

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE  
PRESTA LOS SERVICIOS MÉDICOS DOMICILIARIOS Y TRASLADOS EN  
AMBULANCIA EN EL ÁREA METROPOLITANA DE BUCARAMANGA.**

**DIANA MARCELA CALVETE MARTINEZ  
LEIDY VIVIANA CALVETE MARTINEZ**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER  
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA  
GESTIÓN EMPRESARIAL  
BUCARAMANGA  
2020**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE  
PRESTA LOS SERVICIOS MÉDICOS DOMICILIARIOS Y TRASLADOS EN  
AMBULANCIA EN EL ÁREA METROPOLITANA DE BUCARAMANGA.**

**DIANA MARCELA CALVETE MARTINEZ  
LEIDY VIVIANA CALVETE MARTINEZ**

**Trabajo de grado par optar al título de:  
GESTORA EMPRESARIAL**

**Director  
GERMÁN ACEVEDO RODRÍGUEZ  
ING. INDUSTRIAL**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER  
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA  
GESTIÓN EMPRESARIAL  
BUCARAMANGA  
2020**

## DEDICATORIA

*D*edico este trabajo a Dios, por darme la oportunidad de vivir y por estar conmigo en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo el periodo de estudio; a mis padres por ser los pilares fundamentales en todo lo que soy, por darme la oportunidad de realizarme profesionalmente y de apoyarme en este camino, y a mis hermanos quienes con su motivación me ayudaron a alcanzar mis metas y no desfallecer.

**(Diana Calvete M.)**

*D*edico este trabajo a Dios, por permitirme llegar hasta este punto, por haberme dado salud para lograr mis objetivos, como de sabiduría y amor para afrontar con fortaleza las etapas de la vida; A mis padres y mi hijo por ser los motores y ejemplo de esfuerzo, dedicación, quienes me apoyaron en este camino profesional, y a todas aquellas personas que me acompañaron con su apoyo y dedicación para cumplir la meta.

**(Leidy Calvete M.)**

## AGRADECIMIENTOS

*A*gradecemos a Dios por la vida y la sabiduría, por habernos guiado para elegir la carrera que hoy nos hace profesionales como gestoras empresariales, a los docentes por transmitirnos sus conocimientos, a nuestras familias por el apoyo recibido, y a todas aquellas personas que con su ayuda han colaborado en la realización del presente trabajo.

**(Diana y Leidy)**

## TABLA DE CONTENIDO

<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>29</b>
<b>1. GENERALIDADES .....</b>	<b>31</b>
1.1. PANORAMA DEL SECTOR.....	31
1.2. CONTEXTO GEOGRÁFICO.....	34
1.3. ASPECTOS LEGALES .....	35
<b>2. ESTUDIO DE MERCADOS .....</b>	<b>39</b>
<b>2.1. OBJETIVOS .....</b>	<b>39</b>
2.1.1. Objetivo general.....	39
2.1.2. Objetivos específicos .....	39
<b>2.2. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO .....</b>	<b>40</b>
2.2.1. Descripción, Usos y especificaciones del producto/servicio: .....	40
2.2.2. Atributos diferenciadores del producto/servicio con respecto a la competencia .....	43
<b>2.3. MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO .....</b>	<b>44</b>
2.3.1. Mercado potencial: .....	44
2.3.2. Mercado objetivo: .....	45
<b>2.4. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS .....</b>	<b>45</b>
2.4.1. La demanda:.....	45
2.4.1.1. Descripción del problema de investigación de mercados:.....	46
2.4.1.2. Necesidades de información: .....	48
2.4.1.3. Ficha Técnica .....	49
2.4.2. Tabulación, presentación y análisis de resultados: .....	53
2.4.3. Estimación de la demanda:.....	68

2.4.3.1.	Demanda total: .....	69
2.4.3.2.	Demanda efectiva:.....	70
2.4.4.	Proyección de la demanda: .....	71
<b>2.5.</b>	<b>OFERTA O COMPETENCIA.....</b>	<b>74</b>
2.5.1.	Necesidades de información.....	74
2.5.2.	Análisis de la Situación actual de la competencia: .....	74
2.5.2.1.	Competidores en el mercado y su identificación: .....	74
2.5.2.2.	Matriz de perfil competitivo: .....	78
2.5.2.3.	Oferta de la competencia área metropolitana: .....	79
2.5.2.4.	Proyección de la oferta: .....	81
<b>2.6.</b>	<b>DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA.....</b>	<b>82</b>
<b>2.7.</b>	<b>CANALES DE COMERCIALIZACION .....</b>	<b>83</b>
2.7.1.	Estructura de los canales actuales .....	86
2.7.2.	Ventajas y desventajas de los canales actuales de la empresa .....	87
2.7.3.	Selección de los canales de comercialización: .....	87
<b>2.8.</b>	<b>PRECIO.....</b>	<b>88</b>
2.8.1.	Análisis de precios de la competencia: .....	88
2.8.2.	Estrategias de fijación de precios: .....	89
<b>2.9.</b>	<b>PUBLICIDAD Y PROMOCION .....</b>	<b>90</b>
2.9.1.	Objetivos.....	90
2.9.2.	Logotipo:.....	91
2.9.3.	Slogan .....	93
2.9.4.	Análisis de medios.....	94
2.9.5.	Selección de medios:.....	95
2.9.6.	Estrategias Publicitarias:.....	96
2.9.6.1.	Estrategias de publicidad de lanzamiento:.....	96
2.9.6.2.	Estrategias de publicidad de mantenimiento.....	97
2.9.7.	Presupuesto de publicidad y promoción .....	98

2.9.7.1.	De lanzamiento .....	98
2.9.7.2.	De operación: .....	98
<b>3.</b>	<b>ESTUDIO TÉCNICO.....</b>	<b>100</b>
<b>3.1.</b>	<b>TAMAÑO DEL PROYECTO .....</b>	<b>100</b>
3.1.1.	Descripción del tamaño del proyecto: .....	100
3.1.2.	Factores que determinan el tamaño de un proyecto: .....	100
3.1.2.1.	Capacidad financiera: .....	100
3.1.2.2.	Demanda: .....	101
3.1.2.3.	Disponibilidad del recurso humano: .....	101
3.1.2.4.	Disponibilidad del materiales e insumo: .....	101
3.1.2.5.	Capacidad administrativa y tecnológica: .....	102
3.1.2.6.	Impacto ambiental: .....	102
3.1.2.7.	Localización: .....	102
3.1.2.8.	Disponibilidad de recursos propios y de terceros: .....	102
3.1.3.	Capacidad del proyecto: .....	102
3.1.3.1.	Capacidad total diseñada por línea de producto o servicio: .....	104
3.1.3.2.	Capacidad instalada: .....	106
3.1.3.3.	Capacidad utilizada y proyectada: .....	107
<b>3.2.</b>	<b>LOCALIZACIÓN.....</b>	<b>109</b>
3.2.1.	Macro localización: .....	109
3.2.2.	Micro localización: .....	110
3.2.2.1.	Factores .....	110
3.2.2.2.	Grados .....	111
<b>3.3.</b>	<b>INGENIERÍA DEL PROYECTO.....</b>	<b>114</b>
3.3.1.	Ficha técnica del producto .....	115
3.3.2.	Descripción técnica del proceso: .....	115
3.3.2.1.	Descripción técnica del proceso productivo .....	116
3.3.2.2.	Descripción del proceso del plan de urgencias .....	117

3.3.2.3.	Descripción del proceso del plan todo incluido .....	119
3.3.2.4.	Programar un traslado a un centro médico .....	121
3.3.3.	Diagrama de operación, proceso y procedimiento: .....	121
3.3.3.1.	Diagrama de proceso del plan de urgencias.....	124
3.3.3.2.	Diagrama del proceso del plan todo incluido .....	125
3.3.4.	Control de calidad:.....	126
3.3.5.	Recursos: .....	128
3.3.5.1.	Recurso humano: .....	128
3.3.5.2.	Recurso físico:.....	129
3.3.5.3.	Recurso de insumos:.....	132
3.3.6.	Análisis de Proveedores: .....	135
3.3.7.	Distribución de planta: .....	138
<b>4.</b>	<b>ESTUDIO ADMINISTRATIVO .....</b>	<b>141</b>
<b>4.1.</b>	<b>FORMA DE CONSTITUCIÓN.....</b>	<b>141</b>
4.1.1.	Razón social de la empresa: U.B.M AMBULANCIAS S.A.S.....	141
4.1.2.	Objetivos generales y carácter de la empresa .....	141
4.1.3.	Domicilio de la empresa:.....	142
4.1.4.	Actividades generales que va a desarrollar para el cumplimiento de los objetivos .....	142
4.1.5.	Asociados, ya sean personas naturales o jurídicas.....	143
4.1.6.	Derechos y deberes de los asociados. ....	143
4.1.7.	Órganos de dirección y de administración: .....	144
4.1.8.	Representación legal: .....	144
4.1.9.	Mecanismos de control: .....	144
4.1.10.	Composición patrimonial, condiciones de aportación: .....	145
4.1.11.	Condiciones de ingreso y retiro de socios: .....	145
4.1.12.	Duración de la sociedad: .....	145
4.1.13.	Causa y condiciones de liquidación: .....	146

4.1.14.	Reparto de los beneficios y utilidades obtenidas: .....	146
4.1.15.	Los demás elementos que se consideren de relevancia o que sean exigidos por la ley: .....	146
<b>4.2.</b>	<b>CULTURA ORGANIZACIONAL.....</b>	<b>147</b>
4.2.4.	Políticas: .....	149
4.2.4.1.	Política de calidad: .....	149
4.2.4.2.	Políticas de personal .....	150
4.2.4.3.	Políticas de compra .....	151
4.2.4.4.	Políticas de venta .....	152
<b>4.3.</b>	<b>ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....</b>	<b>152</b>
4.3.1.	Organigrama:.....	152
4.3.2.	Descripción y perfil de cargos .....	154
4.3.3.	Asignación salarial:.....	168
<b>5.</b>	<b>ESTUDIO FINANCIERO .....</b>	<b>171</b>
<b>5.1.</b>	<b>INVERSIONES .....</b>	<b>171</b>
5.1.1.	Inversión Fija: .....	171
5.1.1.1.	Terreno:.....	171
5.1.1.2.	Construcción: .....	171
5.1.1.3.	Maquinaria y equipo: .....	172
5.1.1.4.	Muebles y enseres: .....	173
5.1.1.5.	Equipo de oficina:.....	173
5.1.1.7.	Total de inversión fija:.....	175
5.1.2.	Inversión diferida .....	176
5.1.3.	Inversión de capital de trabajo .....	177
5.1.3.1.	Costos de producción .....	177
5.1.3.2.	Gastos de administración y ventas: .....	183
5.1.3.3.	Gastos Financieros:.....	185
5.1.3.4.	Total Capital de trabajo.....	188

5.1.4.	Inversión total .....	188
5.1.5.	Fuentes de financiación .....	189
<b>5.2.</b>	<b>COSTOS Y GASTOS .....</b>	<b>189</b>
5.2.1.	Costos y gastos fijos .....	189
5.2.2.	Costos y gastos variables .....	190
5.2.3.	Costo y gasto total .....	191
<b>5.3.</b>	<b>PRECIO DE VENTA .....</b>	<b>191</b>
5.3.1.	Traslado en ambulancia.....	192
5.3.2.	Atención médica domiciliaria.....	192
<b>5.4.</b>	<b>PROYECCIONES FINANCIERAS.....</b>	<b>193</b>
5.4.1.	INGRESOS.....	193
5.4.1.1.	Traslado en ambulancia .....	193
5.4.1.2.	Atención médica domiciliaria .....	193
5.4.2.	EGRESOS.....	194
<b>5.5.</b>	<b>ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS A 5 AÑOS .....</b>	<b>194</b>
5.5.1.	Estado de Resultados Proyectados a 5 años.....	194
5.5.2.	Flujo de Caja Proyectado.....	195
5.5.3.	Balance General inicial y proyectado .....	196
<b>6.</b>	<b>EVALUACIÓN DEL PROYECTO .....</b>	<b>198</b>
<b>6.1.</b>	<b>EVALUACIÓN SOCIAL Y LOS ASPECTOS CLAVES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL .....</b>	<b>198</b>
6.1.1.	Desarrollo Regional .....	198
6.1.2.	Generación de empleo.....	199
<b>6.2.</b>	<b>EVALUACIÓN AMBIENTAL .....</b>	<b>199</b>
6.2.1.	Matriz de evaluación de impactos.....	200
6.2.1.1.	El ser humano, la fauna y la flora .....	200

6.2.1.2.	El suelo, el agua, el aire, el clima y el paisaje.....	200
6.2.1.3.	Los bienes materiales y el patrimonio cultural .....	200
6.2.1.4.	La interacción entre los factores mencionados anteriormente .....	200
6.2.2.	Plan de mitigación dentro de un desarrollo sostenible .....	202
<b>6.2.</b>	<b>EVALUACIÓN FINANCIERA .....</b>	<b>204</b>
6.3.1.	Valor presente neto .....	206
6.3.2.	Tasa Interna Retorno TIR .....	207
6.3.3.	Período de recuperación.....	208
6.3.4.	Análisis de las Razones Financieras.....	213
6.3.4.1.	Razones de liquidez .....	213
6.3.4.2.	Razones de endeudamiento.....	215
6.3.4.3.	Razones de actividad .....	218
6.3.4.4.	Razones de rentabilidad .....	219
<b>6.3.</b>	<b>PUNTO DE EQUILIBRIO .....</b>	<b>221</b>
6.4.1.	Traslados en ambulancia .....	222
6.4.2.	Atención médica domiciliaria.....	223
<b>7.</b>	<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>225</b>
<b>8.</b>	<b>RECOMENDACIONES .....</b>	<b>227</b>
	<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>228</b>
	<b>ANEXOS .....</b>	<b>234</b>

## LISTA DE CUADROS

<b>Cuadro 1.</b> Proyección población 2020 en el área metropolitana .....	31
<b>Cuadro 2.</b> Proyección población mujeres embarazadas .....	33
<b>Cuadro 3.</b> Proyección población niños y jóvenes entre 0 y 18 años .....	33
<b>Cuadro 4.</b> Marco legal referente al sector salud .....	35
<b>Cuadro 5.</b> Marco legal referente al emprendimiento.....	36
<b>Cuadro 6.</b> Marco legal referente a estado laboral .....	37
<b>Cuadro 7.</b> Marco legal referente a la seguridad social .....	38
<b>Cuadro 8.</b> Ficha técnica .....	49
<b>Cuadro 9.</b> Porcentaje de aceptación por estrato .....	53
<b>Cuadro 10.</b> Personas que utilizaron los servicios de ambulancias .....	54
<b>Cuadro 11.</b> Tipos de servicios utilizados .....	55
<b>Cuadro 12.</b> Utilización del servicio de ambulancias con diferentes empresas .....	57
<b>Cuadro 13.</b> Números de servicio traslado de ambulancia en un año.....	59
<b>Cuadro 14.</b> Precio de los servicios .....	60
<b>Cuadro 15.</b> Nivel de satisfacción.....	61
<b>Cuadro 16.</b> Recomendación de los servicios .....	63
<b>Cuadro 17.</b> Frecuencia de servicios en atención medica domiciliaria.....	64
<b>Cuadro 18.</b> Números de servicio de atención domiciliaria en un año .....	65
<b>Cuadro 19:</b> Precio de los servicios de atención domiciliaria .....	66
<b>Cuadro 20.</b> Disposición a utilizar los nuevos servicios .....	68
<b>Cuadro 21.</b> Crecimiento poblacional del Área Metropolitana de Bucaramanga ....	71
<b>Cuadro 22.</b> Distribución porcentual del Área Metropolitana de Bucaramanga .....	72
<b>Cuadro 23.</b> Distribución de la población del Área Metropolitana Bucaramanga demandante.....	72
<b>Cuadro 24.</b> Servicios de atención médica domiciliaria .....	73
<b>Cuadro 25.</b> Traslados en ambulancia.....	73
<b>Cuadro 26.</b> Fortalezas y debilidades competencia Emerger .....	75

<b>Cuadro 27.</b> Fortalezas y debilidades de la competencia Emermédica.....	77
<b>Cuadro 28.</b> Fortaleza y debilidades de la competencia AME .....	78
<b>Cuadro 29.</b> Matriz de perfil competitivo .....	79
<b>Cuadro 30.</b> Oferta de traslados en ambulancia de la competencia .....	80
<b>Cuadro 31.</b> Oferta de atención médica domiciliaria de la competencia .....	80
<b>Cuadro 32.</b> Distribución de la población del Área Metropolitana de Bucaramanga de la oferta.....	81
<b>Cuadro 33.</b> Servicios de atención domiciliaria de la oferta (competencia) .....	82
<b>Cuadro 34.</b> Servicios de traslados en ambulancia de la oferta (competencia) .....	82
<b>Cuadro 35.</b> Demanda insatisfecha servicios de atención domiciliaria .....	83
<b>Cuadro 36.</b> Demanda insatisfecha servicios de traslado en ambulancia .....	83
<b>Cuadro 37.</b> Ventajas y desventajas de los canales de comercialización .....	85
<b>Cuadro 38.</b> Precio de atención médica domiciliaria del área Metropolitana de Bucaramanga .....	88
<b>Cuadro 39.</b> Precio de traslado en ambulancia del área Metropolitana de Bucaramanga .....	89
<b>Cuadro 40:</b> Análisis de medios .....	94
<b>Cuadro 41.</b> Medios de publicidad .....	95
<b>Cuadro 42.</b> Presupuesto de lanzamiento .....	98
<b>Cuadro 43.</b> Presupuesto de operación.....	99
<b>Cuadro 44.</b> Capacidad de servicios de ambulancia.....	103
<b>Cuadro 45.</b> Capacidad diseñada en servicios traslado en ambulancia.....	105
<b>Cuadro 46.</b> Capacidad diseñada en servicios atención médica domiciliaria .....	106
<b>Cuadro 47.</b> Capacidad instalada en servicios traslado en ambulancia .....	106
<b>Cuadro 48.</b> Capacidad instalada en servicios atención médica domiciliaria .....	107
<b>Cuadro 49.</b> Capacidad utilizada y proyectada de traslado de ambulancias .....	108
<b>Cuadro 50.</b> Capacidad utilizada y proyectada de atención médica domiciliaria ..	109
<b>Cuadro 51.</b> Factores de ponderación .....	110
<b>Cuadro 52.</b> Grado de disponibilidad de vías de acceso .....	111
<b>Cuadro 53.</b> Grado de disponibilidad de transporte .....	111

<b>Cuadro 54.</b> Grado de disponibilidad de servicios públicos .....	112
<b>Cuadro 55.</b> Grado de costos de arrendamiento de las instalaciones.....	112
<b>Cuadro 56.</b> Grado de disponibilidad de infraestructura .....	112
<b>Cuadro 57.</b> Grado de costos de servicios públicos .....	113
<b>Cuadro 58.</b> Grado de impacto social.....	113
<b>Cuadro 59.</b> Grado de proveedores.....	113
<b>Cuadro 60.</b> Evaluación de los barrios para micro localización.....	114
<b>Cuadro 61.</b> Maquinaria y equipos del área de producción.....	129
<b>Cuadro 62.</b> Herramientas médicas del área de producción.....	130
<b>Cuadro 63.</b> Muebles y enseres del área administrativa.....	131
<b>Cuadro 64.</b> Equipos de oficina del área administrativa.....	131
<b>Cuadro 65.</b> Útiles de oficina .....	132
<b>Cuadro 66.</b> Útiles de aseo.....	133
<b>Cuadro 67.</b> Medicamentos .....	133
<b>Cuadro 68.</b> Insumo del área de producción .....	134
<b>Cuadro 69.</b> Análisis de proveedores .....	135
<b>Cuadro 70.</b> Distribución de la planta física .....	138
<b>Cuadro 71.</b> Descripción del cargo gerente .....	154
<b>Cuadro 72.</b> Descripción del cargo asesor contable .....	155
<b>Cuadro 73.</b> Descripción del cargo vendedor .....	156
<b>Cuadro 74.</b> Descripción del cargo auxiliar administrativo .....	157
<b>Cuadro 75.</b> Descripción cargo médico .....	158
<b>Cuadro 76.</b> Descripción del cargo paramédico.....	159
<b>Cuadro 77.</b> Descripción del cargo conductor.....	160
<b>Cuadro 78.</b> Perfil del cargo gerente .....	161
<b>Cuadro 79.</b> Perfil del cargo asesor contable.....	162
<b>Cuadro 80.</b> Perfil del cargo vendedor.....	163
<b>Cuadro 81.</b> Perfil del cargo vendedor.....	164
<b>Cuadro 82.</b> Perfil del cargo médico .....	165
<b>Cuadro 83.</b> Perfil del cargo paramédico .....	166

<b>Cuadro 84.</b> Perfil del cargo conductor .....	167
<b>Cuadro 85.</b> Prestaciones sociales de M.O.D.....	168
<b>Cuadro 86.</b> Estructura salarial de M.O.D.....	169
<b>Cuadro 87.</b> Prestaciones sociales M.O.I .....	169
<b>Cuadro 88.</b> Estructura salarial M.O.I .....	170
<b>Cuadro 89.</b> Maquinaria y equipo .....	172
<b>Cuadro 90.</b> Muebles y enseres de oficina .....	173
<b>Cuadro 91.</b> Equipos de oficina .....	174
<b>Cuadro 92.</b> Herramientas médicas.....	174
<b>Cuadro 93.</b> Total de inversión fija.....	176
<b>Cuadro 94.</b> Inversión diferida .....	176
<b>Cuadro 95.</b> Insumos directos .....	177
<b>Cuadro 96.</b> Mano de obra directa.....	178
<b>Cuadro 97.</b> Mano de obra indirecta.....	179
<b>Cuadro 98.</b> Depreciación de los activos fijos.....	179
<b>Cuadro 99.</b> Otros CIF.....	180
<b>Cuadro 100.</b> Insumos indirectos.....	181
<b>Cuadro 101.</b> Total CIF .....	182
<b>Cuadro 102.</b> Total de costos de producción .....	183
<b>Cuadro 103.</b> Gastos de administración y ventas .....	183
<b>Cuadro 104.</b> Depreciación de la oficina.....	184
<b>Cuadro 105.</b> Total gastos de administración y ventas .....	185
<b>Cuadro 106.</b> Financiación del crédito .....	185
<b>Cuadro 107.</b> Amortización del crédito .....	186
<b>Cuadro 108.</b> Total inversión capital de trabajo .....	188
<b>Cuadro 109.</b> Inversión total .....	188
<b>Cuadro 110.</b> Fuentes de financiación.....	189
<b>Cuadro 111.</b> Costos fijos.....	190
<b>Cuadro 112.</b> Costos variables .....	190
<b>Cuadro 113.</b> Costos unitarios para traslados en ambulancia .....	191

<b>Cuadro 114.</b>	Costo unitario para atención medica domiciliaria .....	191
<b>Cuadro 115.</b>	Precio de venta del servicio de traslado en ambulancia.....	192
<b>Cuadro 116.</b>	Precio de venta del servicio de atención medica domiciliaria.....	192
<b>Cuadro 117.</b>	Proyección de ingresos por traslados en ambulancia .....	193
<b>Cuadro 118.</b>	Proyección de ingresos por atención médica domiciliaria .....	193
<b>Cuadro 119.</b>	Proyección de Egresos.....	194
<b>Cuadro 120.</b>	Estado de resultados proyectado .....	195
<b>Cuadro 121.</b>	Flujo de caja proyectado.....	196
<b>Cuadro 122.</b>	Balance general.....	196
<b>Cuadro 123.</b>	Matriz de impacto ambiental.....	201
<b>Cuadro 124.</b>	Variables de la tasa de descuento .....	204
<b>Cuadro 125.</b>	Evaluación financiera .....	206
<b>Cuadro 126.</b>	Valor presente neto .....	206
<b>Cuadro 127.</b>	Calculo tasa interna de retorno TIR .....	207
<b>Cuadro 128.</b>	Periodo de recuperación con flujos sin actualizar .....	208
<b>Cuadro 129.</b>	Periodo de recuperación con flujos sin actualizar del año de proyección 3 al 4 .....	209
<b>Cuadro 130.</b>	Periodo de recuperación con flujos sin actualizar del año de proyección 3 a 4 en el mes de 7. ....	209
<b>Cuadro 131.</b>	Periodo de recuperación con flujos netos actualizados .....	211
<b>Cuadro 132.</b>	Periodo de recuperación con flujos actualizados del año de proyección 4 al 5 .....	211
<b>Cuadro 133.</b>	Periodo de recuperación con flujos actualizados del año de proyección 4 al 5 en el mes 8 .....	212

