur la qualité des services, en utilisant la technologie contentement, et aussi avec les travailleurs qualifiés et formés.

Le centre mise en place des normes internationales de santé et devient une entreprise à succès reconnus localement.

L'avantage concurrentiel de notre activité est basée sur l'éducation nutritionnelle pour les patients et leurs familles et contribuer à la société en l'améliorant la qualité de vie des utilisateurs.



GESTION EMPRESARIAL INTERNACIONAL

IMPLEMENTACION DE UN CENTRO DE DIALISIS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL “DIALES S.A.”



ALUMNOS:

EDISON VARGAS PINEDA

ANGEL ROMERO CRUZ

ASESORES:

CPA. CARLOS PAREDES (INTERNO)

ING. VERONICA ORTIZ H. (EXTERNO)

GUAYAQUIL, 18 DE NOVIEMBRE DEL 2011

INDICE DE CONTENIDO

CAPITULO 1

1. Introducción.
2. Análisis del Entorno.
3. Análisis Político, Económico, Social y Tecnológico. PEST.

CAPITULO 2

2. Justificación
 - 2.1. Validación del Mercado.
 - 2.1.1. Tamaño del mercado.
 - 2.1.2. Crecimiento del mercado.
 - 2.1.3. Segmento del mercado.
 - 2.1.4. Ciclo de vida del producto.
 - 2.1.5. Análisis de la competencia.
 - 2.1.6. Sustitutos.
 - 2.2 FODA

CAPITULO 3

3. Objetivos
 - 3.1. Objetivo General.
 - 3.2. Objetivos específicos
 - 3.3. Estrategias por objetivos

CAPITULO 4

4. Marco teórico
 - 4.1. Definición del servicio del negocio
 - 4.2. Definición de políticas de la empresa

CAPITULO 5

5. Presentación del Centro de Diálisis “DIALES S.A.”
 - 5.1. Selección del nombre del centro de Diálisis
 - 5.2. Imagen Diales

- 5.3. Visión
- 5.4. Misión
- 5.5. Modelo de las 4P's
- 5.6. Estructura organizacional, funciones de empleados
- 5.7. Implementación de Normas y Guías de Control
- 5.8. Posicionamiento en el Mercado
- 5.9. Capacitaciones
- 5.10. Alianzas estratégicas y Ventajas Competitivas

CAPITULO 6

- 6. Gráficos
- 6.1. Cronología de Actividades Operativas
- 6.2. Cronología Objetivos

CAPITULO 7

- 7. Conclusiones

CAPITULO 8

- 8. Recomendaciones

CAPITULO 9

- 9. Bibliografía

CAPITULO 10

- 10. Financiero

CAPITULO 11

- 11. Anexos.

CAPITULO 1

1. Introducción

La planeación de la creación de un centro de Diálisis en la ciudad de Guayaquil sería de suma importancia tanto a nivel Empresarial así como en lo social. Debido al estudio que nos muestra el análisis de tamaño y crecimiento del mercado, contamos con un tamaño muy grande y a su vez la gran necesidad de la creación de este tipo de centro debido al porcentaje de pacientes que lo requieren. Este porcentaje va en aumento según las estadísticas y los reportes que se muestran en los periódicos del país.

Por estas razones hemos decidido que la implantación de un centro de diálisis es viable ya que no existen factores que indiquen que este proyecto se encuentra saturado en el mercado, al contrario existe demanda insatisfecha.

2. Análisis del Entorno:

En esta sección examinamos los principales factores que determinan el entorno del instituto. Entre estos factores destacamos: características y potencial del mercado, competencia y comparación con institutos que brindan servicios similares, tecnología, marco regulatorio, en sus categorías según el PEST.

3. Análisis Político, Económico, Social y Tecnológico.

POLITICO (Conociendo legislación Vigente): Existen varias legislaciones vigentes que intervienen directamente en el accionar de las instituciones privadas, de las cuales podemos rescatar las siguientes:

A inicio de cada año el Ministerio de finanzas determina dentro del presupuesto general del Estado, una partida presupuestaria que favorece a las adquisiciones de insumos farmacéuticos para casos de hemodiálisis, esto beneficia al plan de inversión en nuestra institución.

ECONOMICO (Conociendo el mercado): Según la información de un Centro de Diálisis tenemos que una sesión de hemodiálisis tiene un costo aproximado de \$100. Ahora es muy importante conocer también las veces que un paciente tiene que realizarse la hemodiálisis, es decir si hablamos de un paciente con las siguientes características de 3 veces por semana, tendríamos: 3 x \$80: \$240 semanal x 4:\$ 960 x 12 meses: \$11.520 anual por un cliente.

SOCIAL (Conociendo a nuestros Campo): El Centro de Hemodiálisis está expresamente diseñado para el confort del paciente mientras se realiza su terapia, con excelencia en máquinas o riñones artificiales, con planta de tratamiento de agua, insumos para la terapia de Diálisis acorde a estándares internacionales.

Contamos con especialistas en cada una de las ramas necesarias para el Tratamiento Integral, como lo son: Nefrólogos, Médicos Internistas,

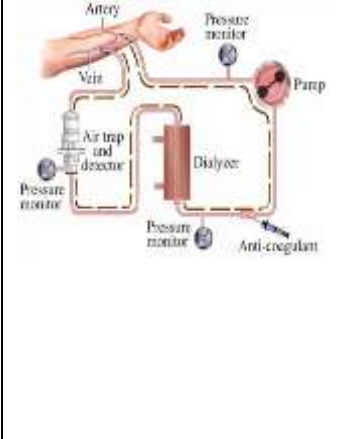
Nutricionistas, Psicóloga Clínica y Trabajadora Social; así como personal administrativo comprometido en la atención y el servicio que requieren los pacientes con esta enfermedad.

Actualmente a nivel de la Provincia del Guayas no existen más de 7 Instituciones especializadas y reconocidas que se encargan de brindar este servicio, como lo son: Clínica del Riñón, Sur Pasal, Dial Ríos, Farmadial, Iedyt, Soldial, San Martín, Unidial.

TECNOLOGICO (Conociendo la tecnología): Consideramos a la tecnología como un factor de importancia en el desarrollo de nuestro Proyecto.

De esta manera presentamos al equipo de hemodiálisis:

	<p>Equipo Completo de Hemodiálisis.</p>	<p>Le presentamos al equipo completo en donde nuestro paciente hará uso de nuestra maquina de hemodiálisis para el lavado de sangre según lo indica su tratamiento.</p>
	<p>Maquina de hemodiálisis</p>	<p>Se encarga del proceso de lavado de sangre del paciente, es decir recoge la sangre mala del paciente y la cambia por una sangre totalmente sana para el mismo.</p>

	<p>Funcionamiento</p>	<p>Explica el proceso de la hemodiálisis, en donde el paciente se encuentra conectado a nuestra maquina con una entrada y salida de sangre para el respectivo lavado de la misma.</p>
---	-----------------------	---

CAPITULO 2

2. Justificación

La creación de un nuevo centro de diálisis en la ciudad de Guayaquil cumpliendo las regulaciones más exigentes de funcionamiento y apoyándose en principios basados en la responsabilidad y ética social; generarán beneficios a los pacientes que requieren de este servicio. Pensando siempre en el bienestar del paciente, el valor agregado será un régimen nutricional que ayudará la salud del paciente, sin que le genere un costo superior al del mercado.

El talento humano totalmente calificado y capacitado constantemente en foros y cursos nacionales e internacionales, en materia del campo medico y en servicio hospitalario; creará un ambiente de fidelidad con el paciente, ya que siempre querrá volver.

2.1 Validación del Mercado

2.1.1 . Tamaño del Mercado

Para determinar el tamaño del mercado, se consideran los siguientes datos estadísticos relevantes en la evolución de la enfermedad en la sociedad ecuatoriana: el 5% de los ecuatorianos tienen problemas que afectan a su riñón; y de este porcentaje el 40% del mercado requiere de un tratamiento de diálisis; se realiza el siguiente cálculo:

La población total del país por el porcentaje que padece de enfermedades que afectan al riñón:

TAMAÑO DEL MERCADO		
Habitantes Del Ecuador	Problemas de Azúcar	Mercado
14000000	4%	560000

Pacientes detectados	Pacientes, requieren diálisis	Mercado
560000	40%	224000

Pacientes Diálisis	Costo por Tratamiento	Tamaño del Mercado
224000	\$ 80	\$ 17.920.000

Una vez determinada la muestra de pacientes detectados con esta enfermedad; se determina el número exacto de los que requieren servicios de Hemodiálisis. Se determina el tamaño del mercado en valores colocando un costo promedio.

2.1.2. Crecimiento del mercado.

Según un último estudio efectuado en el año 2010, se registran un número de 610000 casos de pacientes que presentan problemas de azúcar en el Ecuador:

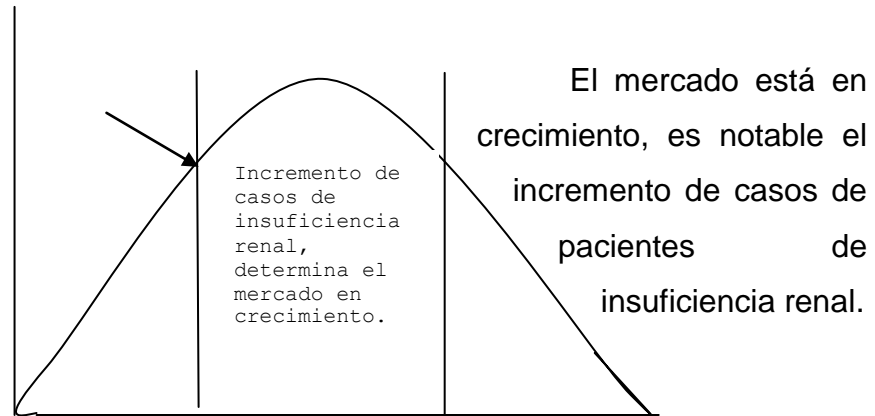
CRECIMIENTO DEL MERCADO			
AÑO	CASOS	CASOS DIALISIS	TAMAÑO
2009	560000	40%	224000
2010	610000	40%	244000
		CASOS	20000
		(Incremento)%	10,71

2.1.3 . Segmento del mercado.

Hombres y mujeres que padecen de problemas de diabetes, detectados mediante el nivel de glucosa en la sangre, estos pueden ser:

SEGMENTACION DEL MERCADO				Pacientes Particulares	Pacientes por Mies/less
Habitantes En el Ecuador	14000000	(Insuficiencia renal) 4%	560000	Precio convenido a particulares \$80	Precio establecido por el Estado \$100
Pacientes insuficiencia renal	560000	(Dependientes de diálisis) 40%	224000		

2.1.4. Ciclo de vida del producto.



2.1.5. Análisis de la competencia.

Al momento en la provincia del Guayas no existen suficientes centros de Diálisis que cubran la demanda del mismo, según lo investigado tenemos los siguientes centros existentes:

Clínica del Riñón, Sur Pasal, Dial Ríos, Farmadial, Iedyt, Soldial.