## LISTA DE ECUACIONES

<b>Ecuación 1:</b> proyección .....	81
<b>Ecuación 2.</b> Precio de venta .....	192
<b>Ecuación 3:</b> Tasa de interés de oportunidad.....	204
<b>Ecuación 4.</b> TMAR.....	205
<b>Ecuación 5.</b> TMAR Deflactada.....	205
<b>Ecuación 6:</b> Tasa de retorno TIR .....	207
<b>Ecuación 7.</b> Punto de equilibrio .....	222

## LISTA DE GRÁFICAS

<b>Gráfica 1.</b> Personas que utilizaron los servicios de ambulancia .....	54
<b>Gráfica 2.</b> Tipos de servicios utilizados .....	56
<b>Gráfica 3.</b> Utilización del servicio de ambulancias con diferentes empresas .....	58
<b>Gráfica 4.</b> Números de servicios en un año.....	59
<b>Gráfica 5.</b> Precio de los servicios .....	61
<b>Gráfica 6.</b> Nivel de satisfacción .....	62
<b>Gráfica 7.</b> Recomendación de los servicios.....	63
<b>Gráfica 8.</b> Frecuencia de servicios en atención medica domiciliar.....	64
<b>Gráfica 9.</b> Números de servicio de atención domiciliaria en un año .....	66
<b>Gráfica 10.</b> Precio de los servicios de atención domiciliaria .....	66
<b>Gráfica 11.</b> Disposición a utilizar los nuevos servicios .....	68
<b>Gráfica 12.</b> Plano de la empresa.....	140
<b>Gráfica 13.</b> Organigrama de la empresa .....	153
<b>Gráfica 14.</b> Punto de equilibrio de los traslados en ambulancias.....	223
<b>Gráfica 15.</b> Punto de equilibrio de la atención médica domiciliaria .....	224

## LISTA FIGURAS

<b>Figura 1.</b> Mapa área metropolitana de Bucaramanga .....	34
<b>Figura 2:</b> Plan de urgencias .....	41
<b>Figura 3:</b> Plan todo incluido .....	42
<b>Figura 4.</b> Logo de emerger.....	75
<b>Figura 5.</b> Logo empresa Emermédica .....	76
<b>Figura 6.</b> Logo empresa AME .....	77
<b>Figura 7.</b> Canal directo.....	86
<b>Figura 8.</b> Objetivos de la empresa AMB AMBULANCIAS S.A.S .....	90
<b>Figura 9.</b> Logo de la empresa UBM AMBULANCIA S.A.S.....	91
<b>Figura 10.</b> Lema UBM AMBULANCIA S.A.S .....	93
<b>Figura 11.</b> Capacidad de servicios atención medica domiciliaria .....	104
<b>Figura 12.</b> Actividades para el desarrollo de los objetivos .....	142
<b>Figura 13.</b> Socios de la empresa U.B.M AMBULANCIAS.....	143
<b>Figura 14:</b> Visión.....	147
<b>Figura 15.</b> Misión .....	147
<b>Figura 16.</b> Inversiones UBM AMBULANCIA S.A.S.....	171

## LISTA DE FOTOGRAFÍAS

<b>Fotografía 1.</b> Área metropolitana de Bucaramanga .....	109
--	-----

## LISTA DE ILUSTRACIONES

<b>Ilustración 1:</b> Descripción de proceso del plan de urgencias .....	117
<b>Ilustración 2.</b> Descripción del proceso del plan todo incluido.....	119
<b>Ilustración 3.</b> Programar un traslado a un centro médico .....	121

## LISTA DE TABLAS

<b>Tabla 1:</b> Propuesta de valor .....	43
<b>Tabla 2:</b> Producto, Precio, Plaza, Promoción .....	47
<b>Tabla 3:</b> Canales de comercialización .....	84
<b>Tabla 4:</b> Ventajas y desventajas de los canales de la empresa.....	87
<b>Tabla 5:</b> Ficha técnica del servicio .....	115
<b>Tabla 6:</b> Descripción técnica del proceso productivo.....	116
<b>Tabla 7.</b> Recurso humano: Mano de obra directa .....	128
<b>Tabla 8.</b> Recurso humano: Mano de obra indirecta .....	128
<b>Tabla 9.</b> Deberes y derechos de los asociados .....	143
<b>Tabla 10.</b> Mecanismo de control de la empresa U.B.M AMBULANCIA S.A.S.....	145
<b>Tabla 11.</b> Objetivos cultura organizacional .....	148
<b>Tabla 12.</b> Plan de mitigación .....	202
<b>Tabla 13.</b> Razones de liquidez .....	213
<b>Tabla 14.</b> Razones de endeudamiento .....	215
<b>Tabla 15:</b> Razones de actividad .....	218
<b>Tabla 16:</b> Razones de rentabilidad.....	219

## LISTA DE ANEXOS

<b>Anexo A.</b> Encuesta conocimiento de la empresa UBM AMBULANCIAS S.A.S ..	234
<b>Anexo B.</b> Cotización de proveedor de muebles y enseres .....	236
<b>Anexo C.</b> Cotización de proveedor de equipos de oficina .....	238
<b>Anexo D.</b> Cotización de proveedor de útiles de oficina .....	239
<b>Anexo E.</b> Cotización de proveedor de útiles de aseo .....	241
<b>Anexo F.</b> Cotización de proveedor de medicamentos .....	243

## LISTA DE ABREVIATURAS

AFP	Administración de Fondos de Pensiones
ARP	Administración de riesgos profesionales
APH	Atención Prehospitalaria
CECP	Concentración endeudamiento en corto plazo
CI	Cobertura de interés en veces
CIF	Costos Indirectos de fabricación
CNT	Capital neto de trabajo
DF/PT	Deuda financiera / pasivo total
DTF	Depósito a término fijo
EPS	Entidad promotora de salud
ICF	Impacto de la carga financiera
LT	Laverage total
MBU	Margen bruto de utilidad
MNU	Margen neto de utilidad
MO	Margen operacional
MOD	Mano de obra directa
MOI	Mano de obra indirecta
NE	Nivel de endeudamiento
PA	Prueba acida
RA	Rentabilidad del activo
RAT	Rotación de activo total
RC	Razón corriente
RD/P	Relación deuda / patrimonio
RP	Rentabilidad del patrimonio
TAM	Traslado Asistencial Medicalizado
TAB	Traslado Asistencial Básico
TES	Títulos de deuda publica

TIH	Traslado Interhospitalario
TIR	Tasa interna de retorno
TIO	Tasa de interés de oportunidad
TMAR	Tasa mínima de atractiva de retorno
TR	Tasa de rentabilidad
RC	Recursos de crédito
RP	Recursos propios
VPN	Valor presente neto

## GLOSARIO

**Ambulancia:** vehículo diseñado y/o acondicionado con equipos especializados de auxilio médico apropiados para el transporte terrestre de personas enfermas y/o heridas.

**Traslado interhospitalario:** es el servicio prestado durante el traslado de un paciente o herido de un establecimiento de salud a otro, y tiene por finalidad mantener la estabilidad del paciente durante el traslado y controlar los riesgos para su vida y salud.

**Atención prehospitalaria:** es el servicio prestado en casos de emergencia, desde el primer contacto con el paciente o herido, y tiene por finalidad otorgarles los primeros cuidados para su sobrevivencia o estabilización hasta la llegada y entrega a un establecimiento de salud.

**Ambulancia básica:** unidad de intervención con equipo específico de respuesta inicial tripulada por auxiliar de enfermería o técnico en atención prehospitalaria. Debe tener una camilla principal con sistema de anclaje, camilla secundaria, tabla espinal corta, tabla espinal larga, camilla tipo cuchara, millar o camilla de vacío, silla de ruedas, sistema de oxígeno con capacidad total de almacenamiento de 6 metros cúbicos, equipo de radiocomunicaciones, sistema sonoro de alerta vial adicional al pito o bocina

**Ambulancia medicalizada:** unidad de intervención con equipo avanzado tripulada por médico entrenado, enfermera, auxiliar o tecnólogo en atención prehospitalaria.

## RESUMEN

**TÍTULO:** FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRESTADORA DE SERVICIOS MÉDICOS DOMICILIARIOS Y TRASLADOS EN AMBULANCIA EN BUCARAMANGA Y SU ÁREA METROPOLITANA.\*

**AUTORES:** DIANA MARCELA CALVETE MARTÍNEZ,  
LEIDY VIVIANA CALVETE MARTÍNEZ\*\*

**PALABRAS CLAVES:** FACTIBILIDAD, SERVICIOS MÉDICOS, TRASLADOS, AMBULANCIA, NIÑOS MENORES DE 18 AÑOS, MUJERES GESTANTES.

### DESCRIPCIÓN:

La atención médica y el transporte en ambulancia es de vital importancia para salvaguardar la vida de los pacientes en una población específica y en especial las más vulnerable que no se tienen enfoque principal como lo son las mujeres gestantes y niños menores de 18 años, dado que es un gran porcentaje que compone la población, ya que al contar con herramientas, equipos, el personal capacitado y especializado se podrá garantizar y brindar un traslado o atención de un paciente con condiciones idóneas y monitoreadas en su desplazamiento, ya sea de rutina para un examen, revisión o de urgencia por estar en riesgo la vida.

Por tal razón este proyecto se analiza un estudio de factibilidad para crear una empresa prestadora de servicios de atención médica domiciliarios y traslados en ambulancia en Bucaramanga y su área metropolitana ya que la población más vulnerable requiere de una valoración y atención inmediata, donde en la actualidad la ciudad no cuenta con una entidad o vehículos equipados para ofrecer estos tipos de servicios y que sea de fácil acceso a todos los estratos económicos.

De acuerdo al estudio de mercados se ha observa que existe una demanda interesada en adquirir los servicio enfocados en las mujeres gestantes y niños menores de 18 años puesto que han evidenciado la falta en esta atención médica, por lo tanto, da el primer paso de viabilidad para este proyecto, y estructuración de factibilidad para conocer e identificar los criterios necesarios para una puesta en marcha del proyecto.

---

\* Trabajo de grado

\*\* Universidad Industrial de Santander. Instituto proyección regional y educación a distancia. Gestión Empresarial, director: Germán Acevedo Rodríguez, Ingeniero Industrial.

## ABSTRACT

**TITLE:** FACTIBILITY FOR THE CREATION OF A COMPANY PROVIDER OF HOME MEDICAL SERVICES AND TRANSFERS IN AMBULANCIA IN BUCARAMANGA AND ITS METROPOLITAN AREA.\*

**AUTHORS:** DIANA MARCELA CALVETE MARTÍNEZ,  
LEIDY VIVIANA CALVETE MARTÍNEZ \*\*

**KEYWORDS:** FEASIBILITY, MEDICAL SERVICES, TRANSFERS, AMBULANCE, CHILDREN UNDER THE AGE OF 18, PREGNANT WOMEN.

### DESCRIPTION:

Medical care and ambulance transport is of vital importance to safeguard the lives of patients in a specific population and especially the most vulnerable who do not have a primary focus such as pregnant women and children under 18 years of age since it is a large percentage that makes up the population, since by having tools, equipment, trained and specialized personnel can guarantee and provide a transfer or care of a patient with suitable conditions and monitored in their displacement, either routine for an exam , review or urgency for being at risk of life.

For this reason, this project analyzes a feasibility study to create a company that provides home health care services and ambulance transfers in Bucaramanga and its metropolitan area since the most vulnerable population requires an immediate assessment and attention, where currently The city does not have an entity or vehicles equipped to offer these types of services and that is easily accessible to all economic strata.

According to the market study, it has been observed that there is a demand interested in acquiring services focused on pregnant women and children under 18 years since they have evidenced the lack of this medical care, therefore, they take the first feasibility step for this project, and structuring of feasibility to know and identify the criteria necessary for a project start-up.

---

\* Grade work

\*\* University Industrial Santander, Regional projection institute and distance education, Directress: : Germán Acevedo Rodríguez, industrial engineer.

## INTRODUCCIÓN

La evolución y el desarrollo en distintos países durante las últimas décadas han producido cambios en los planteamientos de la atención domiciliaria y traslado en ambulancia, tanto en los niveles sanitarios como en los sociales, estos cambios tiene en común una serie de factores propios de nuestra sociedad actual, tales como el envejecimiento, la interacción del anciano en su medio natural, la potenciación del autocuidado en los niños y jóvenes, crecimiento de la población y el incremento de las actividades preventivas entre otras.

Los cambios demográficos y epidemiológicos de nuestra sociedad permiten predecir que la importancia de la visita domiciliaria y traslados de ambulancia irá en aumento, sobre todo paciente en edad avanzada, enfermos crónicos, pacientes en etapa terminal, o con dependencia física y/o psíquica o simplemente en la detección de riesgos psico-sociales y a su vez permite conocer los recursos de la familia que potencialmente pueden desempeñar roles favorables en el proceso asistencial.

Este trabajo busca establecer un plan de negocio para la creación de una empresa prestadora de servicios médicos domiciliarios y traslados en ambulancia para mujeres embarazadas, niños y jóvenes, buscando ser una organización competitiva y asequible para las familias del área metropolitana de Bucaramanga.

En la ciudad de Bucaramanga, cuenta con 1.270.187<sup>1</sup> habitantes en toda el área metropolitana en los cuales 16.776<sup>2</sup> son mujeres embarazadas y 334.486<sup>3</sup> son niños y jóvenes entre 0 a 18 años, donde a medida de los años esta población va en crecimiento en nuestro país.

Una de las problemáticas en el sector de estos servicios en la ciudad es que no existe una empresa directa que este enfocada a la atención de esta población más vulnerable, ya que solo brindan servicios independientes de traslado en ambulancia y atención médica, conllevando un colapso tanto a las EPS, IPS y familias santandereanas al momento de adquirir los servicios por separado.

Con la creación de esta empresa se pretende atender la problemática en relación a la necesidad de la población más vulnerable que se localiza en la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana. Para esto se llevará a cabo un estudio de la población objetivo, con lo cual se construirá una propuesta para la operación y se realizará una evaluación económica, financiera y social que permita evaluar su viabilidad. Además, se planteará una estrategia para invitar al sector empresarial a ser parte de este proyecto desde la Responsabilidad Social Empresarial.

---

<sup>1</sup> DANE INFORMACIÓN PARA TODOS. Proyecciones de población con desagregación nacional, departamental, municipal, y cabecera – resto (centros poblados y rural disperso). [En línea]. Consultado el 24 de enero de 2020. Disponible en: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/proyecciones-de-poblacion>.

<sup>2</sup> DANE INFORMACIÓN PARA TODOS. Proyecciones de población con desagregación nacional, departamental y municipal, por grupos quinquenales de edad, edades simples (0 a 28 años) y sexo. [En línea]. Consultado el 24 de enero de 2020. Disponible en: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/proyecciones-de-poblacion>.

<sup>3</sup> Ibid. Disponible en: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/proyecciones-de-poblacion>.

## 1. GENERALIDADES

### 1.1. PANORAMA DEL SECTOR

Durante el transcurso de los años, los avances tecnológicos han ido incrementado al igual que la capacidad de los seres humanos para contrarrestar todo tipo de riesgos, factores y enfermedades que afectan a la salud. Empresarios y profesionales de la salud han incursionado avances en el área de mayor afectación, con la creación e innovación de centros médicos y recursos tanto humanos, materiales, financieros, entre otros; con la finalidad de dar un control, tratamiento y mejoramiento sobre el estado de salud de las personas, sin embargo, no han sido suficientes para cubrir todas las necesidades de la población.

Un claro ejemplo de esta problemática se evidencia en Bucaramanga y su área metropolitana, el cual cuenta con una totalidad de 1.270.187 habitantes, distribuidos de la siguiente manera:

**Cuadro 1.** Proyección población 2020 en el área metropolitana<sup>4</sup>

Proyección población 2020	
Municipio	Población
Bucaramanga	607,428
Floridablanca	307,896
Girón	171,904
Piedecuesta	182,959
<b>TOTAL</b>	<b>1,270,187</b>

**Fuente:** Autores de la investigación

<sup>4</sup> DANE INFORMACIÓN PARA TODOS. Op. Cit. Disponible en: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/proyecciones-de-poblacion>.

La alta demanda poblacional generó la creación de servicios extrahospitalarios como una forma de recibir una atención rápida y oportuna, el cual hoy en día se encuentra liderada por las organizaciones de AME, EMERMEDICA y EMERGER, al ofrecer servicios médicos domiciliarios, traslados en ambulancia y cubrimiento de eventos con la prestación de primeros auxilios. Sus mercados objetivos se connotan en la atención a adultos mayores, afiliados de Ecopetrol y personas particulares, sin embargo, estas empresas aún no cubren las necesidades de los pacientes debido a la falta de personal capacitado y entrenado, la cobertura de vehículos, los escasos equipos e insumos, la demora para recibir una atención de urgencia, los altos costos de los servicios, entre otros<sup>5</sup>.

Por otra parte, estudios realizados por el DANE ha demostrado que las mujeres gestantes, niños y jóvenes presentan altas tasas de mortalidad, enfermedad y accidentalidad, lo cual es considerada como la población de mayor vulnerabilidad<sup>6</sup>. Actualmente los municipios de Girón, Piedecuesta, Bucaramanga y Floridablanca no han implementado instituciones en el área extrahospitalaria enfocadas en el mejoramiento de la atención, salud y traslados de los usuarios, los cuales se encuentran constituidos por 16.776 mujeres embarazadas y 334.486 entre niños y jóvenes; a continuación, se ilustra la distribución de la población más vulnerable en el área metropolitana:

---

<sup>5</sup> RESTREPO, JAIME. La calidad en la prestación de los servicios de salud: un imperativo por lograr. [En línea]. Consultado el 6 septiembre de 2019. Disponible en: [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0120-386X2007000100010](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-386X2007000100010)

<sup>6</sup> ALCALDIA DE BUCARAMANGA. Diagnóstico de primera infancia, infancia, adolescencia y juventud. [en línea]- Consultado el 8 de octubre de 2019. En: [http://www.bucaramanga.gov.co/laruta/download/infancia\\_y\\_adolescencia/documentos/Diagnostico-de-Primera-Infancia-Infancia-Adolescencia-y-Juventud-municipio-de-Bucaramanga-2016\\_.pdf](http://www.bucaramanga.gov.co/laruta/download/infancia_y_adolescencia/documentos/Diagnostico-de-Primera-Infancia-Infancia-Adolescencia-y-Juventud-municipio-de-Bucaramanga-2016_.pdf)

**Cuadro 2.** Proyección población mujeres embarazadas<sup>7</sup>

<b>Proyección población mujeres embarazadas</b>	
<b>Municipio</b>	<b>Población</b>
Bucaramanga	7,588
Floridablanca	3,979
Girón	2,546
Piedecuesta	2,663
<b>TOTAL</b>	<b>16,776</b>

**Fuente:** Autores de la investigación

**Cuadro 3.** Proyección población niños y jóvenes entre 0 y 18 años<sup>8</sup>

<b>Proyección población niños y jóvenes 0 - 18 años</b>	
<b>Municipio</b>	<b>Población</b>
Bucaramanga	152,781
Floridablanca	79,727
Girón	49,529
Piedecuesta	52,449
<b>TOTAL</b>	<b>334,486</b>

**Fuente:** Autores de la investigación

Por ende, este mercado objetivo es de mayor cuidado y atención, pues son los más propensos de contraer todo tipo de enfermedades, lesiones y accidentes, que pueden ser tratados y prevenidos, pero que a su vez no todo el personal de

<sup>7</sup> DANE INFORMACIÓN PARA TODOS. Op. Cit. Disponible en: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/proyecciones-de-poblacion>.

<sup>8</sup> Ibid. Disponible en: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/proyecciones-de-poblacion>.

enfermería y médico, se encuentran capacitado para atender situaciones de abortos, partos, infartos, convulsiones o para realizar algún tipo de traslado, etc.<sup>9</sup> No obstante, las adversidades anteriormente mencionadas conllevan a la situación que la desencadena, los cuales también se determinan por el aumento de desempleo, la falta de convenios, los altos costos para adquirir algún tipo de tratamiento, medicamento o control, el horario de atención, la disponibilidad y el tiempo del servicio. Todas estas apreciaciones generan que las personas no puedan adquirir un servicio completo, idóneo, rápido y oportuno, para los casos de emergencia y traslados hasta un centro médico.

La alta demanda de personas enfermas, accidentadas o con alguna discapacidad, no permiten brindar una atención de calidad para todos los usuarios, por esta razón se originan los servicios de ambulancia, los cuales brindan atenciones médicas domiciliarias, y traslados primarios y secundarios para cualquier usuario que lo requiera. Muchas de las empresas designadas para el sector domiciliario prestan sus servicios particulares a través de una mensualidad que varía según la atención y el traslado realizado.

## 1.2. CONTEXTO GEOGRÁFICO

U.B.M. AMBULANCIAS IPS S.A.S., es una empresa que prestará sus servicios a las mujeres gestantes, niños y jóvenes, residentes del área metropolitana de Bucaramanga.

La ubicación de la empresa será en la ciudad de Bucaramanga, debido a que

**Figura 1.** Mapa área metropolitana de Bucaramanga



**Fuente:** Atlas de la aglomeración de Bucaramanga

---

<sup>9</sup> RESTREPO. Op cit.

los clientes se concentraran principalmente en este municipio. El municipio de Bucaramanga es la capital del departamento de Santander que junto con Floridablanca, Girón y Piedecuesta conforman el área metropolitana. Esta zona contiene paisajes de exuberante vegetación y una arquitectura moderna, los cuales se convierten en la mejor descripción del realismo mágico colombiano.

La ciudad de Bucaramanga está ubicada sobre el valle del Río de Oro, donde se perciben dos sectores de diferente conformación física: “uno, formado por la meseta, y otro, por el valle, lo que ubica al área metropolitana en 916 metros sobre el nivel del mar aproximadamente, generando climas variados entre cálido y frío”<sup>10</sup>.

Las actividades económicas más importantes van desde la confección, hasta el sector avícola y agropecuario. Esta diversificación ha permitido mantener la estabilidad de la región, la cual se ve beneficiada también por su ubicación estratégica para el desarrollo del turismo de aventura.

### 1.3. ASPECTOS LEGALES

Las leyes más importantes que se deben cumplir para una empresa de servicios de ambulancia son:

**Cuadro 4.** Marco legal referente al sector salud

Sector de la salud		
Referencia Legal	Año	Descripción
Resolución 2003	2014	Por la cual se definen los procedimientos y condiciones de inscripción de los Prestadores de Servicios de Salud y de habilitación de servicios de salud.

<sup>10</sup> BUCARAMANGA. DATOS GENERALES. [En línea]. Consultado el 20 de mayo de 2020. Disponible en: <https://www.bucaramanga.gov.co/el-mapa/datos-generales/>

#### Cuadro 4 (continuación). Marco legal referente al sector salud

Ley 599	2000	Si durante un traslado se presenta un accidente o emergencia, el vehículo debe informar a la central de comunicaciones para solicitar apoyo externo, sin desviar la atención del paciente que lleva inicialmente.
Norma técnica NTC Colombiana 3729	2007	Esta norma establece los requisitos mínimos que deben cumplir y los ensayos a los que se deben someter los vehículos denominados ambulancias para transporte terrestre, destinados a la prestación del servicio de transporte de pacientes, de acuerdo con su complejidad (estado clínico patológico). NOTA: La presente Norma Técnica Colombiana no especifica requisitos para las ambulancias que trasladan pacientes en evacuación múltiple en zonas de conflicto.
Artículo 7 del Decreto 2423	1996	Hace referencia a la responsabilidad de las EPS y las IPS en la ubicación y la remisión de los pacientes.
Artículo 65 de la Ley 715 de 2001	2001	Hace referencia a que el ministerio de salud realiza control en dotación o equipos para la adquisición de bienes o servicios contemplado en ellos donde se le denomina Planes bienales de inversiones en salud.
Resolución número 9279	1993	Conjunto de normas técnico-sanitarias que deben cumplir las entidades públicas y privadas, prestadoras del servicio de ambulancias.
Decreto 412	1992	Reglamenta parcialmente los servicios de urgencias y se dictan otras disposiciones.