2.1.6. Sustitutos.

Entre los sustitutos del servicio son: Centro Nutricional y Cuidado personal.

2.2. FODA

Fortalezas:

- **Bajo costo**, tras la implementación de tecnología de punta y una amplia gama de instrumentos médicos esterilizados se logran optimizar costos operativos; disminuyendo el costo de tratamiento.
- **Responde a necesidades concretas**, al ser un centro especializado en cuidado del riñón, cumpliendo las normativas internacionales que certifican un servicio de calidad y humanidad.
- **Alta confiabilidad** en la precisión al momento de realizar la hemodiálisis gracias a nuestro equipo capacitado constantemente.
- **Características únicas online**: mediante la conexión a Internet, se logra la transmisión automática de información a través de la red, permitiendo llenar bases de datos fácilmente de nuestras pacientes, así como emitir informes para la historia clínica tras un simple click.
- Considerando el tiempo de nuestros pacientes y para ofrecer un mejor servicio se pueden coordinar citas médicas mediante la Web.

Oportunidades:

- **Escasa competencia**, al ser el posible sexto en el mercado con estas características, las oportunidades de ser líderes son máximas. Si bien hay servicios sustitutos, estos no son iguales en

cuanto a beneficios ofrecidos. Es de destacar que esta oportunidad es más marcada a nivel nacional.

- **Emprendimiento nacional.** El mercado interno, nos impulsa con altas posibilidades de crecer no solo localmente si no a nivel de provincias.
- **Uso alternativo.** Si bien no hemos desarrollado otros servicios a partir de éste, las características propias del mismo indican que lo puede tener. Por ejemplo utilizando un abanico más amplio para pacientes que no necesiten de la hemodiálisis si no de controlar sus+ cuidados a base de insulina, control en su alimentación, chequeos mensuales, etc.
- **Necesidad latente en el mercado.** Implica que le darnos a conocer en el mercado, puede despertar el interés en clientes que no estaban conscientes de la necesidad o existencia de este servicio debido al alto índice de mortalidad e incremento que existe en nuestro medio.

Debilidades:

- **Poco posicionamiento en el mercado,** debido a ser una institución relativamente nueva.
- **No tener imagen** de marca o servicio no conocido. No se demanda algo que no se conoce.
- **Equipos importados,** tecnología de punta.
- **Desconocimiento del mantenimiento** de los equipos adquiridos .

Amenazas

- **Surgimiento de otro instituto de diálisis**, con las características del nuestro y alguna ventaja adicional, ya que no aparece como un producto patentado en nuestro país.
- **Restricciones legales**, tenemos que al ser una institución de carácter privado, no recibe el soporte/apoyo necesario por parte del Gobierno vigente.
- **Ya existen instituciones** que cumplen una función similar y que están incrementando su capacidad de atención (ver competencia).
- **La creación nuevas Instituciones publicas** que ofrezcan este servicio completo.

CAPITULO 3

3. Objetivos

3.1. Objetivo General

Brindar servicios de salud de óptima calidad, confiable y oportuna, que garanticen una adecuada atención humana; basado en altos niveles tecnológicos científicos con la finalidad de satisfacer las necesidades y expectativas de nuestros afiliados y su grupo familiar en un ambiente agradable, en excelentes condiciones.

3.2. Objetivos específicos

- A.** Difundir e implementar las normas y guías de control y prevención de diabetes a pacientes (imagen empresarial).
- B.** Llegar a ser localmente conocida como una Institución de Prestigio (posicionamiento en el mercado).
- C.** Contar con el personal altamente adecuado para el correcto funcionamiento los 365 días del año (Capacitación del personal).
- D.** Reorientar los servicios de salud en la calidad de atención, diagnóstico, prevención, promoción y tratamiento de los enfermos (Ventaja competitiva).
- E.** Masificar y consolidar los convenios con las autoridades de Salud Pública siendo los beneficiarios los pacientes asegurados al IESS (Alianzas estratégicas).

3.3. Estrategias por objetivos

A continuación se detallan las estrategias que se implementarán por cada objetivo específico:

- A.** Capacitación a pacientes de las Normas y Guías para la prevención y Control de las Enfermedades mediante Instituciones públicas como el Ministerio de Salud.

- B.** La participación en las comunidades es de vital importancia mediante ferias, campañas, medios masivos de comunicación, instituciones educativas, hospitales.

- C.** Fomentar la cultura de investigación científica, incursionar en seminarios para el personal de la Institución, de manera que se encuentre a la vanguardia de la tecnología y avances médicos.

- D.** A más de brindar el servicio de Hemodiálisis, llegar a ser el mejor aliado en todo su tratamiento desde la detección de la enfermedad en todas sus etapas, de esta manera seremos completos en todo a lo que se refiere el tratamiento.

- E.** Establecer convenios con el gobierno a fin de poder atender a los pacientes asegurados y de esta manera tener una cartera muy fuerte de pacientes para nuestra Institución.

CAPITULO 4

4. Marco teórico

El presente tema tiene por objetivo exponer y además analizar teorías que permitirán respaldar el estudio de la tesis y conocer a profundidad los principios del negocio.

En las últimas décadas, el tratamiento renal sustitutivo llamado Hemodiálisis ha tenido un incremento considerable, generando grandes demandas de recursos económicos y centros de atención, convirtiéndose en un desafío para los sistemas de salud. Siendo ésta una necesidad primordial entre los ciudadanos se ve la oportunidad de llegar a ellos por medio DIALES S.A., satisfaciendo la demanda que ésta genera día a día

a tal punto que entidades Gubernamentales se hayan visto en la necesidad de establecer alianzas con Centros privados para la satisfacción de la demanda.

Según palabras de la Srta. Alicia Marini Directora del Centro de Diálisis Fresenius Hospital Alemán, compartió la siguiente frase: que la diálisis no es ese obstáculo que nos impide vivir una vida “normal”, o por lo menos como la que teníamos antes del tratamiento. No, es al revés: **la diálisis es, precisamente, eso que nos posibilita continuar con nuestra vida y hacer todo lo que estemos haciendo**. Porque, y esto tendemos a olvidarlo, **si este tratamiento no existiera estaríamos muertos**; siguiendo el pensamiento de la Srta. Alicia, nos encontramos totalmente de acuerdo con su pensar, ya que gracias al tratamiento podemos extender la vida de los pacientes y brindarle una mejor calidad de vida a los mismos, <http://diariodedialisis.wordpress.com/>.

A su vez es importante recalcar que la Ingeniera Verónica Ortiz, Gerente de Unidial; compartió con nosotros sus experiencias y vivencias durante toda su administración. Siendo así una información muy importante al conocer las fortalezas y debilidades de nuestro Competidor directo a su vez de conocer las instalaciones de dicho Centro de Diálisis. Al intercambio de palabras con la Ingeniera Verónica surgieron ideas innovadoras para la implementación en Diales S.A. tales como una nueva nutrición al paciente y la coordinación online del mismo.

4.1. Definición del servicio del Negocio

La diálisis es una alternativa de tratamiento cuando el deterioro de la función renal se hace irreversible es ahí en donde entre en funcionamiento la Hemodiálisis. Es el proceso de sangre extraída del paciente a través de un acceso vascular apropiado y bombeada al dializador, donde la sangre se pone en contacto con el dializador (mezcla



de agua generalmente purificada por ósmosis inversa y un concentrado de electrolitos), el cual se encuentra bajo presión negativa en relación con el comportamiento de la sangre.

4.2. Definición de Política de Calidad

Nuestro compromiso es brindar un excelente servicio ligados a estándares internacionales de calidad a pacientes con insuficiencia renal crónica, siempre en la busca de la satisfacción del paciente/cliente. Manteniendo la mejora en los procesos y en los servicios ofrecidos por la Compañía.

CAPITULO 5

5. Presentación del Centro de Diálisis “DIALES S.A.”.

A continuación se desarrolla la implementación del centro de diálisis, según el estudio de mercado se determina el lugar, nombre, entre otros:

5.1. Selección del nombre y slogan del centro de Diálisis

Se determina que el centro debe tener un nombre empresarial, con una imagen fuerte y consolidada; que perdure en la imagen del consumidor, fácil de recordar y memorizar: “DIALES”.

El slogan es: “Ofrecemos lo mejor para cuidarte”, siendo este el lema principal de la empresa, demostrando el interés del bienestar hacia los pacientes.

5.2. Imagen Diales S.A.



Estamos junto a ti para brindarte lo mejor.

Brindamos a todos nuestros pacientes un servicio integral, junto a la mejor tecnología y asesoría médica para cuidar su salud.

- Asistencia personalizada y vía telefónica
- Consultas y chequeos especializados.
- Servicio de Hemodiálisis.



Diales
Ofrecemos lo mejor para cuidarte

Dirección: Cda. Kennedy Vieja Mz 7, V27.
Telf.: 2-210411 • 2-240412
www.diales.com

5.3. Visión

Ser un Centro de hemodiálisis muy reconocido a nivel nacional e internacional, convirtiéndonos en tu mejor opción al cuidado de tu riñón, contando siempre con nuestro staff de profesionales y buenos amigos

5.4. Misión

Brindar un tratamiento de Hemodiálisis integral teniendo como aliado principal la investigación científica y desarrollo del mismo a fin de poder satisfacer las necesidades de nuestros pacientes.

5.5. Modelo de las cuatro Ps.

Producto:

El servicio ofrecido al paciente es completo de acuerdo a sus necesidades, ya sea por Hemodiálisis o por simple control del mismo. La asistencia ofrecida será personalizada y telefónica con el motivo de coordinar horas o citas para su respectivo chequeo o tratamiento. A su vez es importante ofrecerle al paciente un ambiente muy agradable con el confort necesario para el mismo. Instalando dentro de las salas un sistema de música o de televisión pagada.



Precio:

El precio de nuestro servicio iría colocado de acuerdo al valor que nos arroje el mercado, teniendo en cuenta no afectar a nuestro punto de equilibrio y costos.

De esta manera seríamos competitivos ofreciendo un servicio calificado. Según entrevistas con personas que sufren de este mal tenemos que por cada sesión de hemodiálisis está valorado en \$80 dólares americanos. El cual nosotros en las entrevistas podríamos determinar el verdadero valor con el que podríamos lanzar nuestro proyecto al mercado.

Plaza:

Estaría localizado estratégicamente en donde el mercado no se haya explotado o se encuentre algún competidor cercano a nosotros; por lo tanto se ubicará en la zona centro–norte de la ciudad por la ciudadela Kennedy, zona la cual esta de fácil acceso y ubicación.