**Fuente:** Autores de la investigación

#### Cuadro 5. Marco legal referente al emprendimiento

Emprendimiento		
Referencia Legal	Año	Descripción
Ley 1014	2006	Por la cual se fomenta la cultura del emprendimiento.
Ley 222	1995	Por la cual se establece el reglamento de las empresas.
Ley 716 del 2001 Decreto 122	2002	A partir del 5 de agosto de 2002 se tramitará la asignación del Número de Identificación Tributario (NIT) a través de la Cámara de Comercio local.

### Cuadro 5 (continuación). Marco legal referente al emprendimiento

Ley 256 Competencia desleal	1996	Conjunto de normas que tiene por objeto proteger los intereses diversos, de todos aquellos que participan en el mercado, empresarios y consumidores.
Ley 590 de julio	2000	Suscribe la política estatal para la promoción de la creación de empresas en Colombia.
Decreto 624	1989	El empleador y el empleado están obligados a adelantar programas de salud ocupacional, velar por la salud y seguridad de los trabajadores a su cargo y responder por la ejecución del programa permanente de salud ocupacional en los lugares de trabajo.
Decreto Único Reglamentario 1076	2015	Reglamentario del Sector Ambiente y Desarrollo Sostenible
Estatuto Tributario		Normas jurídicas que regulan los impuestos de renta y complementario, timbre, ventas, retención en la fuente, procedimiento administrativo sobre tributos y retenciones. Artículo 555-2. Establece el registro único tributario (RUT).
RUE – Registro Único Empresarial:		El control nacional permite que el registro de nombres de sociedades y establecimientos de comercio sea controlado no solo en la jurisdicción en la cual se realiza su inscripción, sino también a escala nacional. Esta consulta facilita conocer si existen o no otras empresas o establecimientos con el mismo nombre de la empresa que el empresario desea registrar.
Inscripción en el Registro Único Tributario (RUT):		Es el mecanismo único para identificar, ubicar y clasificar a los sujetos de obligaciones administradas y controladas por la DIAN. De acuerdo al Art 571 “Obligados a cumplir los deberes formales. Los contribuyentes o responsables directos del pago del tributo deberán cumplir los deberes formales señalados en la ley o en el reglamento.

**Fuente:** Autores de la investigación

### Cuadro 6. Marco legal referente a estado laboral

Laboral		
Referencia Legal	Año	Descripción
Ley 24557	1995	Rige la prevención de los riesgos y la reparación de los daños derivados del trabajo. Cubre los accidentes de trabajo y de itinerario y las enfermedades profesionales.
Ley 1562	2012	Modifica el Sistema de Riesgos Profesionales Cambia el programa de salud ocupacional por el Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el trabajo. Afiliación de precooperativa y cooperativa como dependientes. Informe semestral presentado por la ARL de la empresa ante el Ministerio de trabajo y Min protección social.

### Cuadro 6 (continuación). Marco legal referente a estado laboral

Ley 789	2002	Reforma laboral, Por la cual se dictan normas para apoyar el empleo y ampliar la protección social y se modifican algunos artículos del código de trabajo.
Decreto Único Reglamentario 1072	2015	Regula el sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo.
Decreto 1443	2014	Por el cual se dictan disposiciones para la implementación del Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST).

**Fuente:** Autores de la investigación

### Cuadro 7. Marco legal referente a la seguridad social

Seguridad Social		
Referencia Legal	Año	Descripción
Decreto 1295 de 1994	1994	Sistema General de Riesgos Profesionales, Pago de los aportes a ARL de acuerdo con la clasificación de riesgos. El empresario y el trabajador conocen instancias nacionales para reclamación. El trabajador, empresario y ARL conocen sus derechos y obligaciones.
Resolución 312 Ministerio del trabajo	2019	Define los estándares mínimos del sistema de gestión de la seguridad y salud en el trabajo SG-SST aplicables a todos los empleadores y contratantes de personal, que se ajusten, adecuen y armonicen a cada tipo de empresa o entidad, conforme al número de trabajadores, actividad económica, clase de riesgo, labor u oficios que desarrollen.
Ley 09	1979	Ley por la cual se dan a conocer las condiciones sanitarias en lo que se relaciona a la salud humana y al medio ambiente, así como la normatividad en salud ocupacional y seguridad industrial.
Ley 100	1993	Reestructuración del Sistema de Seguridad Social Colombiano. Todo empleador se encuentra obligado a afiliarse a sus trabajadores al sistema de seguridad social, para cubrir los riesgos que puedan afectar su salud o sus ingresos. Haciendo parte del Sistema de Protección Social junto con políticas, normas y procedimientos de protección laboral y asistencia social.
Ley 152 Plan de Ordenamiento territorial	1994	Norma que define como puede el Municipio hacer uso de su suelo, con el fin de mejorar la calidad de vida de sus habitantes.

**Fuente:** Autores de la investigación

## **2. ESTUDIO DE MERCADOS**

### **2.1. OBJETIVOS**

#### **2.1.1. Objetivo general**

Realizar un estudio de mercados mediante la recolección y análisis de información primaria y secundaria que permita conocer la demanda y oferta con el fin de identificar el mercado potencial de los servicios médicos domiciliarios y traslados en ambulancia para mujeres embarazadas, niños y jóvenes en la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana.

#### **2.1.2. Objetivos específicos**

- ✓ Determinar la demanda de los servicios médicos domiciliarios y traslados en ambulancia mediante la aplicación de un instrumento de recolección de información en el mercado del área metropolitana de Bucaramanga.
- ✓ Identificar la oferta de los servicios médicos domiciliarios y traslados en ambulancia en la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana, a través de consulta de fuentes secundarias con el fin de identificar y analizar la competencia.
- ✓ Determinar los canales por medio de los cuales se contrata el servicio médico domiciliario y traslados en ambulancia que se presentan en el mercado de Bucaramanga y su área metropolitana, identificando la forma más conveniente de prestar los servicios.

- ✓ Analizar y determinar el perfil del cliente por medio del cruce de variables sobre la información recolectada para ofrecerle el servicio más adecuado a sus necesidades.
- ✓ Conocer el comportamiento de la plaza evaluando históricamente sus tendencias para identificar estacionalidades y respuestas a las diferentes tendencias del mercado.
- ✓ Realizar un análisis de precios en la prestación de los servicios médicos domiciliarios y traslados en ambulancia con el ánimo de fijar las estrategias más adecuadas de introducir al mercado la empresa en la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana.
- ✓ Formular la publicidad y promoción de servicios médicos domiciliarios y traslados en ambulancia para introducirla en el mercado, mediante el diseño de una estrategia de publicidad y promoción en el corto plazo.

## **2.2. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO**

**2.2.1. Descripción, Usos y especificaciones del producto/servicio:** La creación de la empresa denominada U.B.M. AMBULANCIAS S.A.S. es una IPS que enmarca la prestación de los servicios médicos domiciliarios y traslados en ambulancia, cuyo propósito es satisfacer las necesidades de la población más vulnerable del área metropolitana de Bucaramanga.

Las mujeres gestantes y niños entre la edad de 0 a 18 años, es el mercado objetivo para la idea de negocio, el cual busca brindar una atención rápida, oportuna y eficaz,

con personal idóneo, entrenado y capacitado, equipos de última tecnología y ambulancias completamente equipadas.

Para la prestación de los servicios se establecen los siguientes planes que permiten proporcionar un servicio apto según el tipo de emergencia.


#### **2.2.1.1. Plan de Urgencias:**

Ofrece el servicio de ambulancia medicalizada, constituido por el personal médico, paramédico y conductor, donde los usuarios serán atendidos en sus hogares. De acuerdo, a la valoración y diagnóstico que establezco el médico en el domicilio procederá a realizar la prescripción del tratamiento y formulación y aplicación de medicamentos, sin embargo, al ser una urgencia se realizará el respectivo traslado del paciente hasta el centro médico, el cual se define como:

**Figura 2:** Plan de urgencias



**Fuente:** Autores de la investigación

 **Traslado Asistencial Medicalizado (T.A.M.):** Es el transporte de pacientes de alta complejidad que requieren de acompañamiento médico durante el traslado hasta las instalaciones hospitalarias. Estas ambulancias medicalizadas también estarán compuestas por el personal paramédico y conductor, los cuales tendrán a su disposición todos los equipos, dispositivos médicos y medicamentos para la atención.

### 2.2.1.2. Plan todo incluido:


Plan que incluye los servicios médicos domiciliarios y traslados en ambulancia básica, constituido por el paramédico y conductor, donde los usuarios serán trasladados en camilla hasta un centro médico para la realización de exámenes, controles, citas, tratamientos, etc. Además.

**Figura 3:** Plan todo incluido



**Fuente:** Autores de la investigación

El cuál, al terminar dicha eventualidad, serán trasladados nuevamente hasta sus hogares. Este traslado se define como:

 **Traslado Asistencial Básico (T.A.B.):** Es el transporte que se presta cuando el paciente se encuentra estable y debido a su condición física o patología, requiere ser trasladado en ambulancia al hogar o a los diferentes servicios de los centros hospitalarios.

De otro modo, la afiliación a este tipo de seguro le otorga un servicio completo junto con el plan de urgencias, es decir, podrá adquirir tanto la atención médica domiciliaria como los traslados en ambulancia, puesto que la necesidad de los clientes varía en la edad, patología y su condición física.

La idea de estos seguros es garantizarles a las mujeres embarazadas y niños un servicio oportuno con acompañamiento y asesoramiento telefónico a los familiares mientras la unidad se desplaza al domicilio, acceso a cualquier centro médico en caso de emergencias y personal altamente calificado en los servicios de urgencias, pediatría y obstetricia.

## 2.2.2. Atributos diferenciadores del producto/servicio con respecto a la competencia

Las propuestas de valor del presente proyecto son los siguientes ítems:

**Tabla 1:** Propuesta de valor

	Disponibilidad las 24 horas y los 365 días del año
	Servicio de ambulancia para mujeres embarazadas, niños y jóvenes.
	Garantía de acceso a cualquier centro médico del AMB
	Vehículos dotados con moderno y completo equipamiento
	Servicios atendidos por especialistas médicos y paramédicos con las mejor idoneidad y experiencia.
	Orientación médica telefónica y WhatsApp

**Tabla 1 (Continuación):** Propuesta de valor

---



Implementación de APP denominada “Ambulancia a tiempo”, el cual permite:

Monitorear la atención que recibe el paciente desde el momento que la ambulancia va en camino.

Indica las rutas más rápidas mediante la geolocalización y así evitar contratiempos.

Almacena digitalmente la historia médica de los pacientes y mantiene informados a los familiares, gracias a la información que los paramédicos y médicos almacenan en tiempo real en la plataforma y así los familiares reciben información como la ubicación de la ambulancia y el tratamiento que se está suministrando.

---

**Fuente:** Autores de la investigación

### **2.3. MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO**

**2.3.1. Mercado potencial:** El mercado potencial de este servicio estará representado por población del área metropolitana de Bucaramanga, el cual cuenta

con una totalidad de 1.270.187<sup>11</sup> habitantes; donde requiera la atención o traslado del paciente, ya sea de urgencia o de control desde el domicilio a las entidades de salud.

**2.3.2. Mercado objetivo:** Para efectos de la presente investigación se toma como mercado objetivo las mujeres gestantes con o sin implicación en su embarazo que para el área metropolitana hace referencia a 16.776<sup>12</sup> mujeres, como de los infantes entre 0 y 18 años que son 334.486<sup>13</sup> residentes en Bucaramanga, Floridablanca, Girón y Piedecuesta, de acuerdo a los datos relacionados en el cuadro 2 y cuadro 3.

## 2.4. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

**2.4.1. La demanda:** El consejo de Bucaramanga establece que se necesita una ambulancia por cada 50,000<sup>14</sup> habitantes o 20 ambulancias por cada millón de habitantes.

La población del Área Metropolitana es de 1.270.187<sup>15</sup> habitantes, y cuenta con una densidad poblacional de 1041,3 habitantes por kilómetro cuadrado. Su distribución se presenta en la tabla 1 mencionada anteriormente.

Dado que la población total del Departamento de Santander es de 2 280 908 habitantes, en el Área Metropolitana de Bucaramanga vive más del 56% de los

---

<sup>11</sup>DANE INFORMACIÓN PARA TODOS. Op. Cit. Disponible en: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/proyecciones-de-poblacion>.

<sup>12</sup> DANE INFORMACIÓN PARA TODOS. Ibid.

<sup>13</sup> DANE INFORMACIÓN PARA TODOS. Ibid.

<sup>14</sup> AMAYA A Claudia M. GESTION DE LA SALUD PUBLICA Y DESARROLLO SOSTENIBLE. Pág. 5

<sup>15</sup> DANE INFORMACIÓN PARA TODOS. Op. Cit.

santandereanos, donde los niños y jóvenes hacen parte del 29 %<sup>16</sup> de esta población presente lo que hace referencia a 334.486.

La necesidad de información a investigar se realizará en primera instancia por medio de la encuesta a la población objeto, determinando las necesidades y requerimientos de estas, con el fin de formular las estrategias adecuadas y de esta forma satisfacerlos.

#### **2.4.1.1. Descripción del problema de investigación de mercados:**

Actualmente el área metropolitana de Bucaramanga cuenta con varias entidades que brindan atención médica y traslado de la ambulancia por servicios independientes y enfocados a otra población diferente como adulto mayor. Por esta razón existe una demanda insatisfecha en este tipo de servicios, que hasta momento la población requiere más atención; debido a que por falta de empresas que ofrezcan diversas atenciones en las poblaciones más vulnerables, sin requerir contratación por servicios independientes.

Por tal motivo UBM AMBULANCIA S.AS. se preocupará por brinda servicios médicos domiciliarios y traslados en ambulancia para mujeres gestantes y niños entre 0 y 18 años.

Además, en la actualidad las empresas que brindan este modelo de servicio proporcionan y aplican diferentes ideas de mercadeo para llegar a los clientes como:

---

<sup>16</sup> DIAZ R., Erika D. aproximación a los hábitos de consumo de contenidos mediáticos por partes de los niños y niñas de Colombia [En línea]. Consultado el 10 de abril de 2018. Disponible en: [http://www.mincultura.gov.co/areas/comunicaciones/comunicacion-cultural-y-ni%C3%B1ez/Documents/ANEXO%205\\_Informe%20Bucaramanga%20Fase%202014.pdf](http://www.mincultura.gov.co/areas/comunicaciones/comunicacion-cultural-y-ni%C3%B1ez/Documents/ANEXO%205_Informe%20Bucaramanga%20Fase%202014.pdf)

**Tabla 2:** Producto, Precio, Plaza, Promoción



**Producto:** Una de las principales estrategias que emplea la competencia es el valor agregado para la adquisición de los clientes, en el cual determinan y deciden qué tipos de planes o servicios requieren su mercado objetivo. Generalmente las empresas más reconocidas en el área metropolitana se limitan a brindar una clase de servicio, ya sea la atención medica domiciliaria (Emerger, Emermédica, Ame) o traslado de ambulancias (Línea vital, Ambulancias emergencias).



**Precio:** Otra de las estrategias importantes que emplean para ganar valor y reconocimiento por parte de la población donde dependiendo del tipo servicio varía el costo de una empresa a otra. Los siguientes factores determinantes para fijar el precio depende:

- Tipo de pago (Tarjeta de crédito, débito o pago en efectivo), del valor de cada servicio recibido y la mensualidad que estipulan algunas entidades en este sector.

- El lugar o sitio de la atención requerida.

- Tipo de traslado solicitado define el valor a cancelar por el servicio por ejemplo peso del paciente, diagnóstico del paciente, si requiere silla de ruedas, tipo de residencia (Casa, apartamento).

**Tabla 2 (Continuación):** Producto, Precio, Plaza, Promoción



**Plaza:** Por otra parte, una de las estrategias que emplea la organización para el proceso de comercialización se encuentra delimitado por la distribución del servicio, el cual se determina que el canal más conveniente para prestar los servicios médicos domiciliarios y los traslados en ambulancia es el directo, puesto que se lleva a cabo la relación entre el cliente que requiere el servicio y la empresa que lo presta, sin intermediarios.



**Promoción:** Por último, las organizaciones que son reconocidas en este modelo de servicio son debido a la publicidad por medio digital y voz a voz, como por ejemplo anuncios radiales, publicidad impresa, brochure, páginas web.

**Fuente:** Autores de la investigación

#### **2.4.1.2. Necesidades de información:**

- ✓ Se debe conocer las necesidades de los clientes para los servicios de ambulancia.
- ✓ A partir del análisis e investigación realizada a los clientes se establecen las estrategias de negocio e innovación, con el fin de cubrir sus necesidades.
- ✓ Se debe indagar sobre las fortalezas y debilidades de la competencia actual del mercado.
- ✓ Después de indagar el comportamiento del mercado, establecer los medios publicitarios, canal de distribución y comercialización del producto.

- ✓ Con el estudio de mercados, establecer el precio de distribución.

### 2.4.1.3. Ficha Técnica

**Cuadro 8.** Ficha técnica

Ficha técnica de la demanda	
<b>Tipo de investigación</b>	<p>Se utilizará una investigación de tipo descriptivo y exploratorio, debido a que podemos ver la realidad de la situación por medio de esta, en donde se puede analizar de manera coherente con lo que se vive en área de investigación, puesto que en temas teóricos ya se han realizado estudios por otros investigadores.</p> <p><b>Investigación Exploratoria.</b> Ofrecen el primer acercamiento al problema que se está estudiando, donde nos permite familiarizarnos con el tema que desconocíamos, en el cual los resultados de este tipo de tipo de investigación nos dan un panorama o conocimiento superficial del tema, pero es el primer paso inevitable para cualquier tipo de investigación posterior que se quiera llevar a cabo más rigurosa o de un planteamiento de hipótesis<sup>17</sup>.</p>

<sup>17</sup> UNIVERSIA COSTA RICA. Tipos de investigación: Descriptiva, Exploratoria y Explicativa. [En línea]. Consultado el 12 de agosto de 2019. Disponible en: <http://noticias.universia.cr/educacion/noticia/2017/09/04/1155475/tipos-investigacion-descriptiva-exploratoria-explicativa.html>

**Cuadro 8 (continuación).** Ficha técnica

	<p><b>Investigación Descriptiva.</b> Es utilizada para describir la realidad de la situación concretamente, eventos, personas, comunidad que se estén abordando y que se pretenden analizar, esta no consiste únicamente en acumular y procesar datos, el investigador debe definir su análisis y los procesos que involucrará el mismo<sup>18</sup>.</p>
<b>Método de investigación</b>	<p><b>Inductivo.</b> Permitirá a través de los resultados obtenidos de las encuestas realizadas conocer, analizar y determinar las necesidades de la población entorno a los servicios de ambulancia, con el fin de ofrecer un óptimo servicio médico domiciliario y traslados para las mujeres gestantes, niños y jóvenes que viven en Bucaramanga y su área metropolitana.</p>
<b>Fuentes de información</b>	<p><b>Fuentes Primarias:</b> Se emplea una encuesta mediante un instrumento estructural que se aplicará en forma directa y virtual a las familias que en su núcleo familiar tengan niños y jóvenes menores de 18 años o mujeres en estado de gestación que residen en el área metropolitana de Bucaramanga.</p>
	<p><b>Fuentes secundarias:</b> Se empleará las plataformas gubernamentales como el DANE que faciliten la información y el conocimiento pertinente sobre el servicio de ambulancias y de atención medica domiciliaria, como también el apoyo de estudios realizados por otros investigadores que está documentadas (tesis recuperadas de la base de datos de la Universidad Industrial de Santander, entre otras).</p>

<sup>18</sup> Ibid. Disponible en: <http://noticias.universia.cr/educacion/noticia/2017/09/04/1155475/tipos-investigacion-descriptiva-exploratoria-explicativa.html>

**Cuadro 8 (continuación). Ficha técnica**

<b>Técnicas de investigación</b>	Para recopilar la información se utilizará la encuesta como base técnica de la investigación, en la cual consiste en encuestar a una muestra representativa de la población seleccionada.
<b>Instrumento para la recolección de la información</b>	El instrumento que se utiliza es el cuestionario, por medio de una lista de preguntas que se proponen con el fin de obtener información para el proceso de investigación y estudio de la factibilidad para la creación de una empresa prestadora de servicios médicos domiciliarios y traslados en ambulancia.
<b>Modo de aplicación</b>	Internet y directa.
<b>Definición de la población</b>	La investigación está dirigida a un mercado potencial que enmarca el área metropolitana de Bucaramanga (Bucaramanga, Floridablanca, Girón, Piedecuesta), que manejan cualquier tipo de EPS, IPS o particulares en donde necesiten cualquier tipo traslado inter relacionado clínica - clínica, clínica- hospital o clínica – domicilio o inversamente como cualquier tipo de medico (Urgencias, Laboratorios, Controles) como también de la atención medica necesaria en el domicilio, en donde se enfocará en un mercado objetivo de
<b>Proceso de muestreo</b>	16.776 mujeres en estado de gestación y 334.486 niños primordialmente, de todos los estratos presentes en la región.  Para la determinación de la muestra que se estudiará para la idea emprendedora se cuantifica la población objetivo que son 16.776 mujeres embarazadas y 334.486 niños y jóvenes que habitan en el área metropolitana de Bucaramanga.

**Cuadro 8 (continuación). Ficha técnica**

	<p>Para el cálculo de la muestra se utilizarán los siguientes elementos y fórmula matemática:</p> <p>Donde:</p> <p>N: Población objetivo que se de 334.486 + 16.776 = 351.262 personas</p> <p>Zc: Valor crítico para un nivel de confianza que se plantea del 95% siendo Zc = a 1,96</p> <p>E: margen de error para la prueba se determina de 5 % (E = 0.05)</p> <p>Po= probabilidad de ser elegido 50% (Po=0,50)</p> <p>Qo: Probabilidad de no ser elegido 50% (Qo=0,50).</p> <p>M = muestra</p> $M = \frac{Zc^2(N)(Qo)(Po)}{E^2(N - 1) + Zc^2(Qo)(Po)}$ $M = \frac{(1.96)^2(351.262)(0.50)(0.50)}{(0.05)^2(351.262 - 1) + (1.96)^2(0.50)(0.50)}$ <p style="text-align: center;"><b>M = 384 HABITANTES</b></p>
<b>Alcance</b>	Municipio de Bucaramanga y su área metropolitana, ubicado en el departamento de Santander, Colombia.
<b>Tiempo de duración</b>	El tiempo utilizado para realizar las entrevistas será durante el segundo semestre del año 2019 y principio semestre del año 2020.

**Fuente:** Autores de la investigación

**2.4.2. Tabulación, presentación y análisis de resultados:** Para el desarrollo del trabajo se procedió a utilizar la fuente primaria, debido a que se necesitó directamente de la información de las personas que habitan en el área metropolitana de Bucaramanga, realizándose 384 cuestionarios, con preguntas cerradas que proporcionan datos exactos cuantitativos sobre las características de mercado al cual el proyecto va dirigido, en el cual arrojaron los siguientes datos que están tabulados para un pertinente análisis, para aporte en la solución de la implementación de las estrategias que se manejaran para implementar la empresa en la zona designada.

La encuesta (Anexo) fue realizada a familias que vivan en el área metropolitana de Bucaramanga de estratos 3, 4, 5 y 6. Los resultados de la investigación nos arrojaron valiosa información, pues de alguna manera confirman si hay la necesidad de este servicio en el mercado.

**Cuadro 9.** Porcentaje de aceptación por estrato

<b>Porcentaje aceptación por estrato</b>		
<b>Estrato</b>	<b>Aceptación</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>3</b>	164	43%
<b>4</b>	117	30%
<b>5</b>	66	17%
<b>6</b>	37	10%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Autores de investigación

A continuación, se mostrarán los resultados y la tabulación de la encuesta por pregunta.