Tomando en cuenta a su vez la demografía de la misma, las avenidas son amplias y sus calles son transitadas por diferentes líneas de buses urbanos.

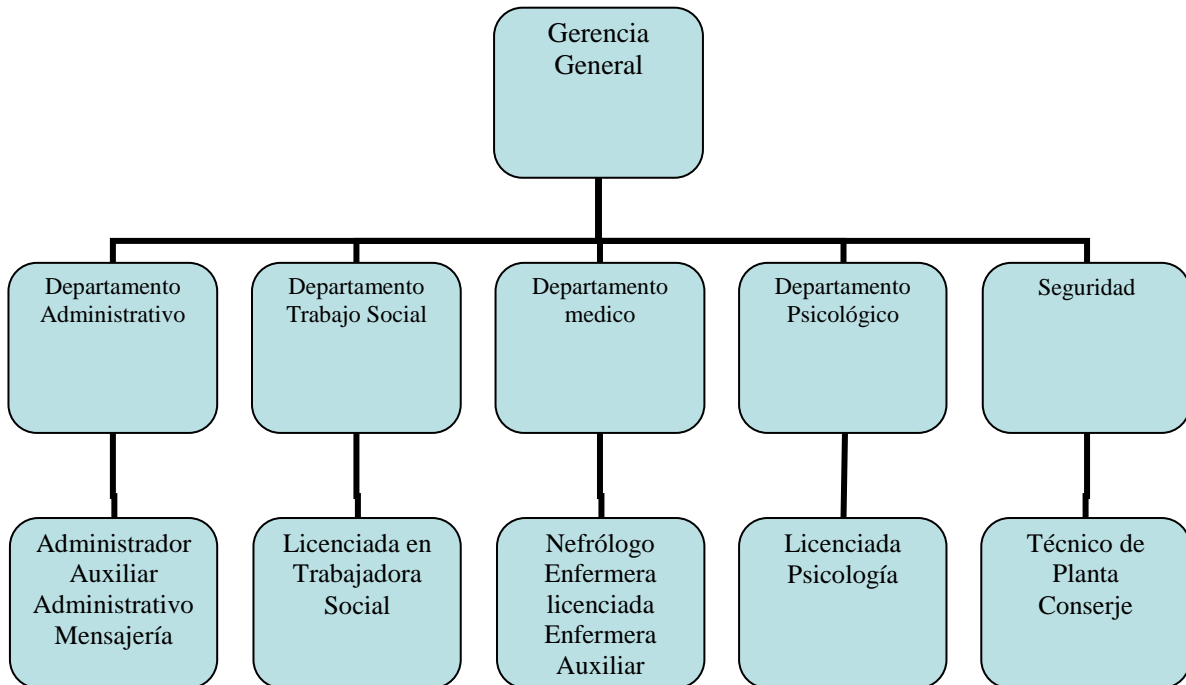


Promoción:

La promoción en los servicios puede ser realizada a través de tres formas tradicionales, de tal manera de poder influir en las ventas de los servicios como productos; estos son:

- a) Publicidad: definida como cualquier forma pagada de presentación no personal y promoción de servicios a través de un individuo u organización determinados (medios de comunicación).
- b) Venta personal: definida como la presentación personal de los servicios en una conversación con uno o más futuros pacientes con el propósito de realizar sus tratamientos con nosotros.
- c) Promocional: crear paquetes promocionales de chequeos o tratamientos con descuentos, de esta manera se capturaría clientes y la mejor publicidad es la de boca en boca.

5.6. Estructura organizacional



Funciones asignadas por departamentos:

Administrador- Egresado-Profesional: El deberá conducir la labor de la organización en pos de la consecución de los objetivos propuestos, por tal, él debe liderar la operatoria y llevar el control general de Diales en conjunto con G.G. a su vez se encargara de definir Recursos para el desarrollo y manejo de Diales. Siendo este un pilar muy importante dentro la Empresa y velando por la seguridad de la misma.

Auxiliar de Administración-Egresado: Seria la mano derecha del administrador, que en ausencia de la misma asumirá el rol de éste y lo ayudara en las diferentes situaciones que se le presenten.

Mensajera-Egresado: Seria la persona encargada de realizar las encomiendas pagos y/o depósitos que Diales solicite.

Trabajadora Social-Egresada-Profesional: Sería la persona encargada de coordinar y pactar diferentes negociaciones beneficiosas para Diales en cuanto a la obtención de más pacientes. Es decir Trabajo social busca y aplica métodos, técnicas y procedimientos de trabajo que ofrezcan la posibilidad de buenos rendimientos en extensión y profundidad (cuantía y calidad técnica), también potencializar los recursos para proporcionar calidad y calidez al cliente.

Nefrólogo-Profesional-Doctorado: El especialista que supervisara y chequeara a los pacientes de la sala a fin de llevarle una Historia Clínica al mismo.

Licenciada en Enfermería-Egresada-Profesional: Será la persona fija en la sala de Hemodiálisis quien llevara el control de los pacientes y se regirá bajo la supervisión del Nefrólogo.

Auxiliar de Enfermería-Egresada: Sería la persona quien ayude en Sala a la licenciada con los pacientes en atenderlos, tomarles la presión, ayudarlos en lo que en su momento lo necesiten.

Licenciada en Psicología-Egresada-Profesional: Sería la persona que dará atención a pacientes y familiares de este a fin de brindarle un ambiente de confianza y agradable para estos.

Seguridad: Personal de seguridad para la Empresa

Técnico de Planta-Profesional: Sería la persona que se encarga de darle mantenimiento a las maquinas y estar pendiente de las mismas,

Conserje-Egresado: Será la persona encarga del paso de los clientes y personas al establecimiento.

5.7. Implementación de Normas y Guías de Control

Es decir brindar a los pacientes charlas de prevención de su enfermedad de manera que nuestro Instituto muestre su preocupación en la salud de nuestros pacientes. De manera que fomentamos el marketing llamado de boca a boca entre nuestros pacientes.

5.8. Posicionamiento en el Mercado

DIALES S.A. estará presente en diversas ferias, exposiciones y medios de comunicación. En donde por medio de estas vías nos daremos a conocer como Institución. Además del impacto visual que podamos causar con nuestros logotipos y demás con el fin de captar la atención del cliente.

5.9. Capacitaciones

Educar al personal de manera frecuente a través de seminarios, capacitaciones, lo cual nos servirá para ser mucho más competitivo con respecto al personal de otras Instituciones, en donde los únicos beneficiados de manera directa serian nuestros pacientes.

5.10. Alianzas estratégicas y Ventajas Competitivas

La idea de realizar alianzas estratégicas va específicamente al sector gubernamental. Debido al exceso de pacientes que cada vez son más los que necesitan de hemodiálisis, el IESS se ha visto en la necesidad de crear convenios con estas Instituciones privadas a fin de poder asistir a estos pacientes. Es una oportunidad bastante grade la cual se debe aprovechar ya que podríamos fijar una cartera de clientes muy buena para nuestra institución y así seguir siendo competitivos y reconocidos por nuestro servicio y labor.

CAPITULO 6

6. Gráficos

6.1. Cronología de Actividades Operativas

			CRONOLOGIA ACTIVIDADES OPERATIVAS											
			2012						2013					
ENCARGADO	ACTIVIDAD	CARACTERISTICAS	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY
Financiero	Selección de local	Sector Norte (Kennedy)	X	X										
Mercadeo	Adecuación del local	Muebles, señaléticas			X	X								
Sistemas	Implementación de equipos	equipos de diálisis				X								
Dep. Legal	Permisos de funcionamiento	Municipio, bomberos, etc	X	X	X									
Recursos Humanos	Contratación del personal	Doctores administrativos	X	X	X									
Sistemas	Sistema Operativo	PC's, Software					X	X	X					

Como podemos observar en el cuadro, empezamos con la búsqueda del espacio físico para el funcionamiento del mismo seguido de la adecuación

del local, implementación de equipos, permisos operacionales, contratación del personal e implementación del sistema Operativo.

6.2. Cronología Objetivos

OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECIFICOS	META	ACTIVIDAD	CRONOLOGIA AÑO 2013 OBJETIVOS														
				ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC			
Brindar servicios de salud de óptima calidad, confiables y oportunos, que garanticen una adecuada atención humana.	Implementación de normas y guías de control	Prevencion, educacion alimenticia	* Charlas * Casas abiertas * Exposiciones	→	→													
	Posicionamiento en el mercado	Lider en el mercado	* Ferias * Medios de Comunic.	→	→												→	
	Capacitación del personal	Ser competitivos	* Seminarios * Capacitacion	→							→						→	
	Ventaja competitiva en servicios al paciente	Diversificacion de servicios	Servicio de Calidad (Buzon de sugerencias)															→
	Alianzas estratégicas	Incrementar ingresos	Crear convenios con el IESS															→
																		→

En este plan de acción tenemos como finalidad cumplir con los objetivos estratégicos dentro del primer año de operación de Diales S.A. Cada objetivo esta dado por fecha de cumplimiento.

CAPITULO 7

7. Conclusiones

Concluimos que la Implementación de un Centro de Diálisis en la ciudad de Guayaquil seria de gran ayuda a la sociedad y ayudaría a cubrir la demanda existente en el mercado. Siendo un proyecto con responsabilidad social y cuidando el impacto ambiental cumple con las exigencias del Gobierno Nacional actualmente. A su vez su compromiso esta dado con sus pacientes en brindarle el mejor servicio y atención.

CAPITULO 8

8 Recomendaciones

Diales S.A. en el mercado ecuatoriano será la entidad que ayude a cubrir la demanda de los pacientes de Hemodiálisis. Así también de brindar un servicio altamente capacitado y amigable a sus pacientes y amigos. Es decir Diales S.A. se encuentra al 100% a la prestación de sus servicios de la manera más profesional y humana, siempre pensando en lo mejor para usted.

CAPITULO 9

9 Referencia Bibliográficas

- Ing. Verónica Ortiz Gerente Propietaria Unidial
- http://www.kidney.org/atoz/pdf/hemodialysis_sp.pdf
- Compañía BAXTER UIO :
http://www.careers.baxter.com/es/about_us/latin_america.html
- IESS, información de Diario: http://www.elcomercio.com/sociedad/IESS-contara-nuevo-centro-dialisis_0_527347304.html
- IESS, vigilancia a centros de Diálisis:
http://www.elcomercio.com/sociedad/IESS-vigila-centros-hemodialisis_0_535746469.html
- Trabajo en Campo (visitas diferentes Centros de Diálisis en la Ciudad de Guayaquil).