**2.4.1.4. Tabulación, presentación y análisis de resultados de la prueba piloto**

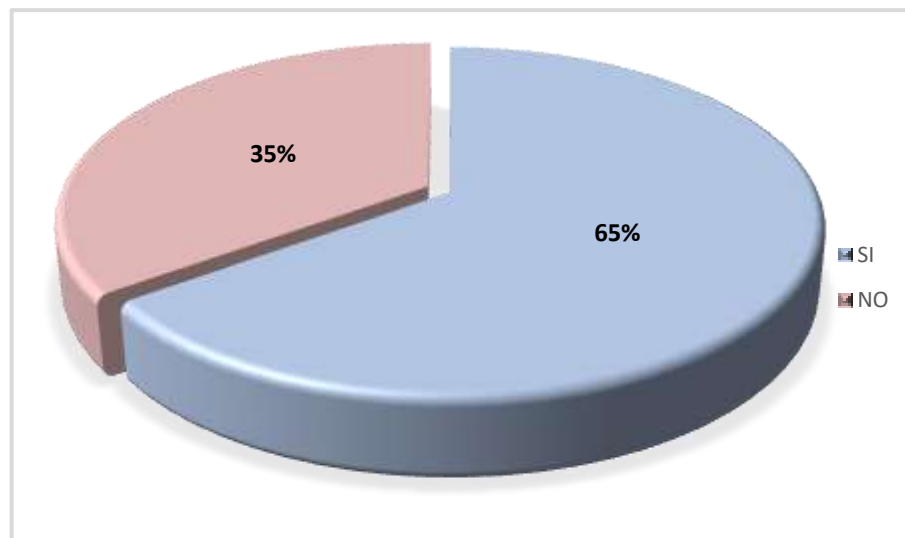
**Pregunta 1: ¿Alguna vez ha utilizado los servicios de ambulancia?**

**Cuadro 10.** Personas que utilizaron los servicios de ambulancias

<b>Pregunta 1</b>		
<b>VARIABLES</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>SI</b>	264	65%
<b>NO</b>	120	35%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Autores de investigación

**Gráfica 1.** Personas que utilizaron los servicios de ambulancia



**Fuente:** Autores de investigación

Se puede evidenciar que de las 264 personas encuestadas han utilizado el servicio de ambulancia siendo este un porcentaje del 65%, mientras que el 35% restante no conocen como es el manejo de este, siendo estos porcentajes importantes, pues indican como es la tendencia de la población del área metropolitana para la utilización de servicios de ambulancia, y estos a su vez dan el primer paso para identificar si hay mercado demandante en el servicio que se va a ofrecer.

**Pregunta 2: ¿Qué tipo de servicio ha utilizado?**

**Cuadro 11.** Tipos de servicios utilizados

<b>Pregunta 2</b>				
<b>Variables</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Respuestas</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Traslados básicos</b>	142	54%	<b>AMB</b>	
			113	43%
<b>Traslados medicalizados</b>	122	46%	<b>Fuera del AMB</b>	
			29	11%
<b>Traslados medicalizados</b>	122	46%	<b>AMB</b>	
			109	41%
<b>Total</b>	<b>264</b>	<b>100%</b>	<b>Fuera del AMB</b>	
			13	5%
<b>Total</b>	<b>264</b>	<b>100%</b>	<b>264</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Autores de investigación

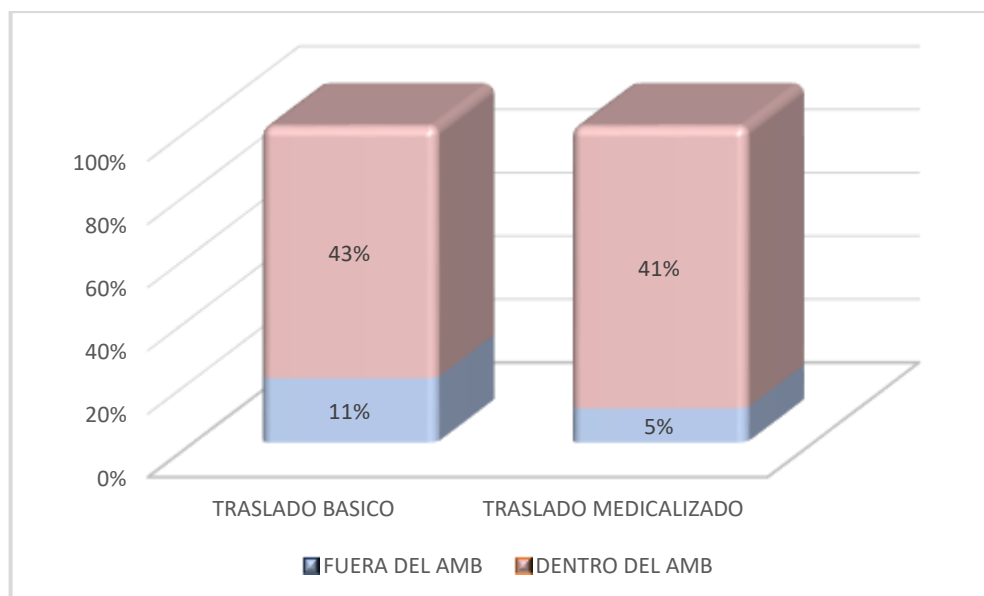
Las ambulancias por lo general ofrecen dos tipos de servicios, donde el 54% de las personas han utilizado los traslados básicos, sin embargo, aquellos que se realizan dentro de la misma ciudad y por convenio de las clínicas, manejan las ambulancias, los cuales el 43% de las personas han recibido de dichos servicios. Así como la tecnología va avanzando, los traslados también sean más modernos y de fácil

recurso para aquella gente que vive lejos y requiere de los servicios médicos en otro municipio u país, dándole el lugar al 11% de las personas que han solicitado el servicio.

Finalmente, también se ofrecen los servicios de ambulancia medicalizada, donde el 41% de las personas connotan haber utilizado los traslados dentro del área metropolitana y el 5% utilizado desde lugares lejanos hacia la ciudad o viceversa, los cuales llevan un médico abordo.

Estos porcentajes permiten conocer cómo se está distribuidos los dos tipos de servicios de ambulancia, de forma que se conozca que tanta población del área metropolitana está utilizando cada clase de servicio, esto con el fin de darle mayor profundidad al servicio que se puede ofrecer en el área metropolitana de Bucaramanga.

**Gráfica 2.** Tipos de servicios utilizados



**Fuente:** Autores de la investigación

### Pregunta 3: ¿Con cuales empresas ha solicitado los servicios de ambulancia?

**Cuadro 12.** Utilización del servicio de ambulancias con diferentes empresas

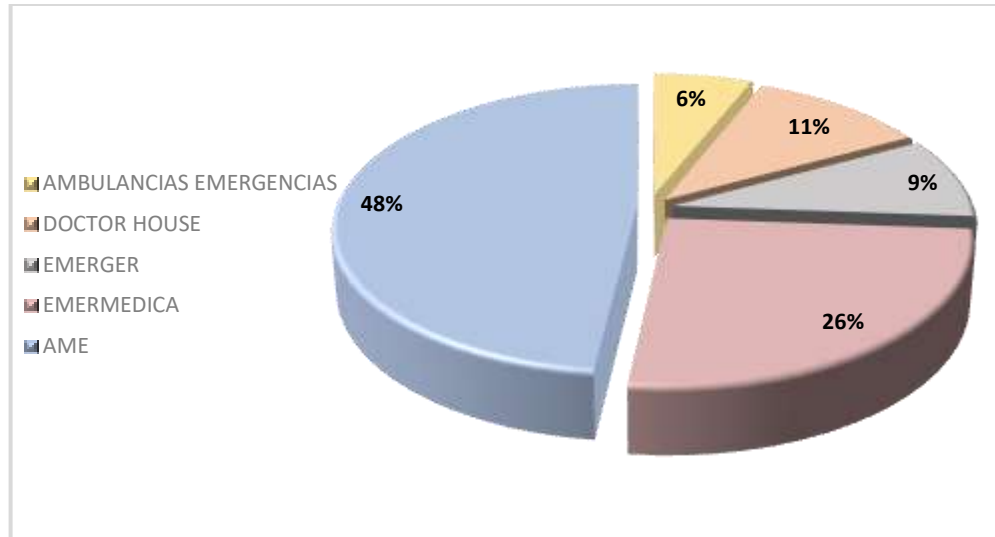
<b>Pregunta 3</b>		
<b>Variables</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentajes</b>
<b>Ambulancias Emergencias</b>	16	6%
<b>Doctor House</b>	29	11%
<b>Emerger</b>	24	9%
<b>Emermédica</b>	68	26%
<b>AME</b>	127	48%
<b>TOTAL</b>	264	100%

**Fuente:** Autores de la investigación

Cada organización se diferencia de las demás por los servicios y productos que ofrecen. EL 6 % definen haber utilizado los traslados particulares de la empresa ambulancias emergencias, el 11 % solicita las funciones de Doctor House ya que además de prestar los servicios médicos y el personal de enfermería para cuidar los pacientes en casa, se encargan de realizar dichos traslados para sus propios usuarios u clientes. Por otro lado, el 9 % ha requerido de las funciones de Emerger por los traslados de urgencia, el 26 % también ha usado los servicios particulares, pero con la empresa Emermédica, y finalmente, el 48 % paga por la asistencia médica domiciliaria y los traslados de urgencia que ofrece AME.

Con la información obtenida se tiene las empresas más conocidas como las que están abarcando la demanda actual de la población del área metropolitana, esto ayuda para conocerlas y estudiarlas de manera atenta para identificar las buenas prácticas y de esta manera moldearla para adecuarla al proyecto

**Gráfica 3.** Utilización del servicio de ambulancias con diferentes empresas



**Fuente:** Autores de la investigación

**Pregunta 4: ¿Cuántos servicios de ambulancia ha solicitado por año?**

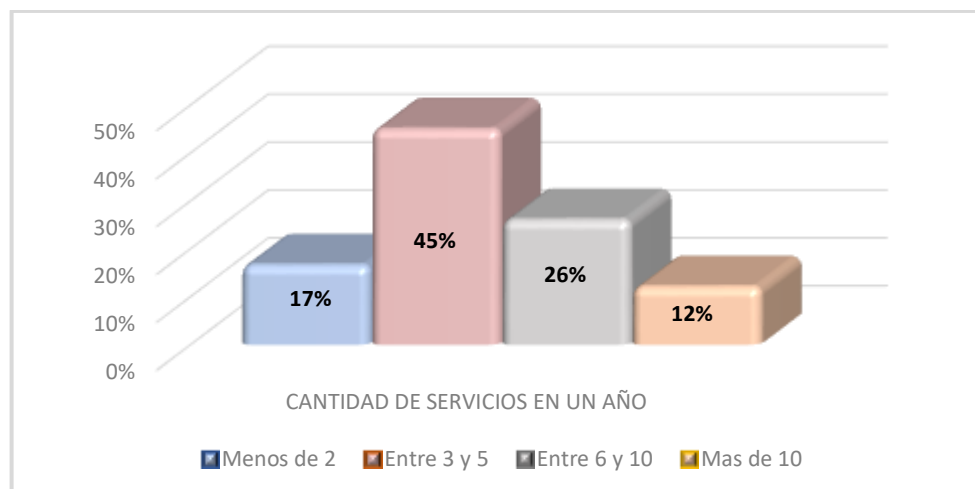
El 17 % de las personas entrevistadas han requerido hasta 2 servicios de ambulancia por año, el 45 % solamente han recibido entre 3 y 5 servicios el 26 % han utilizado entre 6 y 10 servicios, especialmente, Finalmente, el 12 % han utilizado más de 10 traslados en un año, de lo cual podemos obtener que en promedio una persona utiliza 5.3 servicio de ambulancia, teniendo en cuenta que existen diferentes tipos de traslados y servicios de las ambulancias que brinda las diferentes empresas de Bucaramanga. Esta información nos permitirá conocer que tan frecuente una persona del área metropolitana utiliza el servicio y de esta forma realizar un cálculo estadístico para predecir los servicios que se tendrían en el año en la zona.

**Cuadro 13.** Números de servicio traslado de ambulancia en un año

Pregunta 4			
Variables	Frecuencia	Porcentajes	Promedio año
<b>Menos de 2</b>	44	17%	$1 * 17\% = 0.17$
<b>Entre 3 y 5</b>	119	45%	$4 * 45\% = 1.8$
<b>Entre 6 y 10</b>	69	26%	$8 * 26\% = 2.09$
<b>Mas de 10</b>	32	12%	$10 * 12\% = 1.21$
<b>Total</b>	<b>264</b>	<b>100%</b>	<b>5.3 servicio año</b>

**Fuente:** Autores de la investigación

**Gráfica 4.** Números de servicios en un año



**Fuente:** Autores de la investigación

**Pregunta 5: ¿Cuánto pago la última vez que utilizó los servicios?**

En base a las respuestas obtenidas se puede deducir que el valor de los traslados varía dependiendo del lugar donde se recoge y el destino, si hay que volver a recoger al paciente, el tiempo que se demore, si vive en apartamentos donde no

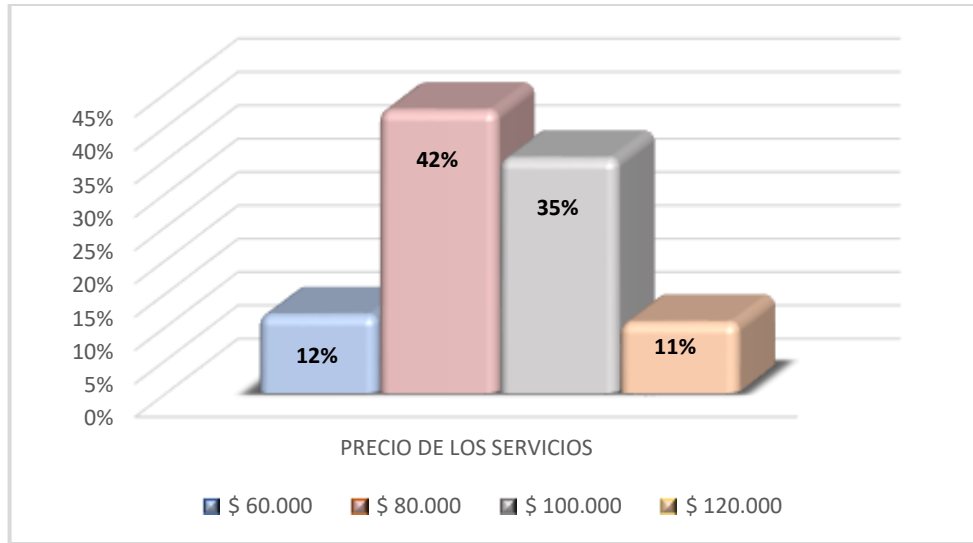
hay ascensor. Por tanto, el 12% de las personas, les han cobrado \$60.000, teniendo en cuenta que estos son los servicios más básicos y que pueden estar definidos en la población del área metropolitana que vivan en un primer piso, el 42% han tenido que pagar \$80.000 por un traslado sencillo desde su casa a alguna clínica o viceversa y que pueden tener algo de mayor complejidad que en el anterior. El 35% cancela \$100.000, cuando requieren de un servicio más definido o de un servicio de mayor complejidad para la empresa como es el ejemplo de dejar algún implemento camilla con el paciente en la clínica como entre otros aspectos más determinantes y el 11% ha dado \$120.000, cuando solicitan un servicio desde su hogar, cuyo destino es para cualquier clínica del área metropolitana siendo estos los que utilizan la mayor complejidad o cuidado para el traslado sea cercano o lejano, por último se obtiene que en promedio se tiene un costo de \$88.939 el traslado o servicio de ambulancia, lo cual indica el rango en el cual se puede realizar el estudio de precio, demanda y oferta que la empresa genere.

**Cuadro 14.** Precio de los servicios

<b>Pregunta 5</b>			
<b>Variables</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentajes</b>	<b>Promedio</b>
<b>\$ 60,000</b>	31	12%	12% * \$60.000 = \$7.045
<b>\$ 80,000</b>	112	42%	42% * \$80.000 = \$33.939
<b>\$ 100,000</b>	93	35%	35% * \$100.000 = \$35.227
<b>\$ 120,000</b>	28	11%	11% * \$120.000 = \$12.727
<b>Total</b>	<b>264</b>	<b>100%</b>	<b>\$88.939 precio promedio</b>

**Fuente:** Autores de la investigación

**Gráfica 5. Precio de los servicios**



**Fuente:** Autores de la investigación

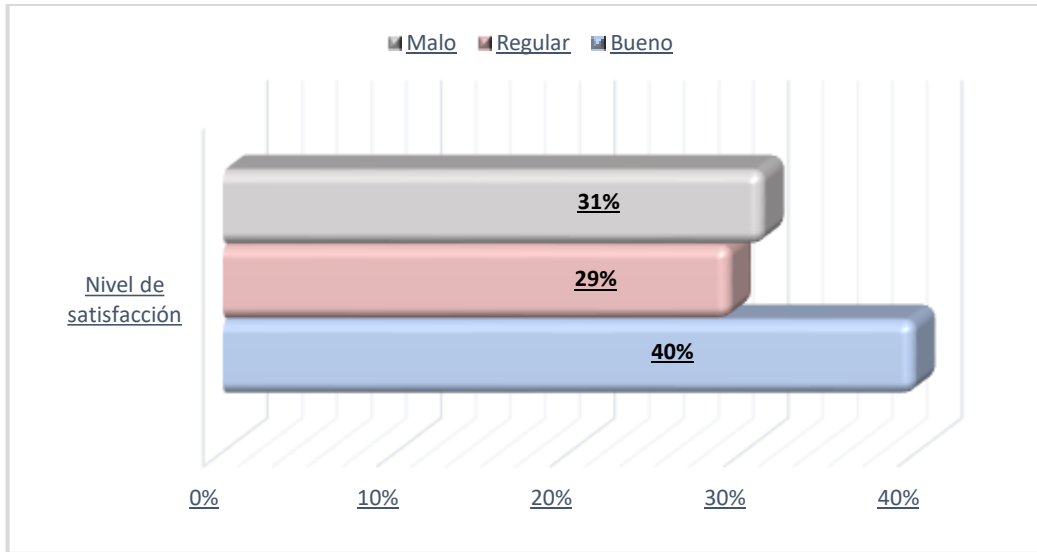
**Pregunta 6: ¿Cómo califica los servicios de ambulancia?**

**Cuadro 15. Nivel de satisfacción**

<b>Pregunta 6</b>		
<b>Variables</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentajes</b>
<b>Bueno</b>	105	40%
<b>Regular</b>	77	29%
<b>Malo</b>	82	31%
<b>Total</b>	<b>264</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Autores de investigación

**Gráfica 6.** Nivel de satisfacción



**Fuente:** Autores de investigación

El nivel de satisfacción de las personas que han recibido los servicios de ambulancia son relativamente positivos, puesto que el 40% definen que las empresas de ambulancias prestan un servicio adecuado, lo que hace énfasis que se está cumpliendo los estándares mínimos de intención, por otro lado el 29% informa que el servicio es regular lo cual da como dato que las empresas aunque cumplen la labor presentan faltas sustanciales, que hacen que los usuarios no estén a gustos totalmente, y por último se evidencia que el 31% de la población ha tenido percances con estos servicios indicando que aunque obtuvieron el servicio no fue lo esperado o lo suficientemente bueno para aquellos que lo necesiten, por tanto, sirve como diagnóstico de conocimiento para corroborar que tan abierta hay la posibilidad de una nueva empresa que entre al mercado, pues los puntos marginales malos son la forma de entrada para una nueva empresa.

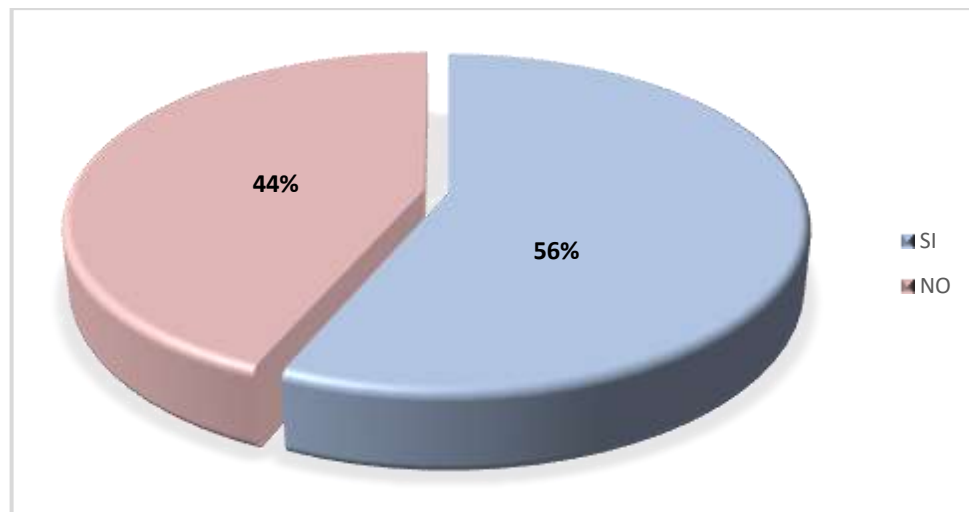
**Pregunta 7: ¿Recomendaría la empresa que le presta el servicio?**

**Cuadro 16.** Recomendación de los servicios

Pregunta 7		
Variables	Frecuencia	Porcentajes
Si	149	56%
No	115	44%
<b>Total</b>	<b>264</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Autores de investigación

**Gráfica 7.** Recomendación de los servicios



**Fuente:** Autores de investigación

El 56% de las personas si recomendaría el servicio, debido a que se sienten cómodos o han recibido un trato que les apetece y se sienten satisfechos para generar una recomendación, por el contrario el 44% se siente inconforme pues en

algún momento no han sentido el servicio que desean y por tanto prefieren de abstenerse a recomendar alguna empresa que presta estos servicios, esta información obtenida es viable fomentar e indagar en este porcentaje pues es la base del porcentaje que se tiene que no han tenido un disfrute del servicio que los complazca.

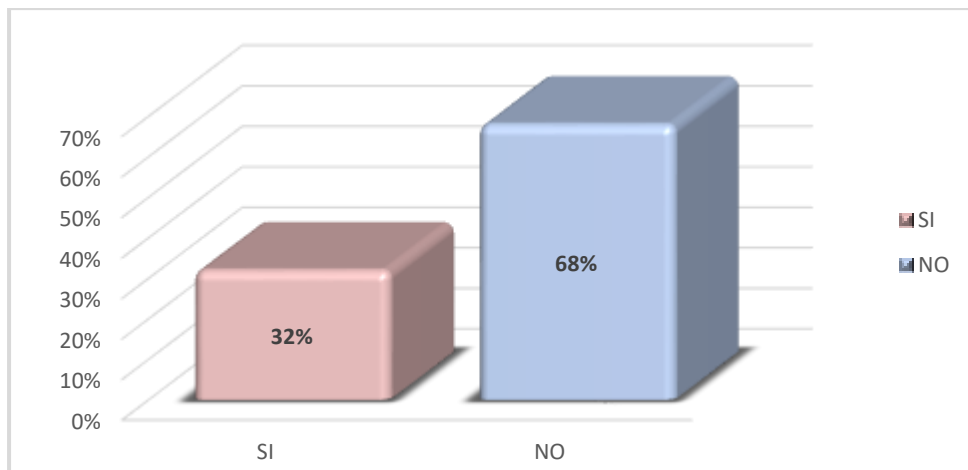
**Pregunta 8: ¿Ha utilizado servicios de atención medica domiciliaria?**

**Cuadro 17.** Frecuencia de servicios en atención medica domiciliaria

<b>Pregunta 8</b>		
<b>Variables</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentajes</b>
<b>SI</b>	123	32%
<b>NO</b>	261	68%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Autores de investigación

**Gráfica 8.** Frecuencia de servicios en atención medica domiciliar



**Fuente:** Autores de investigación

El 32% de las personas encuestadas han utilizado el servicio de atención médica domiciliaria, y el 68% no lo ha utilizado, esto puede deberse al desconocimiento, a la falta de empresas que puedan prestar el servicio o a la falta de confianza en este servicio, lo cual indica que gran porcentaje de la comunidad puede ser a un futuro un cliente potencial en este tipo de servicio en el cual se puede indagar cual es la forma de implementarlo.