CAPITULO 10

10 Financiero.

INVERSION INICIAL				
Concepto	Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
	MAQUINARIAS	16	\$ 12.000,00	\$ 192.000,00
	MUEBLES Y ENSERES			\$ 10.000,00
	EQUIPOS DE COMPUTACION	6		\$ 6.000,00
	VEHICULO	1	\$ 17.000,00	\$ 17.000,00
	CAPITAL DE TRABAJO			\$ 10.000,00
TOTAL INVERSION INICIAL		23	\$ 29.000,00	\$ 235.000,00

COMPOSICION DE INVERSION	
PRESTAMO A BANCOS	\$ 150.000,00
APORTACIONES SOCIOS	\$ 85.000,00

TABLA DE AMORTIZACION					
CAPITAL		150.000,00			
TASA		15,35%		TASA 1,28% MENSUAL	
PLAZO EN ANOS		3 AÑOS			
PAGOS MENSUALES DECRECIENTES		5.225,55			
GRACIA 0					
<u>AÑOS</u>	<u>PERIODOS</u>	<u>CAPITAL</u>	<u>INTERES</u>	<u>PAGO</u>	<u>SALDO</u>
2011	0				150.000,00
	1	4.166,67	-	6.085,42	145.833,33
	2	4.166,67	1.865,45	6.032,12	141.666,67
	3	4.166,67	1.812,15	5.978,82	137.500,00
	4	4.166,67	1.758,85	5.925,52	133.333,33
	5	4.166,67	1.705,56	5.872,22	129.166,67
	6	4.166,67	1.652,26	5.818,92	125.000,00
	7	4.166,67	1.598,96	5.765,63	120.833,33
	8	4.166,67	1.545,66	5.712,33	116.666,67
	9	4.166,67	1.492,36	5.659,03	112.500,00
	10	4.166,67	1.439,06	5.605,73	108.333,33
	11	4.166,67	1.385,76	5.552,43	104.166,67
	12	4.166,67	1.332,47	5.499,13	100.000,00
SUBTOTAL		50.000,00	19.507,29	69.507,29	-
2012	13	4.166,67	1.279,17	5.445,83	95.833,33
	14	4.166,67	1.225,87	5.392,53	91.666,67
	15			5.339,24	

		4.166,67	1.172,57		87.500,00
	16	4.166,67	1.119,27	5.285,94	83.333,33
	17	4.166,67	1.065,97	5.232,64	79.166,67
	18	4.166,67	1.012,67	5.179,34	75.000,00
	19	4.166,67	959,38	5.126,04	70.833,33
	20	4.166,67	906,08	5.072,74	66.666,67
	21	4.166,67	852,78	5.019,44	62.500,00
	22	4.166,67	799,48	4.966,15	58.333,33
	23	4.166,67	746,18	4.912,85	54.166,67
	24	4.166,67	692,88	4.859,55	50.000,00
SUBTOTAL		50.000,00	11.832,29	61.832,29	-
2013	25	4.166,67	639,58	4.806,25	45.833,33
	26	4.166,67	586,28	4.752,95	41.666,67
	27	4.166,67	532,99	4.699,65	37.500,00
	28	4.166,67	479,69	4.646,35	33.333,33
	29	4.166,67	426,39	4.593,06	29.166,67
	30	4.166,67	373,09	4.539,76	25.000,00
	31	4.166,67	319,79	4.486,46	20.833,33
	32	4.166,67	266,49	4.433,16	16.666,67
	33	4.166,67	213,19	4.379,86	12.500,00
	34	4.166,67	159,90	4.326,56	8.333,33
	35	4.166,67	106,60	4.273,26	4.166,67
	36	4.166,67	53,30	4.219,97	0,00
SUBTOTAL		50.000,00	4.157,29	54.157,29	-
TOTALES		150.000,00	39.405,00	189.405,00	

CUADRO DE INGRESOS MENSUAL							
ATENCION MENSUAL DE PACIENTES							
EQUIPOS	TURNO S AL DIA	SESIONE S POR DIA	DIAS DE ATENCION	PACIENTES ATENDIDOS AL MES MAX CAPACIDAD	ESCENARIOS DE VENTAS MODERADO	TOTAL DE PACIENTES	CRECIMIENTO ESTIMADO DE LOS INGRESOS
16	3	48	24	1152	65%	749	5%

INGRESOS POR PACIENTES SEGÚN PROCEDENCIA PRIMER AÑO						
TIPOS DE PACIENTES	COMPOSICION DE PACIENTES	ESCENARIO MODERADO	NUMERO DE CONSULTAS	PRECIOS POR CONSULTAS	INGRESOS MENSUALES	INGRESOS ANUALES
PARTICULARES	15%	65%	112	80	\$ 8.985,60	\$ 107.827,20
IESS	25%	65%	187	90	\$ 16.848,00	\$ 202.176,00
MIES	60%	65%	449	90	\$ 40.435,20	\$ 485.222,40
TOTAL INGRESOS	100%		749		\$ 66.268,80	\$ 795.225,60

CUADRO DE COSTOS POR SERVICIO / COSTO DE VENTA				
MATERIALES DIRECTOS	VALOR	PACIENTES AL MES	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
FILTROS DIALIZADORES	\$ 15,00	749	\$ 11.232,00	\$ 134.784,00
LINEA ARTERIA VENOSAS	\$ 4,00	749	\$ 2.995,20	\$ 35.942,40
EQUIPO DE VENOCLISIS	\$ 0,35	749	\$ 262,08	\$ 3.144,96
JERINGUILLAS	\$ 0,60	749	\$ 449,28	\$ 5.391,36
VENDAS HEMOSTÁTICAS	\$ 0,45	749	\$ 336,96	\$ 4.043,52
FISTULAS	\$ 0,50	749	\$ 374,40	\$ 4.492,80
REFRIGERIO	\$ 1,80	749	\$ 1.347,84	\$ 16.174,08
SUERO 1000CC	\$ 0,92	749	\$ 688,90	\$ 8.266,75
SUERO 500CC	\$ 0,82	749	\$ 614,02	\$ 7.368,19
			TOTALES	\$ 18.300,67
				\$ 219.608,06

MATERIALES INDIRECTOS	COSTO	SESIONES MENSUALES	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
GUANTES ESTÉRILES	0,45	72	\$ 32,40	\$ 388,80
BICARBONATO	4,33	72	\$ 311,76	\$ 3.741,12
RECOLECCION BASURA	16,67	72	\$ 1.200,00	\$ 14.400,00
GASA	\$ 0,44	72	\$ 31,68	\$ 380,16
ALGODÓN	0,5	72	\$ 36,00	\$ 432,00
ALCOHOL	0,5	72	\$ 36,00	\$ 432,00
ACIDO CLORHEXIDINA	3,25	72	\$ 234,00	\$ 2.808,00
			TOTALES	\$ 1.881,84
				\$ 22.582,08

ESTADO DE RESULTADOS INTEGRAL

del 1 de Enero Al 31 de Diciembre del 2012

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos					
INGRESO POR VENTAS	795.225,60	\$ 834.986,88	\$ 876.736,22	\$ 920.573,04	\$ 966.601,69
Costo de Venta	406.050,14	\$ 436.503,90	\$ 462.694,14	\$ 492.769,26	\$ 527.263,11
MATERIAL DIRECTO	\$ 219.608,06	\$ 230.588,47	\$ 242.117,89	\$ 254.223,79	\$ 266.934,97
MANO DE OBRA DIRECTA	\$ 16.200,00	\$ 17.010,00	\$ 17.860,50	\$ 18.753,53	\$ 19.691,20
COSTO INDIRECTO DE FABRICACION	\$ 170.242,08	\$ 178.754,18	\$ 187.691,89	\$ 197.076,49	\$ 206.930,31
Utilidad Bruta	\$ 389.175,46	\$ 398.482,98	\$ 414.042,08	\$ 427.803,78	\$ 439.338,58
Gastos Administrativo					
SUELDOS DECIMO TERCERO DECIMO CUARTO	\$ 57.000,00	\$ 59.850,00	\$ 62.842,50	\$ 65.984,63	\$ 75.882,32
VACACIONES APOORTE PATRONAL FONDO DE RESERVA	\$ 4.750,00	\$ 4.987,50	\$ 5.236,88	\$ 5.498,72	\$ 6.323,53
ALQUILER	\$ 1.056,00	\$ 1.108,80	\$ 1.164,24	\$ 1.222,45	\$ 1.405,82
SUMINISTROS	\$ 2.375,00	\$ 2.493,75	\$ 2.618,44	\$ 2.749,36	\$ 3.161,76
VARIOS	\$ 6.355,50	\$ 6.673,28	\$ 7.006,94	\$ 7.357,29	\$ 8.460,88
DEPRECIACION SERVICIOS BASICOS	0	-	-	-	-
IMPUESTOS Contribuciones y Afiliaciones	2.400,00	2.520,00	2.646,00	2.778,30	3.195,05
SERVICIOS BASICOS	120,00	126,00	132,30	138,92	159,75
VARIOS	240,00	252,00	264,60	277,83	319,50
DEPRECIACION SERVICIOS BASICOS	5.100,00	5.355,00	5.622,75	5.903,89	6.789,47
IMPUESTOS Contribuciones y Afiliaciones	6.400,00	6.720,00	7.056,00	7.408,80	8.520,12
SERVICIOS BASICOS	-	-	-	-	-
IMPUESTOS Contribuciones y Afiliaciones	600,00	630,00	661,50	694,58	798,76
TOTAL GASTOS	\$	\$	\$	\$	\$

ADMINISTRATIVOS		86.396,50	90.716,33	95.252,14	100.014,75	115.016,96
Gasto de Ventas						
	SUELDOS	\$ 28.200,00	\$ 29.610,00	\$ 31.090,50	\$ 32.645,03	\$ 37.541,78
	DECIMO	\$	\$	\$	\$	\$
	TERCERO	2.350,00	2.467,50	2.590,88	2.720,42	3.128,48
	DECIMO	\$	\$	\$	\$	\$
	CUARTO	792,00	831,60	873,18	916,84	1.054,36
		\$	\$	\$	\$	\$
	VACACIONES	1.175,00	1.233,75	1.295,44	1.360,21	1.564,24
	APORTE	\$	\$	\$	\$	\$
	PATRONAL	3.144,30	3.301,52	3.466,59	3.639,92	4.185,91
	FONDO DE		\$	\$	\$	\$
	RESERVA	0	-	-	-	-
		\$	\$	\$	\$	\$
	ALQUILER	1.200,00	1.260,00	1.323,00	1.389,15	1.597,52
		\$	\$	\$	\$	\$
	SUMINISTROS	60	63,00	66,15	69,46	79,88
		\$	\$	\$	\$	\$
	VARIOS	120,00	126,00	132,30	138,92	159,75
		\$	\$	\$	\$	\$
	DEPRECIACION	1.300,00	1.300,00	1.300,00	1.180,00	1.357,00
	DESECHOS		\$	\$	\$	\$
	TOXICOS	-	-	-	-	-
	SERVICIOS		\$	\$	\$	\$
	BASICOS	-	-	-	-	-
TOTAL GASTOS VENTAS		\$ 38.341,30	\$ 40.193,37	\$ 42.138,03	\$ 44.059,93	\$ 50.668,93
TOTAL GASTOS OPERACIONALES		\$ 124.737,80	\$ 130.909,69	\$ 137.390,17	\$ 144.074,68	\$ 165.685,89
UTILIDAD OPERACIONAL		\$ 264.437,66	\$ 267.573,29	\$ 276.651,91	\$ 283.729,09	\$ 273.652,70
GASTOS FINANCIEROS						
	INTERESES	\$ 5.499,13	\$ 4.859,55	\$ 4.219,97	\$ -	\$ -
TOTAL GASTOS FINANCIERO		\$ 5.499,13	\$ 4.859,55	\$ 4.219,97	\$ -	\$ -
UTILIDAD ANTES DE IMP Y TRABAJADORES		\$ 258.938,52	\$ 262.713,74	\$ 272.431,95	\$ 283.729,09	\$ 273.652,70
	15% PARTICIPACION TRABAJADORES	\$ 38.840,78	\$ 39.407,06	\$ 40.864,79	\$ 42.559,36	\$ 41.047,90
UTILIDAD ANTES DE IMP		\$ 220.097,75	\$ 223.306,68	\$ 231.567,15	\$ 241.169,73	\$ 232.604,79
	25% IMP. A LA RENTA	\$ 55.024,44	\$ 55.826,67	\$ 57.891,79	\$ 60.292,43	\$ 58.151,20
UTILIDA NETA		\$ 165.073,31	\$ 167.480,01	\$ 173.675,37	\$ 180.877,30	\$ 174.453,59
RESERVA LEGAL 10%		\$	\$			

	16.507,33	3.489,44			
UTILIDAD DISTRIBUCION ACCIONISTAS	\$ 148.565,98	\$ 163.990,57	\$ 173.675,37	\$ 180.877,30	\$ 174.453,59

BALANCE GENERAL					
del 1 de Enero Al 31 de Diciembre del 2012					
ACTIVOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
- ACTIVOS CORRIENTES					
CAJA BANCO	252.849,84	404.481,25	556.302,90	720.596,63	912.246,58
CUENTAS POR COBRAR	66.268,80	69.582,24	73.061,35	76.714,42	80.550,14
INVENTARIO	20.182,51	24.219,01	25.429,97	27.210,06	29.931,07
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	339.301,16	498.282,50	654.794,22	824.521,11	1.022.727,79
ACTIVOS FIJOS					
EQUIPOS DE COMPUTACION	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00
VEHICULOS	17.000,00	17.000,00	17.000,00	17.000,00	17.000,00
MUEBLES Y ENSERES	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00
MAQUINAS	192.000,00	192.000,00	192.000,00	192.000,00	192.000,00
DEPRECIACION ACUMULADA	(25.600,00)	(51.200,00)	(76.800,00)	(100.400,00)	(124.000,00)
TOTAL ACTIVOS FIJOS	199.400,00	173.800,00	148.200,00	124.600,00	101.000,00
TOTAL ACTIVOS	538.701,16	672.082,50	802.994,22	949.121,11	1.123.727,79
PASIVOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PASIVO CORTO PLAZO					
OBLIGACIONES BANCARIAS	50.000,00	50.000,00	50.000,00	-	-
PROVEEDORES	43.237,59	57.284,91	75.720,52	84.927,13	86.565,38
BENEFICIOS ACUMULADOS POR PAGAR	12.660,00	13.293,00	14.622,30	16.084,53	17.692,98
IESS POR PAGAR	1.873,20	3.570,50	3.927,55	4.320,30	4.752,33
CUENTAS POR PAGAR VARIAS	1.000,00	1.050,00	1.155,00	1.270,50	1.397,55
IMPUESTO A LA RENTA POR PAGAR	52.047,70	54.344,96	57.905,11	60.292,43	58.151,20
PROVEEDORES					

BENEFICIOS SOCIALES POR PAGAR					
DECIMO TERCER SUELDO					
DECIMO CUARTO SUEL					
VACACIONES					
APORTE PATRONAL					
APORTE PERSONAL					
15% UTILIDAD					
TRABAJADORES POR PAGAR	36.739,55	38.361,15	40.874,19	42.559,36	41.047,90
TOTAL PASIVO CORTO PLAZO	197.558,05	217.904,52	244.204,67	209.454,26	209.607,35
PASIVO LARGO PLAZO					
OBLIGACIONES BANCARIAS	100.000,00	50.000,00	-		
TOTAL PASIVO LARGO PLAZO	100.000,00	50.000,00	-	-	-
TOTAL PASIVO	297.558,05	267.904,52	244.204,67	209.454,26	209.607,35
PATRIMONIO					
CAPITAL	85.000,00	85.000,00	85.000,00	85.000,00	85.000,00
RESERVA LEGAL	15.614,31	19.103,75	-	-	-
UTILIDADES NO DISTRIBUIDAD	-	140.528,80	300.074,24	473.789,56	654.666,86
UTILIDAD	140.528,80	159.545,44	173.715,32	180.877,30	174.453,59
PATRIMONIO	241.143,11	404.177,99	558.789,56	739.666,86	914.120,45
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	538.701,15	672.082,51	802.994,22	949.121,11	1.123.727,80

FLUJO PRIMER AÑO DE OPERACIONES		FLUJOS DE EFECTIVO ANUALES				
CONCEPTO	AÑO 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS POR ACTIVIDADES DE OPERACION		\$ 737.942,40	\$ 774.839,52	\$ 813.581,50	\$ 854.260,57	\$ 896.973,60
EGRESOS POR ACTIVIDADES DE OPERACIÓN						
PROVEEDORES		\$ 339.608,06	\$ 373.568,87	\$ 410.925,76	\$ 482.018,33	\$ 491.119,25
NOMINA		\$ 36.577,20	\$ 57.649,70	\$ 60.532,18	\$ 63.558,79	\$ 64.829,97
ALQUILER		\$ 24.000,00	\$ 25.200,00	\$ 26.460,00	\$ 27.783,00	\$ 28.338,66
SEGURO		\$ 4.800,00	\$ 5.040,00	\$ 5.292,00	\$ 5.556,60	\$ 5.667,73
SUMINISTROS Y OTROS		\$ 3.600,00	\$ 3.780,00	\$ 3.969,00	\$ 4.167,45	\$ 4.250,80
SERVICIOS BASICOS DESALOJO		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
DESECHOS TOXICOS		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
IMPUESTOS Y CONTRIBUCIONES		\$ 7.000,00	\$ 7.350,00	\$ 7.717,50	\$ 8.103,38	\$ 8.265,44
15% PARTICIPACION TRABAJADORES		0	\$ 36.739,55	\$ 38.361,15	\$ 40.874,19	\$ 42.559,36
25% IMP. A LA RENTA		0	\$ 52.047,70	\$ 54.344,96	\$ 57.905,11	\$ 60.292,43
TOTAL EGRESOS POR ACTIVIDADES DE OPERACIÓN	\$ -	\$ 415.585,26	\$ 561.375,82	\$ 607.602,55	\$ 689.966,85	\$ 705.323,65
FLUJO NETO DE ACTIVIDAD DE OPERACION		\$ 322.357,14	\$ 213.463,70	\$ 205.978,95	\$ 164.293,72	\$ 191.649,95
INGRESOS POR ACTIVIDADES DE INVERSION						
TOTAL INGRESOS POR ACTIVIDADES DE OPERACIÓN		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
EGRESOS POR ACTIVIDADES DE						

INVERSION						
INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS						
EQUIPOS DE COMPUTACION	\$ 6.000,00					
VEHICULOS	\$ 17.000,00					
MUEBLES Y ENSERES	\$ 10.000,00					
MAQUINAS	\$ 192.000,00					
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 10.000,00					
TOTAL EGRESOS POR ACTIVIDADES DE INVERSION	\$ (235.000,00)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
FLUJO NETO POR ACTIVIDADES DE INVERSION		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
INGRESOS POR ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO						
APORTE DE LOS SOCIOS	\$ 85.000,00					
PRESTAMO A IFIS	\$ 150.000,00					
TOTAL INGRESOS POR ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO	\$ (235.000,00)					
EGRESOS POR ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO						
PAGO DE CAPITAL	\$ -	\$ 50.000,00	\$ 50.000,00	\$ 50.000,00		
PAGO DE INTERESES	\$ -	\$ 19.507,29	\$ 11.832,29	\$ 4.157,29		
TOTAL EGRESOS POR ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO	\$ -	\$ 69.507,29	\$ 61.832,29	\$ 54.157,29	\$ -	\$ -
FLUJO NETO POR ACTIVIDAD DE FINANCIAMIENTO		\$ (69.507,29)	\$ (61.832,29)	\$ (54.157,29)	\$ -	\$ -
FLUJO NETO	\$ -	\$ 252.849,84	\$ 151.631,40	\$ 151.821,66	\$ 164.293,72	\$ 191.649,95

INDICADORES FINANCIEROS	
PRESTAMO	-235.000,00
PERIODO 1	\$ 252.849,84
PERIODO 2	\$ 151.631,40
PERIODO 3	\$ 151.821,66
PERIODO 4	\$ 164.293,72
PERIODO 5	\$ 191.649,95
TIR	82%
VAN	\$ 383.729,59

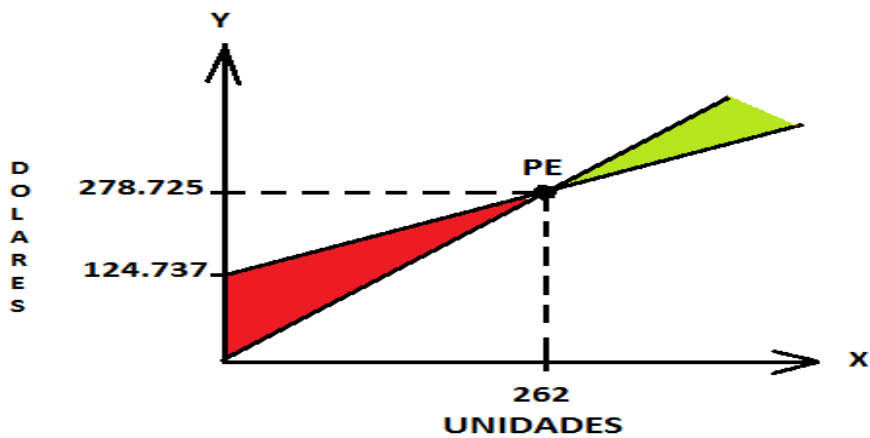
VAN = FLUJO - INVERSION

	FLUJO NETO	INVERSION	GANANCIA
VAN =	\$ 478.617,06	150000	\$ 328.617,06

PUNTO DE EQUILIBRIO								
	UNITARIO	PORCENTUAL	PUNTO DE EQUILIBRIO POR UNIDAD Costo fijo \ Costo marginal unitario			PUNTO DE EQUILIBRIO POR VOLUMEN Costo fijo\Costo marginal costos variables		
			PRECIO DE VENTA	\$ 1.062,00	1,00000	COSTO FIJO	\$ 124.737,80	262
COSTO DE VENTA	586,72	0,55247	COSTO MARGINAL UNITARIO	\$ 475,28		COSTO MARGINAL PORCENTUAL	44,75%	
COSTO MARGINAL	\$ 475,28	0,44753						