**Pregunta 9: ¿Cuántas veces ha utilizado el servicio de atención domiciliaria en el último año?**

**Cuadro 18.** Números de servicio de atención domiciliaria en un año

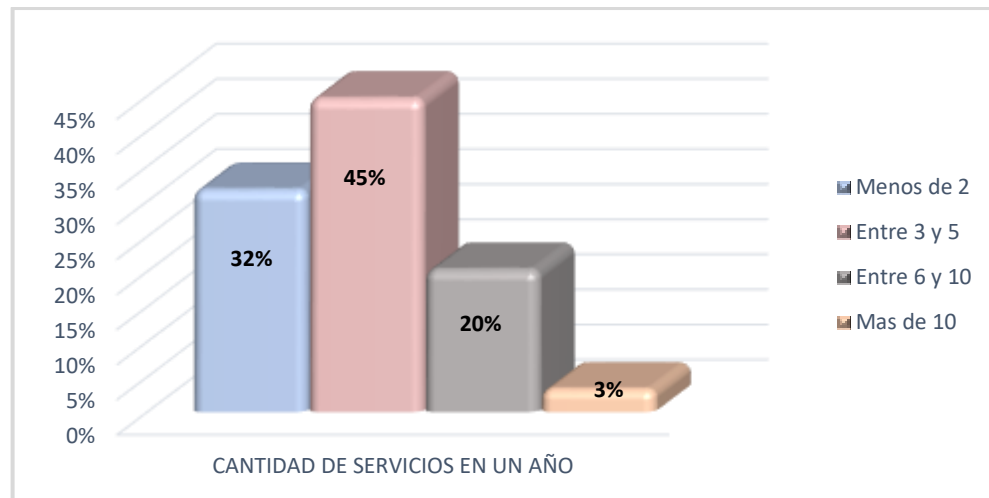
<b>Pregunta 9</b>			
<b>Variabes</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentajes</b>	<b>Promedio año</b>
<b>Menos de 2</b>	39	32%	$1 * 32\% = 0.32$
<b>Entre 3 y 5</b>	55	45%	$4 * 45\% = 1.8$
<b>Entre 6 y 10</b>	25	20%	$8 * 20\% = 1.6$
<b>Mas de 10</b>	4	3%	$10 * 3\% = 0.3$
<b>Total</b>	<b>123</b>	<b>100%</b>	<b>4.02 servicios año</b>

**Fuente:** Autores de investigación

El 32% de las personas entrevistadas han requerido hasta 2 servicios de atención domiciliaria por año, el 45% solamente han recibido entre 3 y 5 servicios el 20% han utilizado entre 6 y 10 servicios, especialmente, Finalmente, el 3% han utilizado más de 10 atenciones domiciliaria en el último año, de lo cual podemos obtener que en promedio una persona utiliza 4.02 servicio de atención domiciliaria, esta información es con el fin de conocer que tanto una persona del área metropolitana utiliza el

servicio y de esta forma realizar un cálculo estadístico para predecir los servicios que se tendrían en el año en la zona.

**Gráfica 9.** Números de servicio de atención domiciliaria en un año



**Fuente:** Autores de investigación

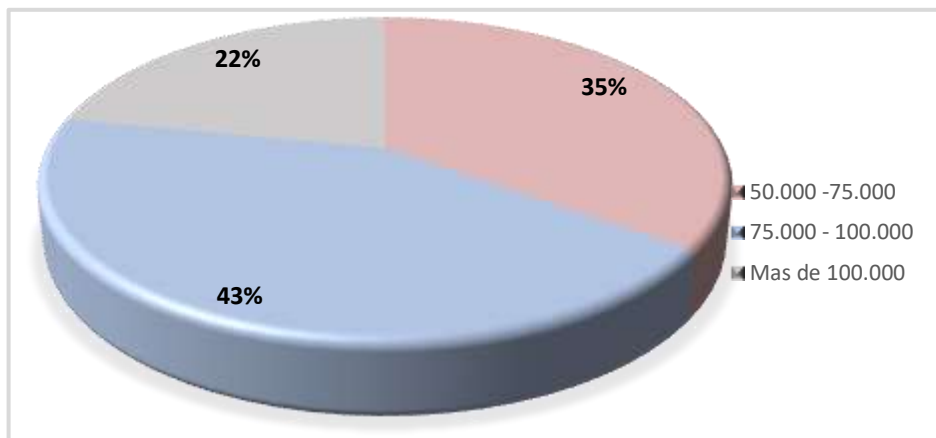
**Pregunta 10.** ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por los servicios de atención domiciliaria?

**Cuadro 19:** Precio de los servicios de atención domiciliaria

Pregunta 10			
VARIABLES	Frecuencia	Porcentajes	Promedio de precio de un servicio
\$ 50.000 - \$ 75.000	43	35%	\$ 62.500 * 35 % = \$ 21.875
\$ 75.000 - \$ 100.000	53	43%	\$ 87.500 * 43% = \$ 37.625
Mas de \$ 100.000	27	22%	\$ 112.500 * 22 % = \$ 24.750
<b>Total</b>	<b>123</b>	<b>100%</b>	<b>\$ 84.250</b> <b>Precio de un servicio</b>

**Fuente:** Autores de investigación

**Gráfica 10.** Precio de los servicios de atención domiciliaria



**Fuente:** Autores de investigación

El 35% de las personas están dispuestos a pagar entre \$ 50.000 y \$ 75.000, que es aproximadamente el valor de una consulta normal, el 43% pagarían por estos servicios entre \$ 75.000 y \$ 100.000 pues consideran que es más práctico para los pacientes, y el 22 % cancelarían si el costo es más de 100.000, por dichos servicios, Puesto que por los pacientes que están en estado terminal, o muy grave de salud le es muy cómodo la atención, ya que piensan que entre más costoso es el servicio es más completo y de mejor calidad.

**Pregunta 11: ¿Estaría dispuesto o le gustaría utilizar los traslados en ambulancia y/o los servicios médicos domiciliarios que ofrece la nueva empresa?**

Se puede evidenciar por medio de esta información, que es muy favorable con 71% la intención de adquirir los servicios, pues nadie está exento de poderla utilizar, mientras un 29% no lo siente de forma agradable pues tienen sus puntos de abnegación puestos en los servicios de ambulancia, esta información es muy viable

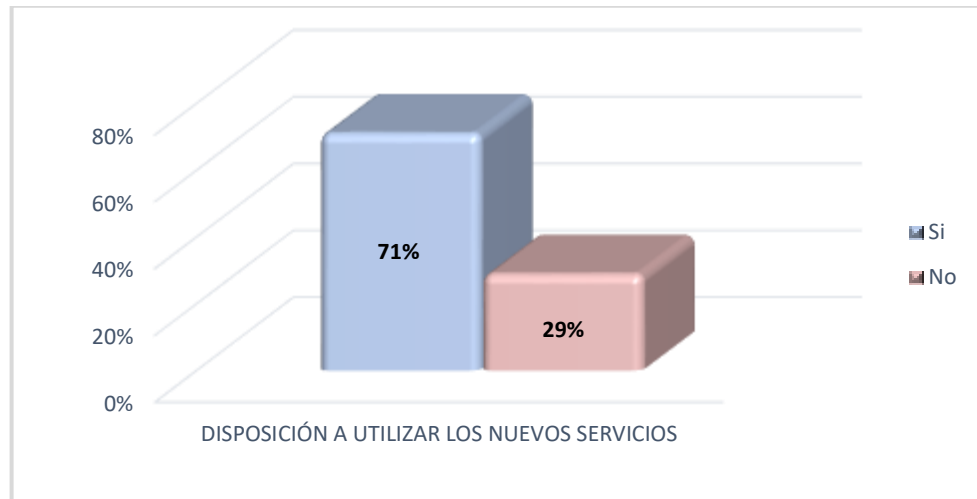
pues con esto es el punto de partida para entender que tan bueno es la incorporación de una empresa nueva de prestación de servicios de ambulancia.

**Cuadro 20.** Disposición a utilizar los nuevos servicios

Pregunta 11		
Variables	Respuestas	Porcentajes
Si	273	71%
No	111	29%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Autores de investigación

**Gráfica 11.** Disposición a utilizar los nuevos servicios



**Fuente:** Autores de investigación

**2.4.3. Estimación de la demanda:** Con base a la información que se ha recolectado, en la aplicación de la encuesta; se pretende realizar la estimación de

la demanda, mediante la técnica de la extrapolación, para el primer año de oferta de la prestación de servicios médicos domiciliarios y traslados en ambulancia.

Se puede considerar mediante porcentajes obtenidos en la prueba de campo la proyección total de la población a la que se va a dirigir o está demandando el servicio que ofrece la empresa.

**2.4.3.1. Demanda total:** Tomando la información entregada al contestar el cuestionario con la pregunta numero 1 podemos obtener que el 65% de la población utiliza el servicio de traslado en ambulancia, por otro parte en la pregunta 8 se evidencia que el 32 % de la población pide una atención domiciliaria.

A partir de la recopilación de la información en la pregunta número 4 y número 9 se obtuvo que en promedio se atenderá 5.3 servicios de traslado en ambulancia en un año de y 4.02 servicios de atención médica domiciliaria.

De acuerdo a lo expresado en el mercado objetivo, la población son de 334.486 niños y jóvenes más 16.776 mujeres en gestación, con lo cual esta información se tendría la estimación de cuantas personas están utilizando estos servicios con otras entidades.

#### **Servicio de traslado en ambulancia**

$334.486 + 16.776 = 351.262$  Personas objetivo

$351.262 * 65\% = 228.320$  Personas que utilizan ambulancia

$228.320 * 5.3 = 1.203.248$  Servicios de ambulancia en un año

### **Servicio de atención médica domiciliaria**

$$334.486 + 16.776 = \mathbf{351.262} \text{ Personas objetivo}$$

$$351.262 * 32\% = \mathbf{112.514} \text{ personas que utilizan atención médica domiciliaria}$$

$$112.514 * 4.02 = \mathbf{452.305} \text{ Servicios de atención médica domiciliaria en un año}$$

**2.4.3.2. Demanda efectiva:** Teniendo en cuenta los servicios de la empresa se atribuye a tomar como población demandante de acuerdo al tipo de servicio que requiera, en donde la atención médica domiciliaria son 112.514 persona que emplea este tipo servicio y 452.305 servicios en promedio anual. Por otro lado, en el tipo de servicio de traslado en ambulancia son 228.320 personas que emplea este modelo servicio y 1.203.248 servicios en promedio anual.

De acuerdo con la pregunta 11 se denominaría cuanta población estaría dispuesta a utilizar los nuevos servicios que presta la empresa, ya que suministro la información del 71% le gustaría utilizar estos servicios, por tanto, la población sería la siguiente.

### **Población que utilizarán el servicio de ambulancias de la nueva empresa**

$$1.203.248 * 71\% = 855.434$$

### **Población que utilizaran los servicios de atención domiciliaria de la nueva empresa**

$$452.305 * 71\% = 321.560$$

Por último, la investigación arroja que 855.434 y 321.560 Servicios en la población objetivo estará demandando los traslados en ambulancia y atenciones médicas domiciliarias respectivamente de lo que ofrece la nueva empresa.

**2.4.4. Proyección de la demanda:** Para proyectar la demanda a los 5 años futuro, es indispensable conocer cuantitativamente la evolución histórica de la población demandante, para lo cual se tiene la siguiente información:

**Cuadro 21.** Crecimiento poblacional del Área Metropolitana de Bucaramanga

Crecimiento poblacional	
Bucaramanga	0.06% <sup>19</sup>
Floridablanca	0.23% <sup>20</sup>
Girón	2.73% <sup>21</sup>
Piedecuesta	2.3% <sup>22</sup>

**Fuente:** Autores de investigación

Estos crecimientos son desde el 2015 hasta el 2017, el cual para análisis los tomaremos para poder calcular la proyección.

<sup>19</sup> POBLACIÓN POPULATION CITY. Población Bucaramanga. [En línea]. Consultado el 7 de agosto de 2019. Disponible en: <http://poblacion.population.city/colombia/bucaramanga/>

<sup>20</sup> POBLACIÓN POPULATION CITY. Población Floridablanca. [En línea]. Consultado el 7 de agosto de 2019. Disponible en: <http://poblacion.population.city/colombia/floridablanca/>

<sup>21</sup> POBLACIÓN POPULATION CITY. Población Girón. [En línea]- Consultado el 7 de agosto de 2019. Disponible en: <http://poblacion.population.city/colombia/girón/>

<sup>22</sup> POBLACIÓN POPULATION CITY. Población Piedecuesta. [En línea]. Consultado el 7 de agosto de 2019. Disponible en: <http://poblacion.population.city/colombia/piedecuesta/>

Teniendo en cuenta que el estudio es para el área metropolitana la cual está compuesta como denomina en la demanda anteriormente con los siguientes porcentajes:

**Cuadro 22.** Distribución porcentual del Área Metropolitana de Bucaramanga

Área metropolitana	
Municipio	%
Bucaramanga	48%
Floridablanca	24%
Girón	14%
Piedecuesta	14%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Autores de investigación

Donde la distribución de la población demandante del área metropolitana de Bucaramanga queda conformada de la siguiente manera.

**Cuadro 23.** Distribución de la población del Área Metropolitana Bucaramanga demandante

Distribución de la población del AMB demandante			
AMB	Porcentaje	Servicios de atención médica domiciliaria	Traslados en ambulancia
Bucaramanga	48%	153,776	389,679
Floridablanca	24%	77,947	197,522
Girón	14%	43,519	110,280
Piedecuesta	14%	46,318	117,372

**Fuente:** Autores de investigación

Para el cálculo de la proyección futura utilizaremos la técnica del valor presente – el valor futuro, teniendo en cuenta la distribución porcentual y el crecimiento de cada una de ellas, donde se utilizará la fórmula a continuación.

$$\text{Proyección} = \text{Valor presente} (1 + \text{incremento})^{\text{número de años}}$$

En las siguientes tablas se muestra la proyección demandante efectiva en los próximos 5 años según la distribución que conforma el área metropolitana de Bucaramanga con los incrementos que presentan cada uno de ellos.

**Cuadro 24.** Servicios de atención médica domiciliaria

Servicios de atención médica domiciliaria					
Año	Bucaramanga	Floridablanca	Girón	Piedecuesta	Total
2021	153,869	78,126	44,707	47,383	324,085
2022	153,961	78,306	45,928	48,473	326,668
2023	154,053	78,486	47,182	49,588	329,309
2024	154,146	78,667	48,470	50,728	332,010
2025	154,238	78,847	49,793	51,895	334,774

**Fuente:** Autores de investigación

**Cuadro 25.** Traslados en ambulancia

Servicio de traslado en ambulancia					
Año	Bucaramanga	Floridablanca	Girón	Piedecuesta	Total
2021	389,913	197,977	113,291	120,072	821,252
2022	390,147	198,432	116,384	122,834	827,796
2023	390,381	198,888	119,561	125,659	834,489
2024	390,615	199,346	122,825	128,549	841,335
2025	390,849	199,804	126,178	131,506	848,337

**Fuente:** Autores de investigación

## **2.5. OFERTA O COMPETENCIA**

### **2.5.1. Necesidades de información**

- Atributos diferenciadores del servicio.
- Distribución de la población en el área metropolitana de Bucaramanga
- Análisis de la competencia y servicios que maneja
- Cantidad de servicios que realiza la competencia
- Cantidad de vehículos que dispone la competencia

**2.5.2. Análisis de la Situación actual de la competencia:** Para la oferta que se está presentando en el área metropolitana de Bucaramanga, se identifican algunas organizaciones que prestan los servicios que la nueva empresa está lanzando, en donde se busca identificar el número de servicios que se prestan en promedio y los medios por los cuales son enterados los usuarios.

**2.5.2.1. Competidores en el mercado y su identificación:** El área de metropolitana de Bucaramanga cuenta con varias organizaciones encaminadas a la prestación de servicios de ambulancia, desde varios enfoques. Por tanto, se realiza un análisis para recolectar la información a través de fuentes primarias, en donde se obtuvo algunos resultados aproximados, en donde a continuación se presentarán con una breve descripción de los servicios que presta la competencia con su respectiva matriz de competitividad.

**Figura 4.** Logo de emerger



Empresa de servicios de salud, especializada en el traslado aéreo y terrestre de pacientes críticos, atención médica especializada, protección laboral, seguridad estudiantil y asistencia a hogares. Además, realiza cubrimiento de eventos con ambulancias básicas, constituido por el personal paramédico y conductor.

**Fuente:** Autores de investigación

Por otro parte, el grupo EMERGER maneja servicios particulares en el área metropolitana de Bucaramanga, en el cual dependiendo del tipo de traslado solicitado se define el valor a cancelar por el servicio. No obstante, existen otros puntos de vistas que hacen hincapié al precio y se derivan de:

- ✓ Peso del paciente
- ✓ Diagnóstico del paciente
- ✓ Si requiere de silla de ruedas
- ✓ Tipo de residencia

Por tanto, la empresa cuenta con las siguientes características:

**Cuadro 26.** Fortalezas y debilidades competencia Emerger

<b>Emerger</b>	
<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
⇨ Compañía de servicios de salud, especializada en el traslado aéreo y terrestre de pacientes críticos, atención médica especializada, protección laboral, seguridad estudiantil y asistencia a hogares.	⇨ Baja diversificación de clientes, puesto que se enfoca en la atención de las personas afiliadas a Ecopetrol.

**Cuadro 26 (Continuación): Fortalezas y debilidades competencia Emerger**

<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Son proveedores de las principales entidades promotoras de salud, cadena de supermercados, centros comerciales, y grandes empresas del sector productivo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Manejan pocos convenios con entidades de salud.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Ofrecen servicios de área protegida (APH), cubrimiento a eventos, zona Cardio rescate, entrenamientos cadena de supervivencia, transporte de pacientes y atención médica domiciliaria.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Altos costos en la prestación de lo servicios.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Falta de personal capacitado y entrenado.</li> </ul>

**Fuente:** Autores de investigación

**Figura 5.** Logo empresa Emermédica Empresa comprometida con la atención y seguridad que requieren los pacientes y personas afiliadas. Una de sus más grandes fortalezas se efectúa con el apoyo y respaldo de la entidad AXA COLPATRIA, el Grupo más importante de seguros en el mundo, alianza que les permite consolidar los servicios y valores agregados que ofrecen a los afiliados y clientes, entre los que se encuentran:



**Fuente:** Autores de investigación

- ✓ Atención médica domiciliaria
- ✓ Atención prehospitalaria de urgencias y emergencias médicas
- ✓ Traslados asistidos
- ✓ Orientación médica virtual ingresando a [www.emermedica.com.co](http://www.emermedica.com.co)
- ✓ Orientación médica telefónica

No obstante, la alta demanda de personas afiliadas no favorece la calidad y puntualidad de los servicios, puesto que toda organización cuenta con cierta

capacidad de recursos para determinada cantidad poblacional y es así como se presenta la inconformidad de los usuarios que utilizan y han requerido de sus servicios.

La empresa cuenta con las siguientes características:

**Cuadro 27.** Fortalezas y debilidades de la competencia Emermédica

Emermédica	
Fortalezas	Debilidades
✓ Cuenta con ambulancias básicas, medicalizadas y carros para el servicio médico domiciliario.	✓ Baja diversificación de vehículos y personal de la salud (Médico y Paramédico).
✓ Personal capacitado y con alta experiencia.	✓ Demoras en la realización de los servicios
✓ Manejan convenios con distintas entidades y aplican descuentos a los productos y servicios que ofrecen	✓ Prescriben medicamentos de alto costo para el tratamiento de los pacientes.
✓ Ofrecen servicios a nivel nacional (Cali, Bogotá, Neiva, Medellín y Villavicencio)	

**Fuente:** Autores de investigación

**Figura 6.** Logo empresa AME



**Fuente:** Autores de investigación

Empresa dedicada a la prestación de servicios médicos domiciliarios y traslado de pacientes, con personal capacitado para la atención de urgencias y emergencias. Su mercado objetivo se enfatiza en la atención de adultos mayores y, además beneficia a las personas afiliadas con una cobertura a nivel nacional e internacional, servicio las 24 horas, manejo de medicamentos y equipos para solventar la emergencia, consulta de medicina general en

las instalaciones de la organización, a su vez, maneja convenios con distintas entidades que les brinda toma de exámenes diagnósticos, médicos especialistas, laboratorio clínico y droguería.

Por tanto, la organización cuenta con las siguientes características:


**Cuadro 28.** Fortaleza y debilidades de la competencia AME

AME	
Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Especialistas en la atención para adultos mayores.</li> <li>✓ El servicio puede ser solicitado en forma ilimitada.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Altos costos de los productos y servicios que ofrecen.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Cobertura nacional e internacional (América Latina).</li> <li>✓ Realizan consulta de medicina general en su propia instalación.</li> <li>✓ Cuentan con un laboratorio Clínico y droguería.</li> </ul>	

**Fuente:** Autores de investigación

**2.5.2.2. Matriz de perfil competitivo:** En base a los principales competidores que presenta la empresa U.B.M. AMBULANCIAS para la prestación de sus servicios médicos domiciliarios y traslados de pacientes, se realiza la siguiente matriz destacando algunos factores clave con su respectiva calificación.

**Cuadro 29.** Matriz de perfil competitivo



Factores clave de éxito	Ponderación	Calificación	Total	Calificación	Total	Calificación	Total
Servicio atención al cliente	8%	2	0.16	3	0.24	3	0.24
Personal capacitado	9%	3	0.27	3	0.27	4	0.36
Equipos de tecnología	7%	3	0.21	3	0.21	2	0.14
Flota de transporte	9%	2	0.18	3	0.27	4	0.36
Diversificación del segmento clientes	7%	2	0.14	3	0.21	2	0.14
Cobertura a nivel nacional	5%	1	0.05	1	0.05	4	0.2
Cobertura a nivel internacional	4%	1	0.04	1	0.04	4	0.16
Aliados estratégicos	6%	1	0.06	2	0.12	4	0.24
Puntualidad del servicio	9%	2	0.18	3	0.27	2	0.18
Convenio de entidades salud	5%	2	0.1	2	0.1	1	0.05
Posicionamiento de marca	5%	1	0.05	3	0.15	2	0.1
Estrategias publicitarias	7%	1	0.07	2	0.14	3	0.21
Participación en el mercado	6%	1	0.06	1	0.06	3	0.18
Calidad del servicio	7%	3	0.21	3	0.21	2	0.14
Certificaciones de gestión calidad	6%	3	0.18	3	0.18	3	0.18
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>		<b>1.96</b>		<b>2.52</b>		<b>2.88</b>

**Fuente:** Autores de investigación

El resultado obtenido en la matriz de perfil competitivo demuestra que a pesar de que la empresa AME presenta algunos puntos críticos en relación con los factores clave, obtiene una calificación superior a las demás, puesto que prioriza ciertas actividades para satisfacer las necesidades de los clientes y así sobresalir en el mercado.

**2.5.2.3. Oferta de la competencia área metropolitana:** Con base a la información suministrada por tres empresas competidoras en el área metropolitana como son Ame, Emermédica, y Emerge se estima en promedio la cantidad de servicios que brindan y prestan anualmente durante 1 año, ya sea servicios médicos domiciliarios y traslados en ambulancia.

**Cuadro 30.** Oferta de traslados en ambulancia de la competencia

<b>Traslados en ambulancia</b>		
<b>Empresas</b>	<b>Diario</b>	<b>Anual</b>
Emerger	40	14,600
Emermédica	38	13,870
AME	32	11,680
<b>Total</b>	<b>110</b>	<b>40,150</b>

**Fuente:** Autores de investigación

**Cuadro 31.** Oferta de atención médica domiciliaria de la competencia

<b>Atención medica domiciliaria</b>		
<b>Empresas</b>	<b>Diario</b>	<b>Anual</b>
Emerger	10	3,650
Emermédica	35	12,775
AME	45	16,425
<b>Total</b>	<b>90</b>	<b>32,850</b>

**Fuente:** Autores de investigación

Por otra parte, se tiene en cuenta el promedio de los servicios que ofrecen la competencia en el año para obtener la proyección durante 5 años.