COSTO FIJO	\$ 124.737,80
------------	---------------

VENTA	262	\$ 1.062,00	\$ 278.725,23
COSTOS VARIABLE	262	\$ 586,72	\$ 153.987,43
CONTRIBUCION MARGINAL			\$ 124.737,80
COSTOS FIJOS			\$ 124.737,80
PUNTO DE EQUILIBRIO			\$ -



CAPITULO 11

11. Anexos

Encuestas realizadas vía online

Se escogió el Método de encuesta Online por medio de la Pagina Web **SurveyMonkey.**

P3

***3. ¿Usted considera diariamente los vegetales en sus comidas?**

- Siempre
- Casi todos los días
- No muy seguido
- Nunca

P4

***4. ¿Que cantidad de vasos de agua bebe usted al dia?**

- Ninguno
- Al menos uno
- 2 a 4 vasos
- Mas de 5 vasos

***5. ¿Tiene familiares que padecen de Problemas de Azucar en la sangre(diabetes)?**

- Si
 No
 No lo se

+ Agregar pregunta ▼ Dividir página aquí

P6 Editar pregunta ▼ Agregar lógica de pregunta Mover Copiar Eliminar

***6. ¿Considera que la enfermedad llamada diabetes es de sumo cuidado y peligro?**

- Si
 No
 No mucho

P7 Editar pregunta ▼ Agregar lógica de pregunta Mover Copiar Eliminar

***7. ¿Solo si es su caso, que tipo de diabetes tiene?**

- Diabetes tipo 1
 Diabetes tipo 2
 Gestacional
 No tengo

+ Agregar pregunta ▼ Dividir página aquí

P8 Editar pregunta ▼ Agregar lógica de pregunta Mover Copiar Eliminar

***8. Solo si es su caso, ¿para tratar la diabetes su cuidado se basa en?**

- Medicamentos
 Dialisis
 No tengo

P9

***9. ¿Conoce usted algun Centro de Dialisis?**

- Sí
 No

P10

***10. ¿Considera usted que existen suficientes Centros de Dialisis en Guayaquil?**





- Si
 No
 No se

Campo Exploratorio de desarrollo de las Encuestas.





Se presento un tamaño de encuestas de 100 personas, entre diferentes rangos de edades que van desde los 15 años de edad hasta los 60años en adelante. En donde se resolvieron 10 Preguntas para medir la necesidad de nuestra Idea-Proyecto en el Mercado.

Resultados de encuestas

De las encuestas realizadas, hemos obtenido los siguientes resultados por cada una de ellas:

1. ¿Que edad tiene usted?		Crear gráfico	Descargar
		Porcentaje de respuestas	Cantidad de respuestas
15 a 25		69,4%	59
26 a 35		27,1%	23
36 a 45		2,4%	2
46 a 60		1,2%	1
60 en adelante		0,0%	0
		pregunta respondida	85
		pregunta omitida	0

* Tenemos que el 69.4% de encuestados fueron personas jóvenes, el 27.1% fueron a personas maduras, el resto se lo comparte para las personas adultas mayores, de esta manera conoceremos el comportamiento en estos tres rangos de edades.

2. ¿segun las siguientes etapas cual es su frecuencia de consumo de azucres tales como: gaseosas, jugos, dulces.		Crear gráfico	Descargar
		Porcentaje de respuestas	Cantidad de respuestas
no consumo		7,1%	6
2 veces por dia		75,3%	64
4 veces por dia		8,2%	7
mas de 5 veces		9,4%	8

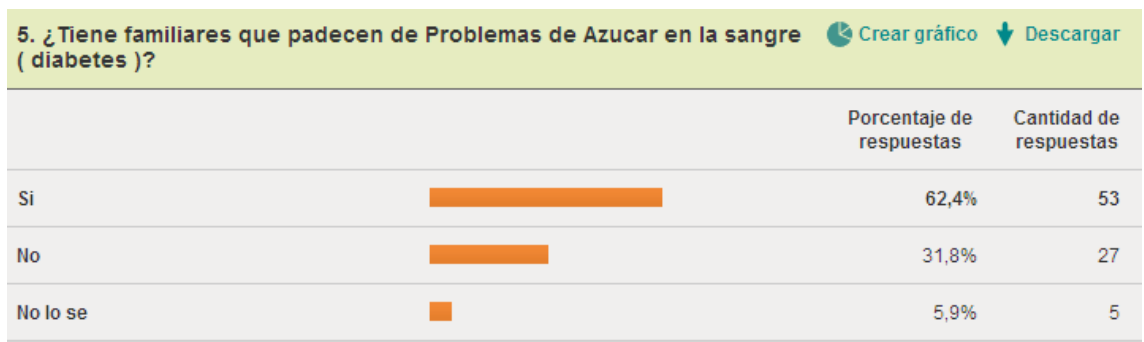
- rango 1: una frecuencia media alta del consumo de azucres
- rango 2: una frecuencia media de consumo de azucres
- rango 3: una frecuencia baja de consumo de azucres
- se lo pudo determinar por medio de los porcentajes entre cada contestación dividiéndolo para los tres rangos.



*



*



* Tenemos un porcentaje muy alto de personas que padecen o conocen a alguien que porta esta enfermedad, según el 62.4% del total de encuestados, es decir un aproximado de 53 personas de las 85 encuestadas.

6. ¿Considera que la enfermedad llamada diabetes es de sumo cuidado y peligro? [Crear gráfico](#) [Descargar](#)

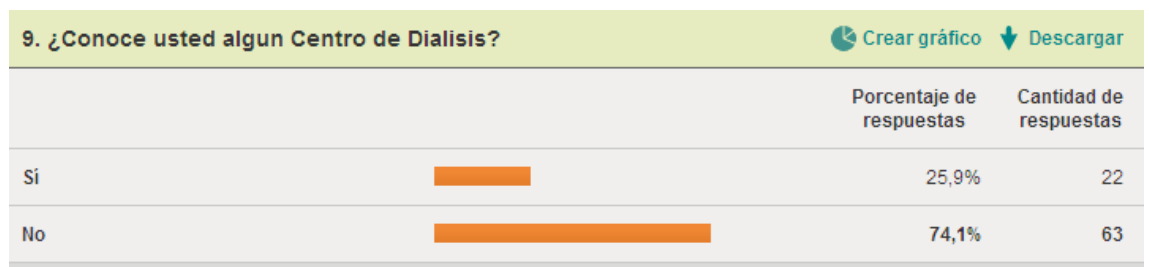
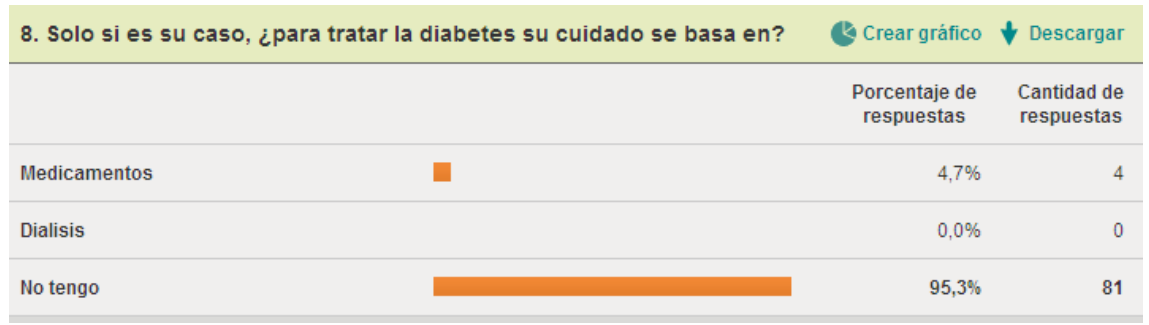
	Porcentaje de respuestas	Cantidad de respuestas
Si	98,8%	84
No	0,0%	0
No mucho	1,2%	1

* Es importante saber que el 100% de las persona encuestadas consideran a esta enfermedad de sumo cuidado, es decir de tenerla el cuidado seria primordial y esto va enlazado a solicitar de nuestros servicios.

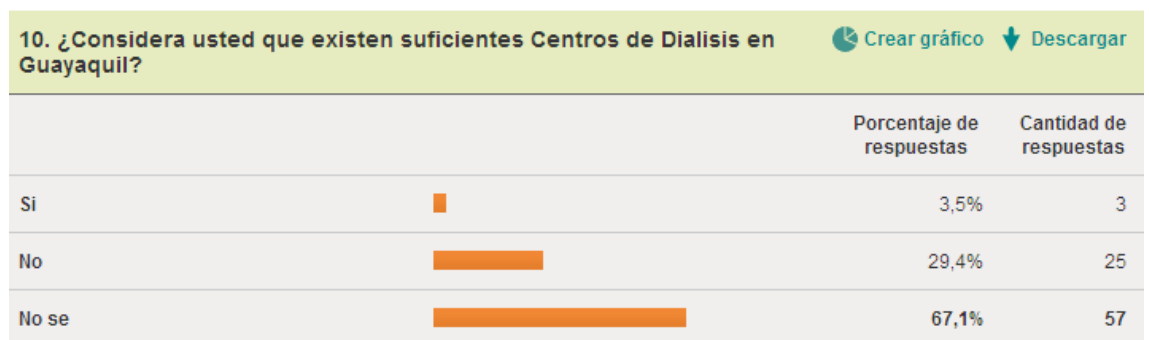
7. ¿Solo si es su caso, que tipo de diabetes tiene? [Crear gráfico](#) [Descargar](#)

	Porcentaje de respuestas	Cantidad de respuestas
Diabetes tipo 1	2,4%	2
Diabetes tipo 2	1,2%	1
Gestacional	0,0%	0
No tengo	96,5%	82

*



* Podemos observar que las personas no ubican a primera instancia un Instituto de Diálisis, es decir aun no existe una Firma ya posesionada en la mente de las personas, sea paciente o no. Lo cual es un punto favor ya que podríamos hacer campañas agresivas de manera que los posibles pacientes y los no pacientes conozcan ya de nuestra Institución, que mejor que el Marketing de Boca a Boca.