**Oferta de traslados en ambulancia**

40.150

**Oferta atención médica domiciliaria**

32.850

**2.5.2.4. Proyección de la oferta:** Para la proyección de la oferta se utilizará el mismo porcentaje de crecimiento y distribución poblacional del área metropolitana de Santander que se utilizó en la demanda, puesto que al tenerse este aumento las empresas trataran de suplir más los servicios que se presentan, a continuación, se da la tabla de distribución de la población donde ha sido ofertado el servicio.

**Cuadro 32.** Distribución de la población del Área Metropolitana de Bucaramanga de la oferta.

<b>Distribución de la población del área metropolitana de Bucaramanga ofertante</b>			
<b>AMB</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Servicios de atención médica domiciliaria</b>	<b>Servicios de traslados en ambulancia</b>
Bucaramanga	48%	15,710	19,201
Floridablanca	24%	7,963	9,732
Girón	14%	4,446	5,434
Piedecuesta	14%	4,732	5,783

**Fuente:** Autores de investigación

Para el cálculo de la proyección futura utilizaremos la técnica del valor presente – el valor futuro, teniendo en cuenta la distribución porcentual y el crecimiento de cada una de ellas, donde se utilizará la formula a continuación.

**Ecuación 1:** proyección

$$\text{Proyección} = \text{Valor presente} (1 + \text{incremento})^{\text{número de años}}$$

**Fuente:** <http://www.esap.edu.co/portal/wp-content/uploads/2017/10/6-Matematica-Financiera.pdf>

En las siguientes tablas se muestra la proyección demandante efectiva en los

próximos 5 años según la distribución que conforma el área metropolitana de Bucaramanga con los incrementos que presentan cada uno de ellos.

**Cuadro 33.** Servicios de atención domiciliaria de la oferta (competencia)

<b>Servicios de atención domiciliaria</b>					
<b>Año</b>	<b>Bucaramanga</b>	<b>Floridablanca</b>	<b>Girón</b>	<b>Piedecuesta</b>	<b>Total</b>
<b>2021</b>	15,719	7,981	4,567	4,841	<b>33,108</b>
<b>2022</b>	15,728	8,000	4,692	4,952	<b>33,372</b>
<b>2023</b>	15,738	8,018	4,820	5,066	<b>33,642</b>
<b>2024</b>	15,747	8,036	4,952	5,182	<b>33,918</b>
<b>2025</b>	15,757	8,055	5,087	5,302	<b>34,200</b>

**Fuente:** Autores de investigación

**Cuadro 34.** Servicios de traslados en ambulancia de la oferta (competencia)

<b>Servicios de traslados en ambulancia</b>					
<b>Año</b>	<b>Bucaramanga</b>	<b>Floridablanca</b>	<b>Girón</b>	<b>Piedecuesta</b>	<b>Total</b>
<b>2021</b>	19,212	9,755	5,582	5,916	<b>40,465</b>
<b>2022</b>	19,224	9,777	5,735	6,052	<b>40,788</b>
<b>2023</b>	19,235	9,800	5,891	6,192	<b>41,117</b>
<b>2024</b>	19,247	9,822	6,052	6,334	<b>41,455</b>
<b>2025</b>	19,258	9,845	6,217	6,480	<b>41,800</b>

**Fuente:** Autores de investigación

## **2.6. DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA**

La demanda insatisfecha existente en el estudio presente está dada por la inconformidad del servicio recibido, en tanto se busca la forma de mejorar los servicios existentes, en lo cual el análisis de la demanda y la oferta ayudan a

determinar la demanda insatisfecha presente, a continuación, se presenta el resumen del estudio.

**Cuadro 35.** Demanda insatisfecha servicios de atención domiciliaria

<b>Servicios de atención domiciliaria</b>	
Demanda	452,305
Oferta	32,850
Nivel de aceptación	7.3%
Demanda insatisfecha	419,455

**Fuente:** Autores de la investigación

**Cuadro 36.** Demanda insatisfecha servicios de traslado en ambulancia

<b>Servicios de traslado en ambulancia</b>	
Demanda	1,203,248
Oferta	40,150
Nivel de aceptación	3.34%
Demanda insatisfecha	1,163,098

**Fuente:** Autores de la investigación

## **2.7. CANALES DE COMERCIALIZACION**

Canal de comercialización es el circuito a través del cual los fabricantes (productores) ponen a disposición de los consumidores (usuarios finales) los productos para que los adquieran. La separación geográfica entre compradores y vendedores y la imposibilidad de situar la fábrica frente al consumidor hacen

necesaria la distribución (transporte y comercialización) de bienes y servicios desde su lugar de producción hasta su lugar de utilización o consumo.

Por otra parte, existe dos tipos de canales de comercialización que son canal directo e indirecto en los cuales consiste:

**Tabla 3:** Canales de comercialización

### Canal directo

El productor o fabricante vende el producto o servicio directamente al consumidor sin intermediarios. Es el caso de la mayoría de los servicios; también es frecuente en las ventas industriales porque la demanda está bastante concentrada (hay pocos compradores), pero no es tan corriente en productos de consumo. Por ejemplo, un peluquero presta el servicio y lo vende sin intermediarios; lo mismo ocurre con bancos y cajas de ahorro. Ejemplos de productos de consumo pueden ser los productos Avon, el Círculo de Lectores,





### Canal indirecto

Un canal de distribución suele ser indirecto, porque existen intermediarios entre el proveedor y el usuario o consumidor final. El tamaño de los canales de distribución se mide por el número de intermediarios que forman el camino que recorre el producto. Dentro de los canales indirectos se puede distinguir entre canal corto y canal largo.



**Fuente:** Autores de la investigación

 **Canal corto:** Sólo tiene dos escalones, es decir, un único intermediario entre fabricante y usuario final. Este canal es habitual en la comercialización de automóviles, electrodomésticos, ropa de diseño; en donde los minoristas o detallistas tienen la exclusividad de venta para una zona o se comprometen a un mínimo de compras.

 **Canal largo:** Intervienen muchos intermediarios (mayoristas, distribuidores, almacenistas, revendedores, minoristas y agentes comerciales, etc.). Este canal es típico de casi todos los productos de consumo, especialmente productos de conveniencia o de compra frecuente, como los supermercados, las tiendas tradicionales, los mercados o galerías de alimentación.

A continuación, se ilustra las ventajas y desventajas que contiene cada tipo de canal en la actualidad:

**Cuadro 37.** Ventajas y desventajas de los canales de comercialización

Canales de comercialización		
	Canal indirecto	Canal directo
Ventajas	Mayor cobertura de los negocios atendidos	Personal preparado
	Alta rentabilidad	Control directo
	Incremento considerable en personal de ventas en un menor tiempo	Imagen intachable
	Complementariedad con otros productos	Relación comercio-consumidor
	Alcance de promoción y venta donde normalmente un negocio establecido o corporativo no llega	Sistema de comunicación
	Difusión e imagen de la empresa incrementa	Sensibilidad inmediata de reacciones del mercado

**Cuadro 37:** Ventajas y desventajas de los canales de comercialización

	Financiación de los integrantes del canal <sup>23</sup>	
<b>Desventajas</b>	Menor promoción que los canales directos	Alto esfuerzo administrativo
	Escaso control del precio final	Mayor conexión
	Mínimo control del estado del producto y el envase <sup>24</sup>	Alta inversión en activos
		Altos costos <sup>25</sup>

**Fuente:** Autores de la investigación

### 2.7.1. Estructura de los canales actuales

**Figura 7.** Canal directo



**Fuente:** Autores de la investigación

<sup>23</sup> RAMIRES D., José L. CANALES INDIRECTOS. [En línea]. Consultado el 8 de febrero de 2020. Disponible en: <https://es.scribd.com/doc/49506976/CANAL-INDIRECTO-ensayo>

<sup>24</sup> MESA, Manuela. CANALES DE DISTRIBUCIÓN INDIRECTO. [En línea]. Consultado el 8 de noviembre de 2019. Disponible en: [https://prezi.com/5orz7uj2jx\\_h/canales-de-distribucion-indirectos/](https://prezi.com/5orz7uj2jx_h/canales-de-distribucion-indirectos/)

<sup>25</sup> MORALES M., Norberto. Tipos de canales de distribución selección y estrategias para incrementar el mercado. [En línea]. Consultado el 8 de noviembre de 2019. Disponible en: <https://es.slideshare.net/norbertomorales/canales-de-distribucin-5913539>

## 2.7.2. Ventajas y desventajas de los canales actuales de la empresa

**Tabla 4:** Ventajas y desventajas de los canales de la empresa

### VENTAJAS



- Facilita el contacto directo entre la empresa y el usuario final, con la posibilidad.
- de escuchar la voz del cliente.
- Agiliza la adaptación a los cambios del mercado.
- Contacto directo con el cliente, lo cual hace oportuno el servicio.
- Detectar nuevas expectativas o necesidades del cliente

- Incumplimiento gran parte de las expectativas de todos los clientes.
- La empresa puede manipular los precios a su criterio propio, lo que puede afectar al usuario final.

### DESVENTAJAS



**Fuente:** Autores de la investigación

**2.7.3. Selección de los canales de comercialización:** Teniendo en cuenta el análisis realizado de los canales de comercialización que existen en la actualidad, se determina que el canal más conveniente para prestar los servicios médicos domiciliarios y los traslados en ambulancia es el directo, puesto que se lleva a cabo la relación entre el cliente que requiere el servicio y la empresa que lo presta, sin intermediarios.

## 2.8. PRECIO

**2.8.1. Análisis de precios de la competencia:** Actualmente el área metropolitana de Bucaramanga no cuenta con organizaciones que presten los servicios médicos domiciliarios y traslados en ambulancia para mujeres gestantes y niños entre 0 y 18 años, sin embargo, se toman en cuenta algunos precios de empresas que relacionan la atención medica con la población adulto mayor y los traslados particulares en el área metropolitana de Bucaramanga.

Teniendo en cuenta, que los precios de los servicios varia de una empresa a otra, los factores determinantes para fijar el precio dependen del tipo de pago (Tarjeta de crédito, débito o pago en efectivo), del valor de cada servicio recibido y la mensualidad que estipulan algunas entidades en este sector.

A continuación, se podrá visualizar el valor de los servicios que connotan algunas empresas.

**Cuadro 38.** Precio de atención médica domiciliaria del área Metropolitana de Bucaramanga

Atención medica domiciliaria		
Empresas	Costo por consulta	Costo Mensual
Emerger	50,000	-
Emermédica	-	60,000
AME	-	100,000

**Fuente:** Autores de la investigación

**Cuadro 39.** Precio de traslado en ambulancia del área Metropolitana de Bucaramanga

TRASLADOS EN AMBULANCIA			
Organización	Municipio	Costo por traslado sencillo	Costo por traslado doble
Ambulancias Emergencias	Bucaramanga	\$ 60,000	\$ 120,000
	Floridablanca	\$ 70,000	\$ 140,000
	Girón	\$ 80,000	\$ 160,000
	Piedecuesta	\$ 100,000	\$ 200,000
Línea Vital	Bucaramanga	\$ 70,000	\$ 140,000
	Floridablanca	\$ 90,000	\$ 180,000
	Girón	\$ 100,000	\$ 200,000
	Piedecuesta	\$ 120,000	\$ 240,000

**Fuente:** Autores de la investigación

El cuadro referente a los traslados en ambulancia nos ilustra que la competencia maneja servicios particulares en el área metropolitana de Bucaramanga, en el cual dependiendo del tipo de traslado solicitado se define el valor a cancelar por el servicio. No obstante, existen otros puntos de vistas que hacen hincapié al precio y se derivan de:

- Peso del paciente
- Diagnóstico del paciente
- Si requiere de silla de ruedas hasta la ambulancia
- Tipo de residencia

**2.8.2. Estrategias de fijación de precios:** U.B.M. AMBULANCIAS S.A.S., es una empresa que prestará los servicios médicos domiciliarios y traslados en ambulancia en el área metropolitana de Bucaramanga, cuyo valor agregado enmarca la atención a mujeres embarazadas y niños.

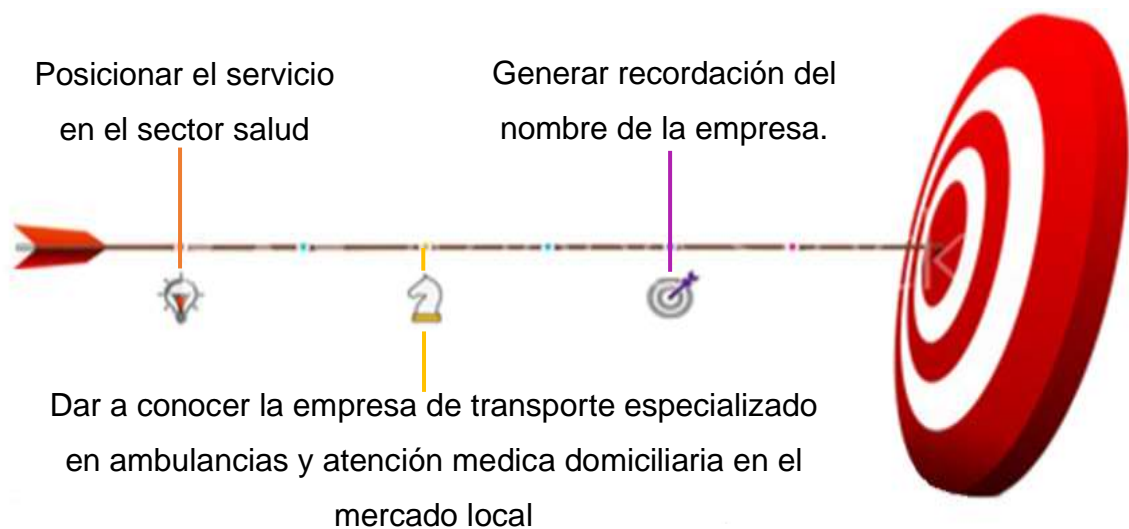
La idea de crear esta empresa es cubrir las necesidades de la población más vulnerable, facilitándoles la adquisición de nuestros servicios con planes completos para un mejoramiento y control del estado de salud del paciente.

Por lo tanto, la estrategia es fijar precios asequibles y competitivo referenciado con un pago mensual, ya sea en efectivo o tarjeta de crédito y débito, donde va a estar condicionado por los costos que requiera la empresa, sin entrar a hacer diferenciadores por debajo o por encima de la competencia, dada la complejidad del servicio y la calidad de este, de esta manera convertirnos en una organización líder y competitiva en el mercado.

## 2.9. PUBLICIDAD Y PROMOCION

### 2.9.1. Objetivos

**Figura 8.**Objetivos de la empresa AMB AMBULANCIAS S.A.S

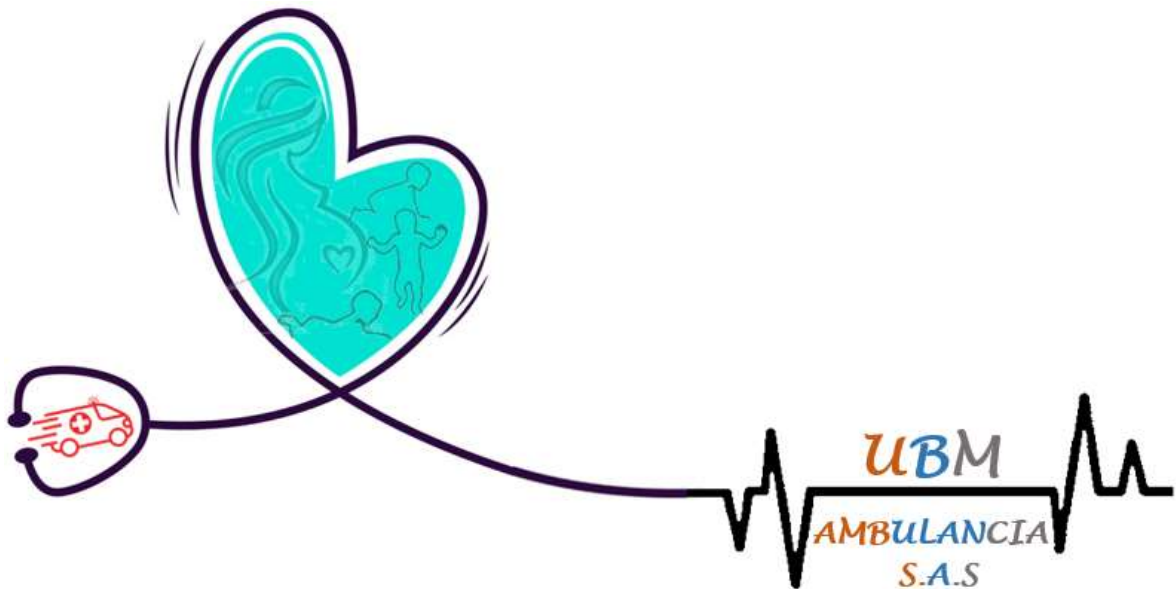


**Fuente:** Autores de la investigación

**2.9.2. Logotipo:** El emblema de la empresa inicialmente lo enmarca el equipo fonendoscopio que contiene nuestro medio de transporte para brindar nuestros servicios, que gracias a esta herramienta de salud podemos sintonizar nuestro corazón verde que hace referencia al mejoramiento y estabilidad del estado de salud de los pacientes al adquirir cualquiera de los servicios que se ofrecen ilustrando nuestro mercado objetivo resaltando los niños y mujeres embarazadas.

Finalmente, con relación al latido del corazón se puede sentir la frecuencia cardiaca representado con las siglas que hacen hincapié al nombre de la empresa, denominado como “Urgencias básicas medicalizadas”. Las abreviaturas seleccionadas permiten que las personas recuerden el nombre con mayor facilidad.

**Figura 9.** Logo de la empresa UBM AMBULANCIA S.A.S



**Fuente:** Autores de la investigación

Por otro lado, la salud se encuentra representado por algunos colores que se plasman en el logo de la empresa, cuyo significado son:

➤ **Rojo**

El rojo proporciona energía y calor, incita a la acción y aumenta la circulación. Es el color del corazón, pulmones, riñones y músculos. Está indicado para tratar la falta de energía, falta de calor, de actividad, confusión, anemia, falta de riego, parálisis, falta de iniciativa, atonía del aparato digestivo, mejora el rendimiento de los deportistas, estimula el hígado y el bazo y combate la depresión.

➤ **Naranja**

El color naranja implica equilibrio y relajación. Está relacionado con la tolerancia, la apertura, la fuerza de voluntad. Indicado en trastornos cardiovasculares, asma, bronquitis, epilepsia, calambres, artritis, reuma y, a nivel intelectual, comprensión y conocimiento.

➤ **Verde**

El verde es un color analgésico y tiene que ver con la armonía. Está relacionado con el sistema locomotor (huesos, tendones, articulaciones, músculos...) y ayuda a eliminar toxinas del organismo. Está indicado en todo tipo de dolores y neuralgias, afecciones del sistema nervioso, hipertensión, estabilizar emociones y aumentar las defensas del organismo. Está contraindicado en caso de anemia.

➤ **Azul**

El azul destaca por dos propiedades: es el color más calmante induce al sueño y ahuyenta las bacterias y microorganismos. Se usa como antiséptico y como antiinflamatorio. Está indicado en problemas de la boca (dientes y muelas), en personas con excesivo calor (fiebre), para insomnio o intranquilidad, inflamaciones de cualquier tipo, hipertensión y espasmos.

➤ **Gris**

El gris está relacionado con la intuición y el misticismo, por lo que es un buen color para tratar el nerviosismo, la intranquilidad existencial, ansiedad y angustia,

los delirios, la obsesión y los problemas psíquicos. A nivel fisiológico actúa sobre los riñones y los pulmones. Está indicado en trastornos del sistema nervioso, convulsiones, cataratas, tumores, trastornos de la menopausia y afecciones de la piel (acné, arrugas, celulitis). También es útil en caso de apetito compulsivo.<sup>26</sup>

### 2.9.3. Slogan

**Figura 10.** Lema UBM AMBULANCIA S.A.S



**Fuente:** Autores de la investigación

El lema predeterminado para la empresa visualiza que los servicios a ofrecer se encuentran enfocados en el área de la salud, los cuales tienen como propósito cubrir las necesidades de la población con atenciones médicas y traslados eficaces y de alta calidad, que beneficien las condiciones del paciente y aporten mejoramiento en su estado de salud.

---

<sup>26</sup> VidaNaturalia. Cromoterapia: Los Colores y la Salud. [En línea]. Consultado el 9 de febrero de 2020. Disponible en: <https://www.vidanaturalia.com/cromoterapia-los-colores-y-la-salud/>

Las palabras predeterminadas para el slogan de la empresa contienen el siguiente significado:

**Tu:** Hace énfasis al mercado objetivo, el cual se desenlosa de las mujeres gestantes y niños entre 0 y 18 años.

**Salud:** Es referente a la condición física y estado en el que se encuentra el paciente por determinados diagnósticos.

**Es:** Sufijo que acompaña otras palabras para hablar sobre algo o alguien.

**Nuestra:** Indica que la población a la cual se enfatizará pertenecerá y se relacionarán con la empresa.

**Prioridad:** Importancia de la empresa con respecto al estado de salud de los clientes.

#### 2.9.4. Análisis de medios

**Cuadro 40:** Análisis de medios

Análisis de medios		
Medios	Ventajas	Limitaciones
Periódicos	Flexibilidad: Selección de momento oportuno, buena cobertura de mercado local, amplia aceptación, gran credibilidad	Corta vida, mala calidad de producción, escasa audiencia de consulta de periódicos

**Cuadro 40 (Continuación):** Análisis de medios

Televisión	Combina imagen, sonido y movimiento, tiene atractivo para los sentidos mucha atención, gran alcance	Costo relativamente alto, imagen de correo de propaganda
Radio	Uso masivo, alta selectividad demográfica, bajo costo	Solo presentación de audio, menor atención que en televisión, tarifas sin tasas estandarizadas, exposición fugaz.
Revistas	Alta selectividad geográfica y demográfica, credibilidad y prestigio, reproducción de alta calidad, larga vida, buen número de lectores.	Larga espera para comprar un anuncio en la revista, parte de la circulación de pierde, sin garantía de posición
Publicidad exterior	Flexibilidad, gran exposición repetida, bajo costo, baja competencia.	No hay selectividad de la audiencia, limitaciones creativas

**Fuente:** Autores de la investigación

**2.9.5. Selección de medios:** Para la promoción de la empresa de servicios médicos domiciliarios y traslados en ambulancia, y atender el mercado objetivo se requiere llegar con un medio de comunicación más directo y específico que ilustre de manera clara los servicios de la empresa, es por esta razón se ha seleccionado los siguientes medios:

**Cuadro 41.** Medios de publicidad

Medios de publicidad	
Medios	Características
Pasabocas	Masivo
Pautas radiales	Audio, masivo
Portafolio (Brochure)	Escrito
Pendones	Escrito

**Cuadro 41 (Continuación):** Medios de publicidad

Tarjetas de presentación	Escrito
Redes sociales	Masivo
Folletos	Masivo

**Fuente:** Autores de la investigación

**2.9.6. Estrategias Publicitarias:** Las estrategias publicitarias para emplear y así dar a conocer la empresa U.B.M. AMBULANCIAS S.A.S, se consideran de dos clases: publicidad de lanzamiento y de mantenimiento.

**2.9.6.1. Estrategias de publicidad de lanzamiento:** Se aplicará para captar la atención del público y se realizará durante los días previos y en el día de la presentación de la empresa, el cual se hará participación de los diferentes eventos emprendedores de la UIS y en la feria de emprendimiento Sena. Para dicho lanzamiento se emplearán:

- Pasabocas: Durante los eventos en el cual se pretende exponer los servicios de la empresa, las personas podrán consumir postres de limón como obsequio, con la finalidad de atraer la atención.
- Publicidad impresa: Para la presentación de la empresa se utilizará publicidad informativa que se repartirán en los eventos, los cuales serán connotados por 500 folletos, 300 tarjetas de presentación y 2 pendones que serán ubicados en los stands.
- Pauta radial: Se analizaron los servicios de las emisoras y se tomó como base la emisora Caracol Radio, ya que cuenta con mayor sintonía en los sectores donde se ha determinado desarrollar el proyecto. Para que los

anuncios sean factibles en la emisora, se estima que la programación con mayor audiencia se da en el horario de 6 am a 9 am. El costo de los anuncios depende de la cantidad de cuñas de 30 segundos por jornada. El paquete especial seleccionado para promocionar la empresa tiene un valor de \$ 185.000, equivalente a 4 cuñas de 30 segundos por día.

- Obsequio: En los eventos emprendedores se le repartirá al mercado objetivo lapiceros táctiles, de color negro con el nombre, logo y eslogan de la empresa.

#### **2.9.6.2. Estrategias de publicidad de mantenimiento**

- Portafolio de servicios (brochure): Es una presentación del proyecto diseñado para ilustrar las especificaciones técnicas del servicio que se ofrece, donde su costo es relativo dependiendo de la calidad de impresión y el tamaño deseado.
- Publicidad impresa: Se contará con 1.000 tarjetas de presentación disponibles para la distribución entre los clientes de la empresa. Se apoyará la publicidad con 1.000 volantes llamativos para distribuirlos en el área metropolitana de Bucaramanga.
- Anuncios radiales: Se mantendrán al aire pautas radiales para mantener en el medio vigente el nombre de la empresa, para esto se utilizarán 4 anuncios radiales al mes, pautas de 30 segundos cada una.
- Página web: Es una manera básica de publicitar los productos y servicios, que muchas veces se subestima por lo sencillo que resulta. Se trata no solo

de estar en internet, sino de contar con un sitio que atienda la estrategia de negocios de la empresa, cuyo diseño sea amigable y de fácil navegación, donde moverse sea un proceso rápido, entendible y divertido. De acuerdo a los ítems mencionados para crear una página web viable tendrá un valor de \$ 850.000, con una membresía de \$ 200.000.

## 2.9.7. Presupuesto de publicidad y promoción

**2.9.7.1. De lanzamiento:** Se estima el siguiente presupuesto para ser difundida la promoción del servicio dos semanas antes del lanzamiento.

**Cuadro 42.** Presupuesto de lanzamiento

Presupuesto			
Publicidad de lanzamiento	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Pasabocas	200	\$ 3,000	\$ 600,000
Folletos	500	\$ 400	\$ 200,000
Tarjetas de presentación	300	\$ 134	\$ 40,200
Pendones	2	\$ 24,000	\$ 48,000
Pauta radial	7	\$ 185,000	\$ 1,295,000
Lapiceros	150	\$ 3,000	\$ 450,000
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 2,633,200</b>

**Fuente:** Autores de la investigación

**2.9.7.2. De operación:** U.B.M AMBULANCIAS IPS, es una empresa innovadora que pretende ser reconocida en el área a trabajar, y competitiva y líder en el mercado, por lo cual llevará a cabo el manejo de publicidades de operación en un periodo de 1 año.

Las publicidades de operación seleccionadas para la empresa son:

- **Anuncios radiales:** Se ha seleccionado la emisora “Caracol Radio”, la cual transmitirá anuncios publicitarios de la empresa con sesiones de 30 segundos, cuatro veces al mes.
- **Portafolio de servicios:** Se elaborarán 300 portafolios a color, con toda la información de la empresa y se repartirán en los eventos emprendedores.
- **Tarjetas de presentación y volantes:** Se imprimirán 1.000 tarjetas y 1.000 volantes en el primer año de iniciar la empresa, los cuales serán repartidos en el área metropolitana de Bucaramanga y en la oficina, para aquellos que necesitan información de los servicios.
- **Página Web:** Se creará una página Web de la empresa, de fácil acceso, en el cual se pagará una mensualidad por su manejo.

**Cuadro 43.** Presupuesto de operación

Presupuesto					
Publicidad de operación	Cantidad	Cantidad/Año	Valor Unitario	Valor Mensual	Valor Anual
Anuncios radiales (4 x mes)	4	48	\$ 33,000	\$ 132,000	\$ 1,584,000
Portafolio de servicios	25	300	\$ 5,200	\$ 130,000	\$ 1,560,000
Tarjetas de presentación	100	1,200	\$ 300	\$ 30,000	\$ 360,000
Volantes	100	1,200	\$ 400	\$ 40,000	\$ 480,000
Página Web	1	12	\$ 200,000	\$ 200,000	\$ 2,400,000
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 238,900</b>	<b>\$ 532,000</b>	<b>\$ 6,384,000</b>

**Fuente:** Autores de la investigación

### 3. ESTUDIO TÉCNICO

#### 3.1. TAMAÑO DEL PROYECTO

**3.1.1. Descripción del tamaño del proyecto:** En la demanda efectiva se calculó una proyección de servicios que se atenderá en la población objetivo arrojando que aproximadamente 855,434 serán traslados de ambulancias 321,560 atención medica domiciliaria, pero el tamaño real del proyecto puede variar teniendo en cuenta los siguientes factores que lo limitan como: el tamaño del mercado, la capacidad financiera, el recurso humano y los equipos disponibles.

La capacidad del proyecto para la prestación del servicio será el siguiente: el servicio será 24 horas cubiertas con turnos de 12 horas por personal idóneo en traslado en ambulancias y atención medica domiciliará.

**3.1.2. Factores que determinan el tamaño de un proyecto:** Para definir el tamaño del proyecto se tienen restricciones importantes como lo es el tamaño del mercado, la capacidad financiera, el recurso humano y tecnológico, los cuales estarán medidos por la cantidad de servicios que se presten en el traslado en ambulancia, como de la atención medica domiciliaria que la empresa manejera frente a los usuarios, todo con el fin de determinar la cantidad que la empresa puede ofrecer realmente al mercado. A continuación, describimos algunos factores importantes en la empresa U.B.M AMBULANCIA S.A.S:

**3.1.2.1. Capacidad financiera:** La empresa requiere tener un buen financiamiento económico lo cual no es una limitante al ser el proyecto financiado

con recursos propios y bancarios, así como los ingresos estimados por la demanda del servicio.

Es por esta razón la empresa planteará un financiamiento para cumplir las obligaciones tanto de salarios de los trabajadores como de la adquisición de las ambulancias básicas y medicalizadas e instrumentos de atención primordial y domiciliaria, por medio de créditos de forma independiente, como de la búsqueda de fondos de inversión a proyectos como son (SENA EMPRENDER, COLCIENCIAS, FONDO EMPRENDER, CAMARA DE COMERCIO), el cual estará basado en el cumplimiento de la demanda del servicio.

**3.1.2.2. Demanda:** La demanda que presenta este proyecto está cuantificada, aun así, hay que tener en cuenta que está sujeta y condicionada a la decisión de los usuarios en tomar los servicios que se prestan, como de la utilización que esta pueda tener por clientes que se trasladan al área metropolitana.

**3.1.2.3. Disponibilidad del recurso humano:** Para prestar un excelente servicio se contará con personal capacitado en ofrecer la mejor atención al usuario, desde el momento que se solicite el servicio hasta cuando finalice la atención médica, por lo tanto, este no es un factor limitante o condicional para el proyecto, pues se cuenta con personal idóneo para prestar un buen servicio médico al usuario.

**3.1.2.4. Disponibilidad del materiales e insumo:** La empresa no tiene restricción para determinar el tamaño por parte de los materiales, ya que el área metropolitana cuenta con una amplia gama de establecimientos en los cuales se pueden conseguir lo que se utiliza en la prestación de los servicios.

**3.1.2.5. Capacidad administrativa y tecnológica:** El proyecto no hace dependencia de este factor, el cual no es una limitante alguna puesto que existen empresas que se encargan de entregar los vehículos y ambulancias equipadas medicamente de acuerdo con los requerimientos de la empresa; y en cuanto a la administrativa no es muy amplia la organización lo cual no genera inconvenientes operativos.

**3.1.2.6. Impacto ambiental:** La empresa no maneja impactos ambientales fuertes que restrinjan en lo absoluto el tamaño de la empresa para prestar los servicios.

**3.1.2.7. Localización:** La localización no es un factor limitante para el proyecto, porque los requerimientos de espacio y ubicación contemplan una sede con oficina y espacio para parquear los vehículos médicos, lo cual para el área metropolitana de Bucaramanga existen zonas que son centrales y disponen de localizaciones que en especial quedarían ubicadas en el barrio la aurora.

**3.1.2.8. Disponibilidad de recursos propios y de terceros:** Los recursos propios son un factor de gran importancia los cuales se tendrán de acuerdo con la necesidad que la empresa los necesite, y en cuanto a la disponibilidad de terceros, estas no serán limitantes puesto que hay variabilidad para obtenerlos.

**3.1.3. Capacidad del proyecto:** La determinación del tamaño óptimo del proyecto está planeada teniendo en cuenta los vehículos médicos, ya que se contará con 2 ambulancias medicalizadas y 2 básicas, brindando una atención para adquirir los planes en un horario de oficina de 8 a.m. a 12 m y de 2 p.m. a 6 p.m. en tanto para

la prestación del servicio se tendrá un horario de 24 horas, los cuales serán utilizados por turnos de 12 horas diarias.

**Cuadro 44.** Capacidad de servicios de ambulancia



**Fuente:** Autores de la investigación

**Figura 11.** Capacidad de servicios atención medica domiciliaria



**Fuente:** Autores de la investigación

**3.1.3.1. Capacidad total diseñada por línea de producto o servicio:** Para este proyecto se tiene en cuenta el máximo servicio de traslado en ambulancia y de atención domiciliaria el cual se pueda atender en un tiempo determinado. Para lo

cual se utilizará el cálculo con la relación a la demanda insatisfecha, tomado el número de ambulancias que se tienen proyectadas con su respectivo personal, la cual tendrán una prestación de servicio diario de un tiempo de 24 horas durante los 30 días del mes, donde la empresa laborara con 2 ambulancias básicas y 2 medicalizadas a dos turnos al día con su respectivo grupo de trabajo.

A continuación, se calculará la capacidad diseñada por año para el servicio de traslado en ambulancia teniendo como tiempo de ejecución 90 minutos aproximadamente desde la llamada de solicitud hasta que termina traslado del paciente con entrega de documentos del usuario, por otro lado, para la atención domiciliaria se tomará como tiempo promedio de 120 minutos desde la llamada hasta la terminación del parte médico.

Para este cálculo se tomará una eficiencia del 100%, lo cual da la siguiente información.

### TRASLADO DE AMBULANCIA

**Cuadro 45.** Capacidad diseñada en servicios traslado en ambulancia

Traslado de ambulancia		
Descripción		Capacidad Diseñada
Año	365	11,680
Disponibilidad	24	
Turnos	2	
Tiempo de turnos	720	
Tiempo de traslados	90	
Cantidad de ambulancia básica	2	
Capacidad del servicio por turno	8	
Capacidad del servicio en 1 día	16	

**Fuente:** Autores de la investigación

## ATENCIÓN MÉDICA DOMICILIARIA

**Cuadro 46.** Capacidad diseñada en servicios atención médica domiciliaria

Atención médica domiciliaria		
Descripción		Capacidad Diseñada
Año	365	8,760
Disponibilidad	24	
Turnos	2	
Tiempo de turnos	720	
Tiempo de traslados	120	
Cantidad de ambulancia básica	2	
Capacidad del servicio por turno	6	
Capacidad del servicio en 1 día	12	

**Fuente:** Autores de la investigación

**3.1.3.2. Capacidad instalada:** Este proyecto está enfocado a estar a disposición de turnos de 12 horas todos los días del año por tanto la capacidad instalada que tiene la empresa será de:

## TRASLADO EN AMBULANCIA

**Cuadro 47.** Capacidad instalada en servicios traslado en ambulancia

Traslado de ambulancia		
Descripción		Capacidad Instalada
Año	365	11,680
Disponibilidad	24	
Turnos	2	
Tiempo de turnos	720	
Tiempo de traslados	90	
Cantidad de ambulancia básica	2	

**Cuadro 47 (Continuación).** Capacidad instalada en servicios traslado en ambulancia

Capacidad del servicio por turno	8	
Capacidad del servicio en 1 día	16	

**Fuente:** Autores de la investigación

### ATENCIÓN MEDICA DOMICILIARIA

**Cuadro 48.** Capacidad instalada en servicios atención médica domiciliaria

Atención médica domiciliaria		
Descripción		Capacidad Diseñada
Año	365	8,760
Disponibilidad	24	
Turnos	2	
Tiempo de turnos	720	
Tiempo de traslados	120	
Cantidad de ambulancia básica	2	
Capacidad del servicio por turno	6	
Capacidad del servicio en 1 día	12	

**Fuente:** Autores de la investigación

**3.1.3.3. Capacidad utilizada y proyectada:** Para el proyecto de la empresa se tiene planteado una atención respectiva del 60% de la capacidad instalada para el primer año, ya que esta hace énfasis a una proyección de la empresa a una capacidad completa de forma que sea datos más acercados a la realidad al comenzar trabajos de la empresa en el año 1, en donde se espera que la demanda de los servicios de la empresa crezcan año a año de forma que se cumpla la capacidad instalada en años futuros, en los cuales para el traslado en ambulancia y atención medica domiciliaria se espera que se cumpla a los 5 años de inicio, teniendo un crecimiento del 10 % anual.

## **TRASLADO EN AMBULANCIA**

Capacidad instalada para traslados de ambulancia = **11.680**

% Capacidad utilizada de la instalada primer año = **60%**

Crecimiento anual = **10%**

Para el cálculo de la capacidad utilizada y proyectada en los siguientes años se ilustra en el siguiente cuadro:

**Cuadro 49.** Capacidad utilizada y proyectada de traslado de ambulancias

<b>Servicio traslado de ambulancia</b>		
<b>Años de servicio</b>	<b>Porcentaje de capacidad instalada</b>	<b>Capacidad utilizada y proyectada</b>
1	60%	7,008
2	70%	8,176
3	80%	9,344
4	90%	10,512
5	100%	11,680

**Fuente:** Autores de la investigación

## **ATENCIÓN MÉDICA DOMICILIARIA**

Capacidad instalada para atención médica domiciliaria = **11.680**

% Capacidad utilizada de la instalada primer año = **60%**

Crecimiento anual = **10%**

Para el cálculo de la capacidad utilizada y proyectada en los siguientes años se ilustra en el siguiente cuadro:

**Cuadro 50.** Capacidad utilizada y proyectada de atención médica domiciliaria

Capacidad utilizada y proyectada en servicio atención medica domiciliaria		
Años de servicio	Porcentaje de capacidad instalada	Capacidad utilizada y proyectada
1	60%	5,256
2	70%	6,132
3	80%	7,008
4	90%	7,884
5	100%	8,760

**Fuente:** Autores de la investigación

### 3.2. LOCALIZACIÓN

**3.2.1. Macro localización:** El proyecto estará ubicado en el municipio de Bucaramanga del departamento de Santander, siendo este el sitio adecuado para la ubicación de la empresa, y la atención del área metropolitana.

**Fotografía 1.** Área metropolitana de Bucaramanga



**Fuente:** CONSEJO DE BUCARAMANGA. Plan de ordenamiento territorial de segunda generación. Disponible en: <http://www.concejodebucaramanga.gov.co/planordenamientoterritorial/tomo2.pdf>

**3.2.2. Micro localización:** Para el estudio de la micro localización se tuvieron en consideración dos lugares del municipio de Bucaramanga, que son el barrio la aurora y el barrio san francisco por ser céntrico en la ciudad, en donde se empleó el método cualitativo por puntos para asignar la puntuación de los factores y grados con un puntaje de 1000, en donde se tuvo en cuenta el de mayor factibilidad inmediata a los requerimientos de servicios.

### 3.2.2.1. Factores

**Cuadro 51.** Factores de ponderación

<b>Factores de ponderación</b>			
<b>Factor</b>	<b>Descripción</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>puntos</b>
F1	Disponibilidad de vías de acceso	20%	200
F2	Disponibilidad de transporte	5%	50
F3	Disponibilidad de servicios públicos	10%	100
F4	Costos de arrendamiento de las instalaciones	15%	150
F5	Disponibilidad de infraestructura	20%	200
F6	Costo de servicios públicos	5%	50
F7	Impacto social	10%	100
F8	Proveedores	15%	150
<b>TOTAL</b>		<b>100%</b>	<b>1,000</b>

**Fuente:** Autores de la investigación

### 3.2.2.2. Grados

**Cuadro 52.** Grado de disponibilidad de vías de acceso

<b>F1: Disponibilidad de vías de acceso</b>			
<b>Grado</b>	<b>Definición</b>	<b>Descripción</b>	<b>Puntaje</b>
G1	Malo	Sin vías de acceso	0
G2	Regular	Pocas vías de acceso	67
G3	Bueno	Es adecuado el número de vías de acceso	134
G4	Muy bueno	Tiene múltiples vías de acceso	200

**Fuente:** Autores de la investigación

**Cuadro 53.** Grado de disponibilidad de transporte

<b>F2: Disponibilidad de transporte</b>			
<b>Grado</b>	<b>Definición</b>	<b>Descripción</b>	<b>Puntaje</b>
G1	Malo	No existen rutas de transporte	0
G2	Regular	Hay pocas rutas de transporte	17
G3	Bueno	Tiene rutas de transporte	34
G4	Muy bueno	Tiene rutas de transporte como metrolínea	50

**Fuente:** Autores de la investigación

**Cuadro 54.** Grado de disponibilidad de servicios públicos

<b>F3: Disponibilidad de servicios públicos</b>			
<b>Grado</b>	<b>Definición</b>	<b>Descripción</b>	<b>Puntaje</b>
G1	Malo	No hay servicios públicos	0
G2	Regular	Hay servicios limitados	50
G3	Bueno	Hay totalidad de servicios públicos	100

**Fuente:** Autores de la investigación

**Cuadro 55.** Grado de costos de arrendamiento de las instalaciones

<b>F4: Costos de arrendamiento de las instalaciones</b>			
<b>Grado</b>	<b>Definición</b>	<b>Descripción</b>	<b>Puntaje</b>
G1	Muy costoso	Más de 3.000.000	0
G2	Costoso	Entre 1.000.000 - 3.000.000	75
G3	Económico	Menos de 1.000.000	150

**Fuente:** Autores de la investigación

**Cuadro 56.** Grado de disponibilidad de infraestructura

<b>F5: Disponibilidad de infraestructura</b>			
<b>Grado</b>	<b>Definición</b>	<b>Descripción</b>	<b>Puntaje</b>
G1	Malo	Poca área	0
G2	Regular	Buena área	100
G3	Bueno	Suficiente área	200

**Fuente:** Autores de la investigación

**Cuadro 57.** Grado de costos de servicios públicos

<b>F6: Costos de servicios públicos</b>			
<b>Grado</b>	<b>Definición</b>	<b>Descripción</b>	<b>Puntaje</b>
G1	Muy costoso	Más de 1.000.000	0
G2	Costoso	Entre 500.000 - 1.000.000	25
G3	Económico	Menos de 500.000	50

**Fuente:** Autores de la investigación

**Cuadro 58.** Grado de impacto social

<b>F7: Impacto social</b>			
<b>Grado</b>	<b>Definición</b>	<b>Descripción</b>	<b>Puntaje</b>
G1	Malo	No despierta interés	0
G2	Regular	Despierta interés	50
G3	Bueno	Despierta gran interés	100

**Fuente:** Autores de la investigación

**Cuadro 59.** Grado de proveedores

<b>F8: Proveedores</b>			
<b>Grado</b>	<b>Definición</b>	<b>Descripción</b>	<b>Puntaje</b>
G1	Malo	No hay proveedores	0
G2	Regular	Hay escasos proveedores	75
G3	Bueno	Hay variedad en proveedores	150

**Fuente:** Autores de la investigación

Para la determinación de la mejor ubicación se calificó los barrios dándole un puntaje según la clasificación anterior, el cual se puede ver en el siguiente cuadro.

**Cuadro 60.** Evaluación de los barrios para micro localización

Factor	Barrio la Aurora		Barrio San francisco	
	Grado	Puntaje	Grado	Puntaje
F1	G3	134	G3	134
F2	G3	34	G2	17
F3	G3	100	G3	100
F4	G1	0	G2	75
F5	G3	200	G2	100
F6	G1	0	G3	50
F7	G2	50	G3	100
F8	G2	75	G1	0
	<b>TOTAL</b>	<b>593</b>	<b>TOTAL</b>	<b>576</b>

**Fuente:** Autores de la investigación






El sector que cuenta con el mayor número de características necesarias para la localización de la empresa es el barrio la AURORA.

### 3.3. INGENIERÍA DEL PROYECTO

U.B.M. AMBULANCIAS IPS, es una empresa destinada a ofrecer los servicios médicos domiciliarios y traslados en ambulancia, el cual cuenta con las siguientes características y especificaciones que enmarcan la calidad del servicio.

### 3.3.1. Ficha técnica del producto

**Tabla 5:** Ficha técnica del servicio

 <p><b>Servicio Principal</b></p>	Servicios médicos domiciliarios y traslados en ambulancia en el área metropolitana de Bucaramanga
 <p><b>Horario de atención</b></p>	<b>Atención al cliente:</b> Lunes a Viernes de 8 -12 y 2 - 6 <b>Atención para los servicios:</b> Lunes a Domingo - 24 horas
 <p><b>Flota de vehiculo</b></p>	<b>Ambulancias medicalizadas</b> Para las atenciones médicas y traslados medicalizados, la empresa contará con 2 vehículos de emergencia, integrado con ACPM y bolsas de aire para el conductor y copiloto
 <p><b>Flota de vehiculo</b></p>	<b>Ambulancias básicas</b> Para los traslados básicos constituidos por el personal paramédico y conductor, se contará con 2 vehículos de emergencia, integrado con ACPM.
 <p><b>Especificaciones</b></p>	El tiempo de espera del cliente para recibir el servicio no será superior a los 45 minutos. El servicio será atendido por el médico, paramédico y conductores con especialidad en pediatría y obstetricia.

**Fuente:** Autores de la investigación

**3.3.2. Descripción técnica del proceso:** Con la finalidad de satisfacer las necesidades del mercado objetivo, el proceso que se lleva a cabo para efectuar los

servicios se da mediante la afiliación a dos tipos de seguros que otorgan una atención médica domiciliaria y traslados en ambulancia, por lo cual se proyecta en la siguiente descripción el tiempo determinado para realizar cada actividad.