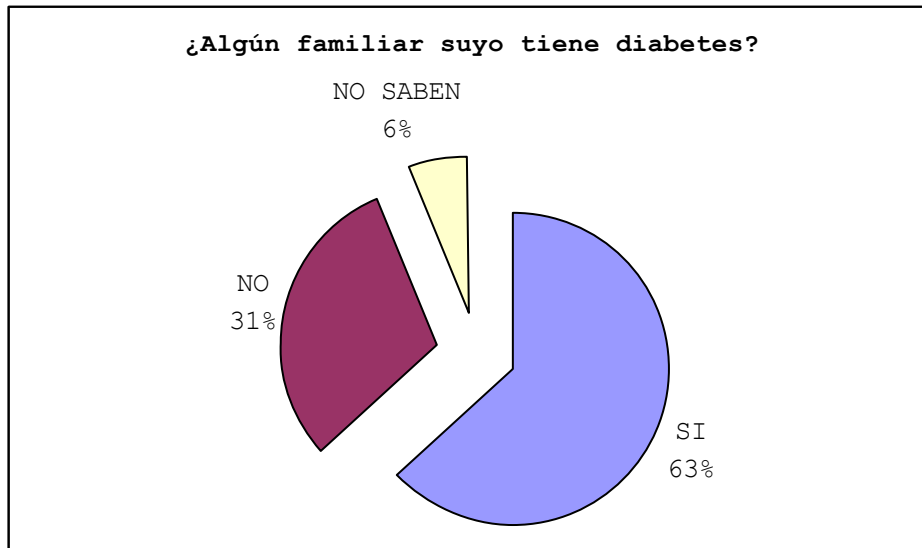


* Tomando la información de las encuestas tenemos que mas el 50% opimo que no hay suficientes Centros de Diálisis ya sea por que no

lo conocen o porque no han tenido acceso a alguno. Lo cual muestra que es un mercado no explotado a su plenitud.

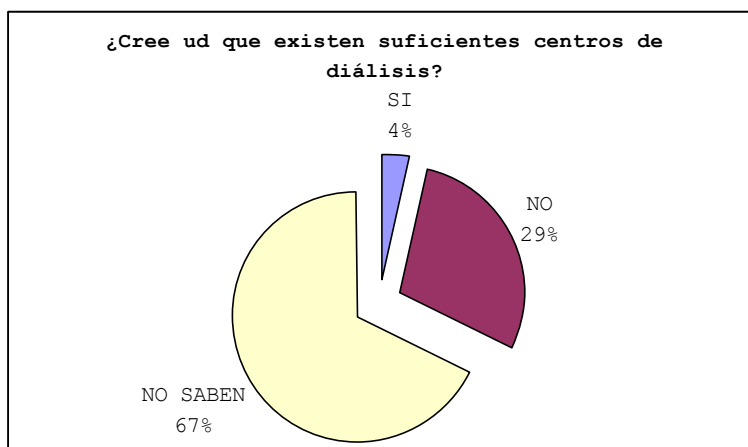
ANALISIS PRELIMINAR

FACTORES HEREDITARIOS



Según las encuestas el 63% de la población, tiene al menos un familiar que padece de esta enfermedad, factor determinante para padecer en un futuro de diabetes.

CONOCIMIENTO DEL MERCADO



El resultado que muestran las encuestas indica que no existen los suficientes Centros de Diálisis para satisfacer la demanda del paciente de esta enfermedad.

Conclusión:

Mediante las encuestas se ha validado el incremento de esta enfermedad en la población debido al mal hábito en su alimentación, sin embargo existe otro factor determinante que es la transmisión hereditaria la cual hace mas propenso al individuo ha adquirir esta enfermedad.

La falta de conocimiento de la población del peligro de esta enfermedad denota tomar medidas de carácter urgente para educar a la población tanto en su salud alimenticia como las consecuencias de ésta.

Conociendo estos factores y según las estadísticas de incremento de esta enfermedad, se refleja la necesidad de la creación de otro Instituto de Diálisis.

FASE DE ENTREVISTAS

A su vez se realizo las entrevistas las cuales se dividió en tres Fases:

Fase 1.- Cuestionario de preguntas abiertas con el objetivo de captar el dolor del mercado según el servicio que se iría a ofrecer, las preguntas son muy parecidas a la realizadas en las encuestas.

Fase 2.- Se volvió a realizar el cuestionario de preguntas pero ya con la solución, es decir llegando al posible cliente con nuestro servicio incluyendo la resolución del dolor del mercado que ya habíamos captado

de la fase 1., a su vez que le gustaría que este nuevo Centro tenga para su mayor comodidad.

Fase 3.- se indico el precio que tendríamos por cada sesión de hemodiálisis y que nos gustaría conocer sus comentarios al respecto de nuestro marketing y/o sugerencia de la misma, adicional se le solicitara algún medio para poder contactarlos en un futuro.

Desarrollo de Fases

El siguiente cuestionario se lo realizo a personas vía telefónica y de manera personalizada quienes están padeciendo de Diálisis.

El cuestionario comprende las siguientes preguntas claves.

Detalle FASE 1:

- 1.- Que tiempo lleva con el tratamiento de Hemodiálisis?
- 2.- Cuenta con servicio de transporte por parte del Instituto en donde se hace el tratamiento?
- 3.- Alguna anécdota o percance que haya sufrido en este tiempo en sus Tratamientos?
- 4.- Le molesta que no le otorguen un horario fijo?
- 5.- Que edad tiene?
- 6.- Usted es de las personas que consume mucha agua al día?
- 7.- Se considera una personas que realmente se preocupa por su salud de manera independiente?
- 8.- Podríamos contactarlo para una segunda entrevista?

Detalle FASE 2:

- 1.- Te gustaría cambiar el ambiente del tratamiento de Hemodiálisis de manera que no sea monótono para usted?
- 2.- Le serviría de mucho contar con transportación de puerta a puerta para realizarse la hemodiálisis?
- 3.- Existe un Instituto que puede ofrecerle y ubicar sus tratamientos según su tiempo y espacio, estaría interesado (a) en conocer de ello?
- 4.- Le parece bien si se le proponen fijar un horario definido cada 3 meses?
- 5.- Contaríamos con usted nuevamente en un futuro?
- 6.- Que le parece incorporar a la sala de hemodiálisis un equipo de música individual y a su vez un centro de video de películas?

Detalle FASE 3:

- 1.- Se estimo el precio que se iría a cobrar por cada sesión, y se trato del lanzamiento de nuestra Compañía.

DESARROLLO DE ENTREVISTAS

Entrevista 1:

Fase 1:

Esperanza Bohórquez

Mujer: 76 años

Jubilada por parte del Gobierno del Ecuador y de USA, recibe mensualidades, se realiza 3 veces la sesión de hemodiálisis a la semana en la Clínica del Riñón. No cuenta con el servicio de transporte, lo realiza a nivel personal ya sea cogiendo taxi o por ayuda de sus nietos. Es una persona que realmente se preocupa por su salud de igual manera los familiares están supervisando el tratamiento de ella. Ha tenido inconvenientes con respecto a los horarios que le ha tocado asistir a sus tratamientos ya que a veces no le dan horas fijas y le toca esperar, reside en el norte de la ciudad.

Fase 2:

Sería excelente que el ambiente en el lugar del Centro de Hemodiálisis sea diferente o haya algo que nos entretenga mientras dura el proceso. A su vez el tener una movilización fija sería muy bueno para nosotros ya que no tendríamos que estar preocupados por coger taxi o esperar que algún familiar nos ayude en llevarnos y traernos, de hecho me gustaría conocer la existencia de un Centro de diálisis que cuente con esos servicios.

Fase 3:

Considero que el precio si está dentro de lo razonable incluso sería muy bueno por que está al mismo nivel de mi actual centro solo que ustedes tendrían cosas innovadoras.

Entrevista 2:

Fase 1:

Mario Campaña

Hombre: 45

Trabaja actualmente para el BCE, sufre de esta enfermedad pero solo le han ordenado hacerse una hemodiálisis por semana ya que no esta muy avanzada su enfermedad. El horario de atención para el son los fines de semana debido a su trabajo y se traslada de manera independiente en su propio vehiculo .nos comento que en mas de dos ocasiones tuvo que esperar ya que su turno lo había tomado otra persona y no le habían informado y tuvo que salir mucho mas tarde de lo que el tenia planeado.

Fase 2:

Lo de la transportación no me preocupa la verdad ya que me movilizo de manera independiente en mi auto, el ambiente en el centro de diálisis si es deprimente, debería de existir un poco más de ambiente hasta para el ánimo del mismo paciente.

Fase 3:

Me parece muy bien el precio de \$80 por diálisis, se encuentra dentro del presupuesto, además en mi caso solo lo necesitaría una vez por semana.

Entrevista 3:

Fase 1:

Carolina Bravo

Edad: 25

Trabaja en el Banco de Guayaquil, ella es la encargada de llevar a su mama al tratamiento de hemodiálisis al norte de la ciudad, ellos viven en el sur de la ciudad, nos cuenta que es muy pesado trabajar estudiar y hacer de expreso a su mama, sería de gran ayuda para ella que el centro de diálisis proporcione este servicio, sería una preocupación menos y solo estaría pendiente de su llegada. Nos comenta que la mama está en la etapa que se realiza 3 veces por semana este tratamiento.

Fase 2:

Contar con un servicio de expreso para mi mama sería lo ideal porque la verdad hay ocasiones que tengo reuniones del trabajo y me toca pedir permiso. Además usted sabe el trafico que existe desde el sur hasta el norte toma mucho tiempo, considero que en este centro de diálisis deberían de motivar a los pacientes porque mi mama cuando llega del tratamiento la encuentro débil, seria y sin ánimo

Fase 3:

El precio me parece razonable y sería bueno que de ofrecer el servicio de transporte se lo incluya de manera proporcional en cada diálisis el valor y sería buena una campaña agresiva con mucho color para el mercadeo de la publicidad.

Entrevista 4:

Fase 1:

Guillermina Sellan

Edad: 30

Ama de casa, el esposo trabaja en una escuela, tiene tratamiento de hemodiálisis de 2 veces por semana. Ella va en bus al centro de diálisis y se le complica la llegada al centro de diálisis. Ella no coordina

sus horas, el centro mismo le da los horarios, pero a ella le gustaría negociar el horario debido a que tiene de atender a sus hijos.

Fase 2:

Considera que el centro de diálisis debe de tener algo diferente todos los días, ya que llega el punto que el estar sentado por 3 horas resulta fastidioso y uno sale de mal humor. Además las instalaciones tienen que ser amplias para que todos estemos cómodos y sin andar esperando maquinas.

Fase 3:

El precio esta normal dentro del precio del mercado, no habría problema en los \$80 por sesión, seria bueno que al momento del plan de marketing se haga referencia a la transportación, eso le ayudara atraer mas pacientes ya que es una necesidad de muchos.

Entrevista 5:

Fase 1:

Humberto Boderó

Edad: 30

Taxista, tiene con esta enfermedad desde hace unos cinco años aproximadamente, la frecuencia de sus hemodiálisis es de dos veces por semana. Considera que le resulta incomodo acoplarse a los horarios del centro ya que como taxista tiene recorrido de expresos que realizar, y acepta que no consume mucha agua al día.

Fase 2:

Le gustaría que todo centro de diálisis cuente con sistemas de video o para escuchar música de manera que el paciente se sienta más cómodo y con menos estrés al momento de realizarse las hemodiálisis. En lo personal me movilizo en auto propio.

Fase 3:

Sería bueno que al lanzamiento se promocióne lo que es el servicio de transportación de seguro llamara mucho la atención, a su vez el precio me parece dentro de lo normal.

Entrevista 6:**Fase 1:**

Cristina León

Edad: 45

Ama de casa, el esposo trabaja en una entidad del gobierno, ella padece de esta enfermedad hace más de tres años, y sus tratamientos son de 2 veces por semanas, por lo general el esposo la va a dejar al trabajo, caso contrario ella hace uso de taxi. Considera que el ambiente no es tan bueno, es muy simple y resulta aburrido.

Fase 2:

La verdad no le interesa mucho si se adecua mejor el centro de diálisis, ya que ella solo va por el tratamiento dejando a sus hijos solos en casa. Seria espectacular si hubiera alguien quien me ayude con la transportación. Las malas experiencias que tuvo son las más comunes que han tenido que esperar hasta que le toque su turno.

Fase 3:

El precio me parece considerado, ya que se encuentra igual al que asiste ella. Resultaría interesante aplicar el servicio de transportación.

Entrevista 7:**Fase 1:**

Soraya Méndez

Edad: 44

Trabaja en un centro comercial como cajera, su trabajo es sedentario, nos cuenta que no consume mucha agua al día y su alimentación es desordenada. La frecuencia que tiene de realizarse las hemodiálisis es de 1 vez cada 5 días. se moviliza en carro propio.

Fase 2:

Comenta que resulta aburrida la estadía en el centro de diálisis ya que todo es mecánico y monótono. El único problema que ha tenido es por mal coordinación de hora y el resto ha estado dentro de lo normal.

Fase 3:

El plan de marketing tiene que ser agresivo de manera que se dé a conocer el servicio y demás servicios que ofrecen. El precio me parece muy competitivo dentro del mercado.

Entrevista 8:

Fase 1:

Diana Mora

Edad: 50

Ama de casa, los gastos lo comparten los hijos, sufre de esta enfermedad hace un poco más de cinco años con una frecuencia de 2 veces por semana. Acepta tener una vida – salud desordenada.

Fase 2:

Le resultaría fabuloso el servicio de door to door con el ánimo de brindarle siempre lo mejor al cliente en servicio de transportación. A su vez tratar el tema de días libres para de una vez dejarlo coordinado.



Fase 3:

Considero que el sistema de transportación les resultaría un buen enganche para su negocio, en lo que se refiere al precio me parece que está dentro de lo normal.

Cdla. Los Esteros Mz14 A Villa 32
Teléfonos: 2243452 - 2555714 Cel.: 097319550

EDISON OSWALDO VARGAS PINEDA.

Información Personal

Estado Civil: Soltero
Nacionalidad: Ecuatoriana
Lugar de Nacimiento: Guayaquil
Fecha de Nacimiento: 4 de Enero 1987
Cédula de Identidad: 0920219003
E-mail: edisonvp_83@hotmail.com
Edad: 24 años
Vehículo: Chevrolet Optra
Licencia de conducir: Tipo B sportman



Logros Alcanzados:

Ganador del primer lugar en la feria de microempresarial en el colegio Cayetano Tarruell

Delegado FUEPE

**Universidad Católica
Santiago de Guayaquil**

Ganador del segundo lugar de la feria de proyectos empresariales de la facultad de economía con el proyecto "bebida alcohólica con un bajo grado de alcohol Suave"

Estudios:

INSTRUCCIÓN SUPERIOR

Universidad Católica Santiago de Guayaquil

Facultad de ciencias económicas y administrativas

Ing. Gestión empresarial internacional Trilingüe (Inglés-Francés-Español) con mención en negociación

Internacional

Terminado

- ❖ Inglés 80% escrito y hablado
- ❖ Francés 80% escrito y hablado

INSTRUCION SECUNDARIA

Unidad Educativa Mixta Particular Colegio Cayetano

Tarruell

Título: Contador Bachiller en Ciencias de Comercio y Administración

INSTRUCCIÓN PRIMARIA

Unidad Educativa Particular Mixta

Dr. Ángel Saltos López

1er. Escolta del Pabellón de la Escuela

FORMACIÓN COMPLEMENTARIA

- ❖ Centro Ecuatoriano Norteamericano C.E.N
- ❖ Curso intensivo de Microsoft Excel, Microsoft Word, Microsoft Power Point, Microsoft office Outlook y Microsoft Access, Internet Explorer en la Universidad Católica Santiago de Guayaquil
- ❖ 6 niveles de Inglés realizados y aprobados en la Universidad Católica Santiago de Guayaquil
- ❖ 6 niveles de Francés realizados y aprobados en la Universidad Católica Santiago de Guayaquil

Experiencia Laboral

- 2006** **Banco Central del Ecuador**
Guayaquil, (4 meses)
Teléfono: 2566333
Dpto. Archivo General
Importaciones y Exportaciones
(Pasantías)
Encargado de Manejo de Documentos.
Asistente de la Srta. Shirley Almeida
Secretaria General .
- 2007** **Ministerio de Educación**
Aplicador de las pruebas de rendimiento de factores
asociados aprendo 2007 para el Ministerio de Educación

Profesionales

- 2008** **S.R.I.**
Pasantías Empresariales Universitarias (3 meses)
Departamento de Gestión Tributaria.
Eco. Francisco Ruiz.
- 2011** **TRANSOCEAN DEL ECUADOR**
MEMBERS OF TRANSMARES GROUP
SALES EXECUTIVE
CONSOLIDADORA DE CARGA
1 AÑO

Referencias

Ing. Ma. Antonieta Reyes De Luca
Directora Ejecutiva
Cámara Ecuatoriano Americana de Comercio, Guayaquil
Miembro de la cámara de comercio de los Estados Unidos
Avda. Francisco de Orellana, Edif. Centrum Piso 6 Ofic. 5
Teléfono: 2693470 Ext. 100
Cel: 094504402

C.P.A. Srta. Lissetty Campaña Pineda

Banco Solidario
Delegada de Cámara y custodia
Teléfono: 258673 Ext. 5540

Srta. Viviana Mendoza Galarza
HTM
Asistente Gerencia Técnica
Teléfono: 2 631463 Ext. 104

HOJA DE VIDA

ANGEL GEOVANNY ROMERO CRUZ



Dirección Domiciliaria: Cdla. Los Delfines Mz. A Villa 13
Teléfono: 2-334527 Celular: 094450909 – 087210391

DATOS PERSONALES

Fecha de Nacimiento: Abril 21 de 1987
Lugar de Nacimiento: Guayaquil
Edad: 24 años
Nacionalidad: ecuatoriano
Estado Civil: Soltero
No. De Cédula: 0926262320
E-mail: angelvia3d@hotmail.com
Licencia de conducir: Tipo B

ESTUDIOS REALIZADOS

- **Superior** **Universidad Católica Santiago de Guayaquil**
Facultad de Ciencias Económicas
Gestión Empresarial Internacional Trilingüe – Egresado
- **Secundaria** **Colegio Arquidiocesano Bernardino Echeverría Ruiz**
De Octavo a Décimo Curso de Básica
Instituto Técnico Superior Salesiano Domingo Comín
Bachiller Técnico de Gestión en Electrónica Industrial
- **Primaria** **Escuela Particular Armada Nacional del Ecuador**

CURSOS REALIZADOS

- **Cursos de Ingles** American Language School – Junior Level
COPEI (IV, V Level)
KOE Knowledge of English (Intermediate Level)
- **De Capacitación** **“Semana del Branding”**
Universidad Católica Santiago de Guayaquil
Del 14 al 17 de Julio del 2008
“Crédito y cadenas de Producción de calidad para generar emprendedores exitosos”
Federación Interamericana Empresarial
Guayaquil, Julio 7 del 2008
“Libertad de Elegir” Mejores pensiones, más trabajo.
Federación Interamericana Empresarial – Convención Nacional
Guayaquil, Octubre 12 del 2004

“BANCA EN ACCIÓN” Simulador de negocios en banca.

Junior Achievement Ecuador

Banco de Guayaquil, capacitación interna.

Guayaquil, 13 de Noviembre del 2010

“Clasificación de cartera a línea de Microcrédito”

Banco de Guayaquil, capacitación interna

Guayaquil, 22 de Enero del 2011

IDIOMAS QUE DOMINA

Inglés	90%
Francés	80%

CONOCIMIENTOS INFORMATICOS

Microsoft Office	100%
Microsoft Excel	100%
Microsoft Power Point	100%
Microsoft Word	100%
Microsoft Project	100%
Manejo de todo tipo de base de datos	

EXPERIENCIA LABORAL

- **Practicas Realizadas** **SURMAQ Cía. Ltda.**
Departamento Técnico – 3 meses
Av. Juan Tanca Marengo Km 2.5
2-271832 2-273560
- **Practicas Realizadas** **Servicio de Rentas Internas SRI**
Profesionales **Departamento de Gestión Tributaria - 2 meses**
Av. Francisco de Orellana
Ec. Francisco Ruiz Chang 2-685150 Ext. 8419
- **Experiencia** **Instituto Técnico Superior Salesiano Domingo**
Laboratorio de Redes eléctricas – 2 años
Ing. Carlos Chávez 084883074
- **Experiencia** **HIDMOL S.A.**
Asistente administrative
Ing. Raúl Hidalgo Molina 093878309 2-682595
- **Experiencia** **BANCO DE GUAYAQUIL – Trabajo actual**
Gestor de Gran Público – Desde 01/03/2010
Grecia Gonzalez 0432730100 Ext. 23023

REFERENCIAS PERSONALES

- **Ing. Javier Cobo**
Contratista Gerente General Asfatelsa S.A..
Ceibos Norte Mz 853 villa 10
042852381

- **Ing. David Flores**
Banco de Guayaquil
Oficial de Banca Transaccional
043730100 Ext. 23634

- **Ing. Raúl Hidalgo Molina**
Gerente general HIDMOL S.A.
2-682595 - 093878309