### 3.3.2.1. Descripción técnica del proceso productivo

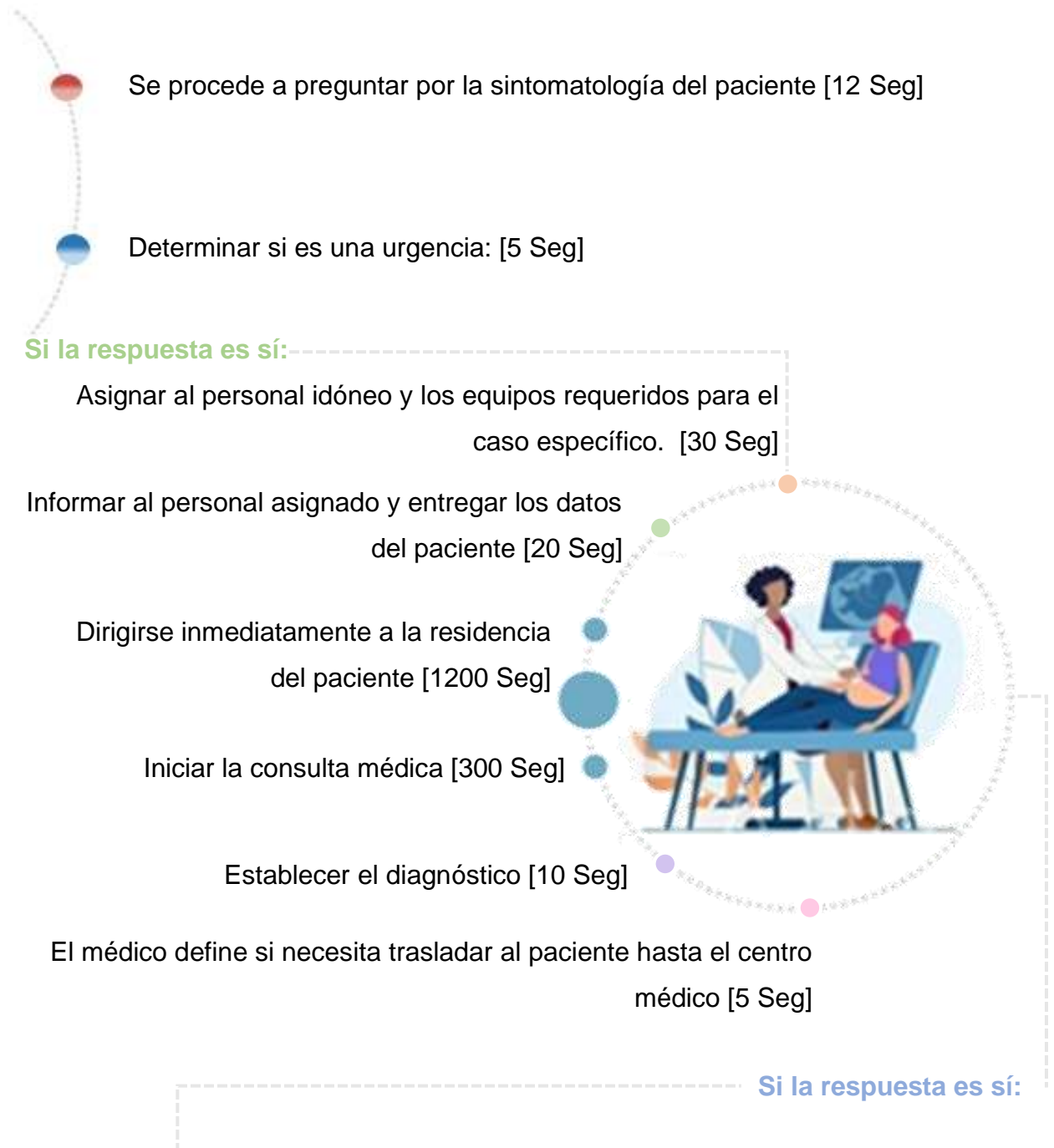
**Tabla 6:** Descripción técnica del proceso productivo

1	Recibir la llamada y obtener la información básica del cliente (Nombre y número de cedula) [20 Seg].
2	Buscar en la base de datos la información completa del cliente (El plan seleccionado, dirección y teléfono) [15 Seg].
3	Determinar el tipo de servicio que necesita el cliente [8 Seg].
4	Programar la visita médica o traslado en ambulancia [10 Seg].
5	Asignar el personal idóneo y los equipos requeridos para el servicio [30 Seg].
6	Realizar el servicio en la fecha y hora establecida [5400 Seg].
7	Hacer firmar al cliente el registro del servicio [5 Seg].
8	El personal regresa a la empresa [1800 Seg].
9	El personal de la ambulancia entrega las planillas e informa las novedades y pendientes [1200 Seg].

**Fuente:** Autores de la investigación

### 3.3.2.2. Descripción del proceso del plan de urgencias

**Ilustración 1:** Descripción de proceso del plan de urgencias



**Ilustración 1(Continuación).** Descripción de proceso del plan de urgencias



**Si la respuesta es no:**



**Fuente:** Autores de la investigación

### 3.3.2.3. Descripción del proceso del plan todo incluido

#### Ilustración 2. Descripción del proceso del plan todo incluido

Se procede a preguntar por la sintomatología del paciente [12 Seg]

#### Programar una visita médica



## Ilustración 2. Descripción del proceso del plan todo incluido

### Si la respuesta es sí:

Entregar planillas e informar sobre las novedades de los servicios [1200 Seg]

Hacer firmar al médico de la clínica el registro del servicio [5 Seg]

Hacer firmar al cliente el registro del servicio [5 Seg]

Se realiza el traslado hasta la clínica [1800 Seg]

Al finalizar, el personal debe regresar nuevamente a las instalaciones de la empresa

Informar al personal de la clínica sobre el diagnóstico del paciente [480 Seg]



### Si la respuesta es no:

Se fórmula el tratamiento y medicamentos [120 Seg]

Se administra los medicamentos [40 Seg]

Hacer firmar al cliente el registro del servicio [5 Seg]

Entregar planillas e informar sobre las novedades de los servicios [1200 Seg]

Al finalizar, el personal debe regresar nuevamente a las instalaciones de la empresa [1800 Seg]



**Fuente:** Autores de la investigación

### 3.3.2.4. Programar un traslado a un centro médico

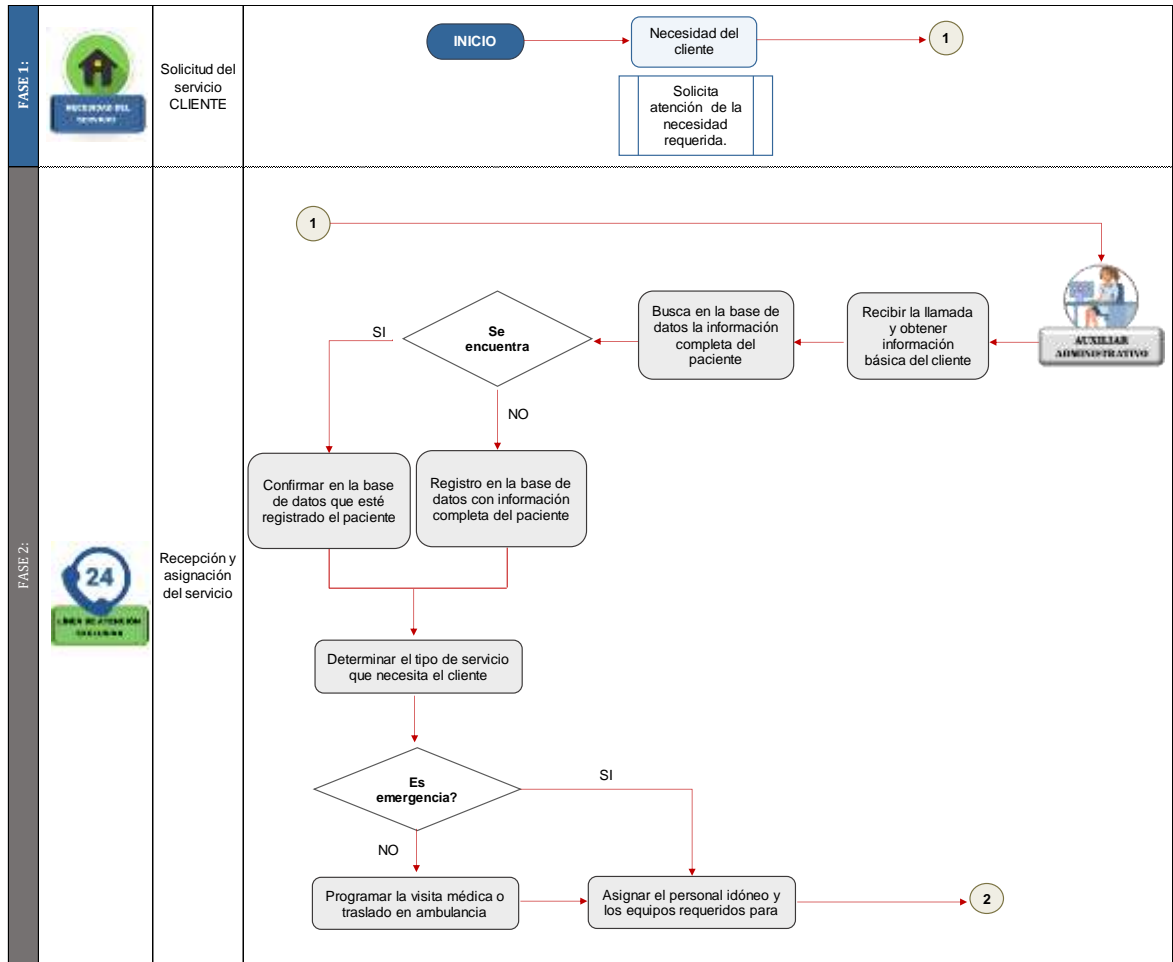
**Ilustración 3.** Programar un traslado a un centro médico



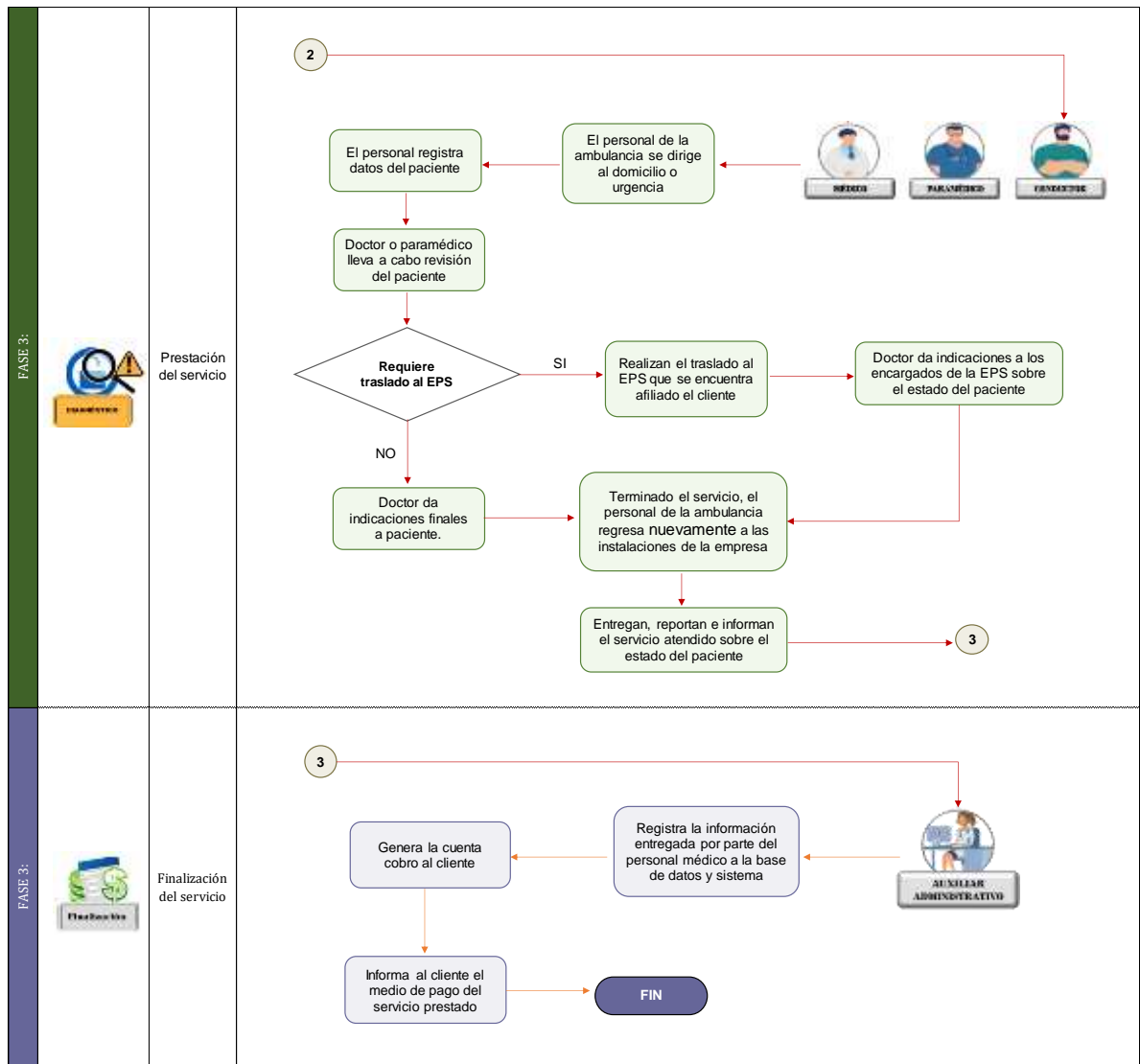
**Fuente:** Autores de la investigación

**3.3.3. Diagrama de operación, proceso y procedimiento:** La empresa por estar enfocada en el sector de servicios se procede a realizar un diagrama de procedimientos, en el cual se puede visualizar las actividades a ejecutar desde el momento en que se solicita el servicio hasta que el personal regresa nuevamente a las instalaciones de la empresa para entregar los informes, novedades y pendientes.

**Diagrama 1. Diagrama del servicio general**



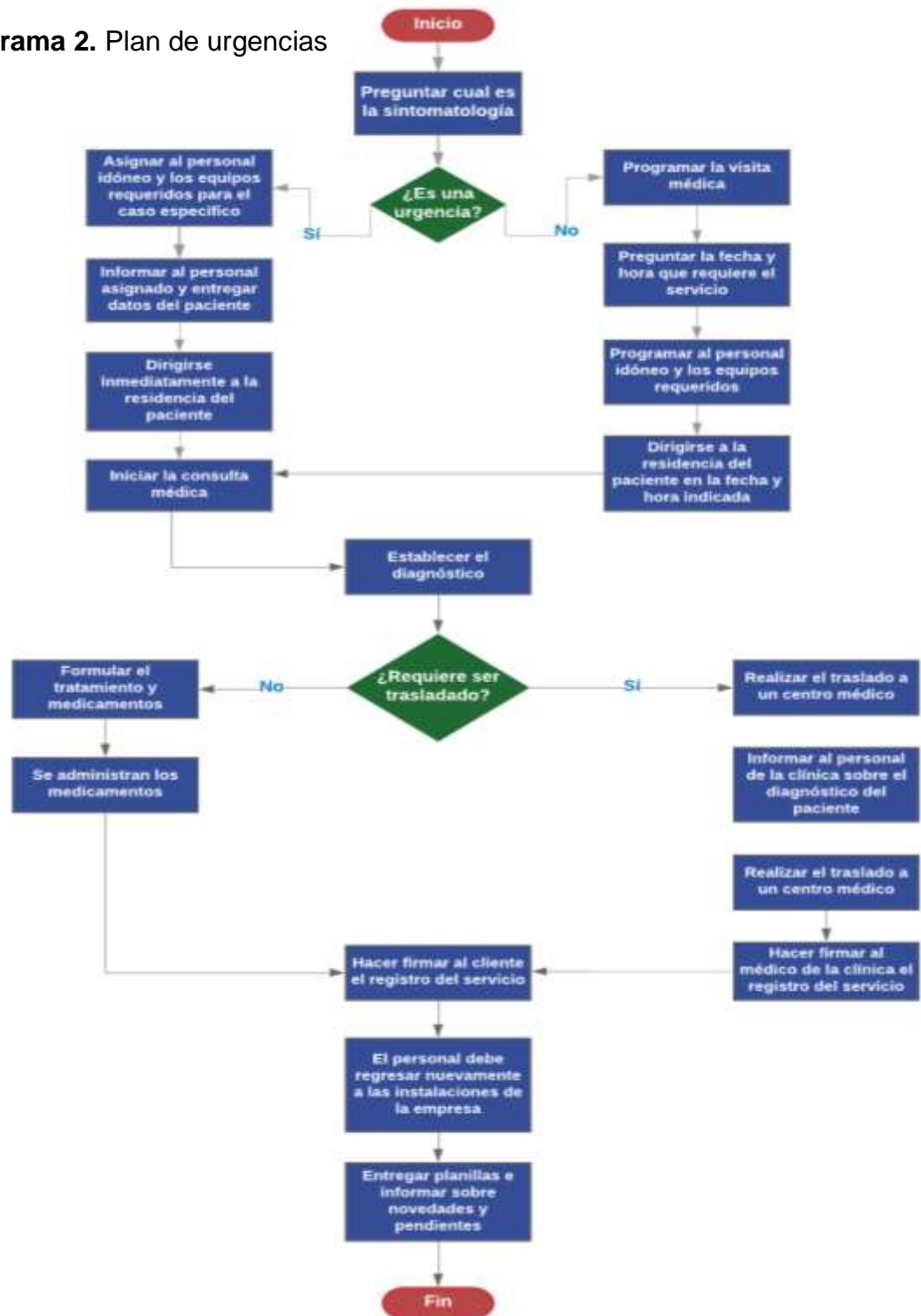
**Diagrama 1 (Continuación).** Proceso del servicio general



**Fuente:** Autores de la investigación

### 3.3.3.1. Diagrama de proceso del plan de urgencias

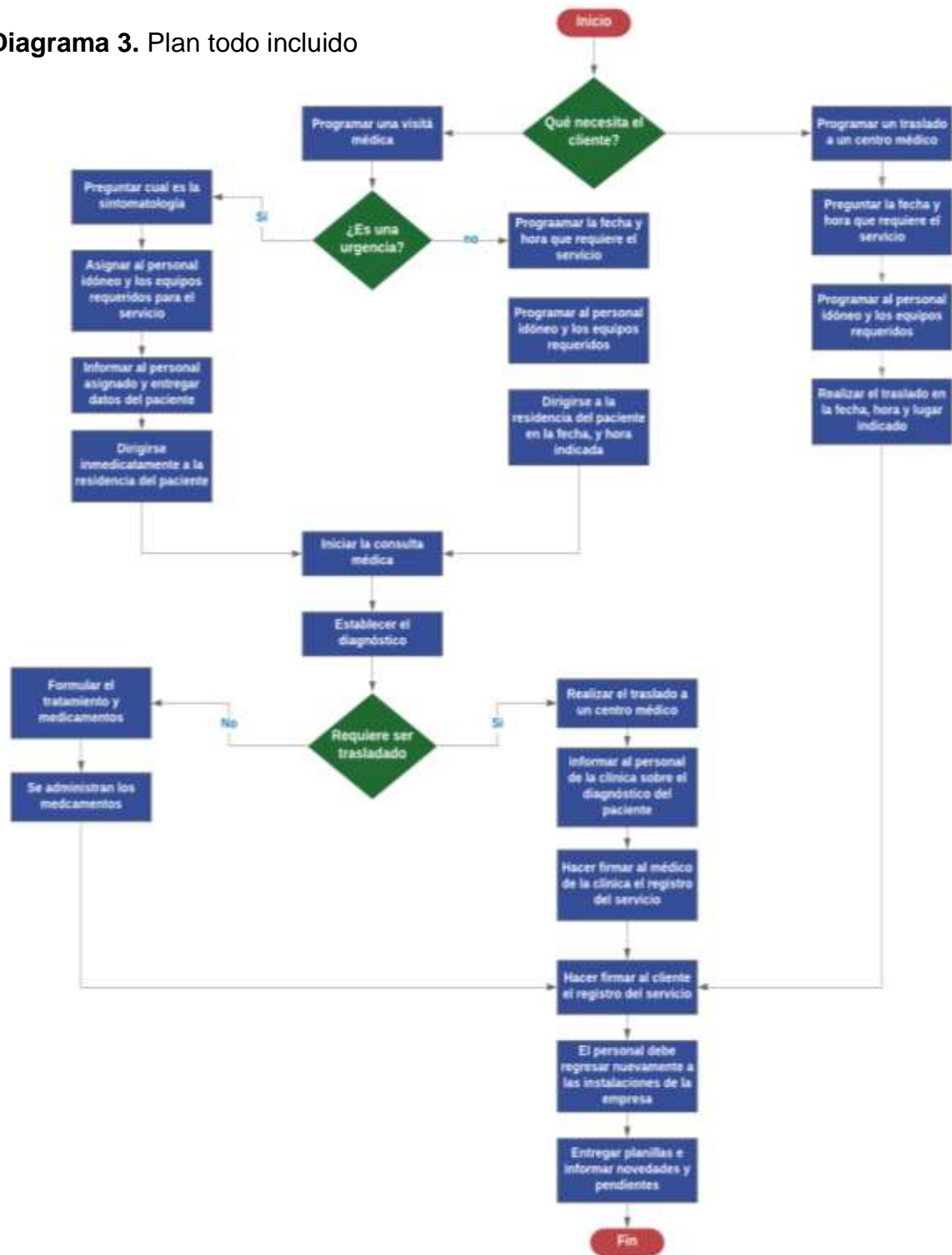
Diagrama 2. Plan de urgencias



Fuente: Autores de la investigación

### 3.3.3.2. Diagrama del proceso del plan todo incluido

Diagrama 3. Plan todo incluido



Fuente: Autores de la investigación

**3.3.4. Control de calidad:** Los procedimientos o protocolos asistenciales constituyen normas técnicas dirigidas a los profesionales sanitarios en las que se fija la conducta diagnóstica y terapéutica aconsejable ante una determinada situación clínica, estableciéndose como método científico con alta rentabilidad asistencial, docente e investigadora. A nivel legal, los protocolos pueden ser acogidos como reglas, que establecen el deber objetivo de cuidado en el caso o situación clínica concreta del paciente.

En la Ley 16/2003 de Cohesión y Calidad del Sistema Nacional de Salud, se dedica el capítulo VI a la calidad del sistema sanitario, dando una importancia capital a los criterios de valoración y exigencia del sistema. En este sentido, se establece el protocolo como elemento básico para la mejora de la calidad del sistema a través de las normas de calidad y seguridad que expresa. Dichas normas o protocolos contienen los requerimientos que deben guiar los servicios sanitarios para la realización de una actividad sanitaria de forma segura a partir de las guías de práctica clínica y asistencial que describen los procesos diagnósticos, terapéuticos y de manejo en general de un problema de salud. A efectos prácticos describe la existencia de tres tipos de protocolos:

1. **Protocolos de unificación de criterios o propiamente científicos:** estos protocolos deberán estar basados en la evidencia científica y en los medios disponibles.
2. **Protocolos organizativos:** la eficacia organizativa de los servicios, equipos o unidades asistenciales requiere la existencia escrita de normas de funcionamiento interno con definición de objetivos y funciones, tanto generales como específicas, para cada miembro del mismo.
3. **Protocolos funcionales o de coordinación:** su finalidad es articular, interdisciplinariamente y entre niveles asistenciales, el proceso de

intervención médico-sanitaria e impedir que pueda interrumpirse el principio de continuidad asistencial, estableciendo los criterios de coordinación e indicadores del proceso para asegurar esta finalidad.

La Ley de Ordenación de las Profesiones Sanitarias, reconoce su importancia en orden a la unificación de los criterios de actuación y la necesidad de que sean periódicamente revisados. En este sentido aporta la exigencia de que en el diseño y revisión de los protocolos de una institución participen las personas que deban aplicarlos (art. 4.7 de la Ley 44/2003 de 21 de noviembre).

“La asistencia propiamente dicha constituye un proceso clave en la actividad de un servicio sanitario de emergencias. La calidad prestada en ella tiene una trascendencia fundamental dado que los resultados de una actuación inadecuada, o que no cumple los estándares fijados de calidad en el ámbito de la atención sanitaria de urgencias y emergencias, pueden ser nefastos para el paciente e incluso para los intervinientes. Se trata de asistencias con una elevada exigencia para el profesional y para la organización en su labor de coordinación. La rapidez, la gravedad, la presión del medio, las posibles consecuencias para la salud y la vida de los pacientes ponen al servicio y a los profesionales ante un gran reto. De ahí la enorme responsabilidad y preocupación que, desde las organizaciones sanitarias responsables de esta prestación de asistencia, se debe tener para «hacer las cosas bien y a la primera».

Tal y como queda reflejado en Ley 44/2003 de 21 de noviembre de Ordenación de las Profesiones Sanitarias, en la que se establecen las bases del sistema de desarrollo profesional homologable en todo el sistema, se debe articular el reconocimiento de manera individualizada, en función de los méritos del interesado por sus conocimientos, competencias, formación continuada acreditada, actividad docente e investigación así como la evaluación de los resultados de la actividad asistencial del interesado (valoración del desempeño), la calidad de la misma y el cumplimiento de los indicadores que para su valoración se hayan establecido, así como su implicación en la gestión clínica<sup>27</sup>.

---

<sup>27</sup> E. Corral, I. Casado, R.M. Suárez. Gestión de calidad del Servicio de Emergencias SAMUR-Protección Civil. [En línea]. Vol. 33. Pamplona. 2010. Disponible en: [http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1137-66272010000200013](http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1137-66272010000200013)

**3.3.5. Recursos:** De acuerdo con la estructura del estudio financiero, los recursos son lo más importantes para que la empresa pueda crecer y ejercer. Estos recursos dependen directamente de la capacidad del proyecto.

**3.3.5.1. Recurso humano:** Trabajo aportado por un equipo de personas que conforman la empresa, para empezar a laborar, crear, ser competitivo y líder en el mercado.

**Tabla 7.** Recurso humano: Mano de obra directa

<b>Mano de obra directa</b>	
<b>Cargo</b>	<b>Cantidad</b>
Médicos	6
Paramédicos	14
Conductores	14

**Fuente:** Autores de la investigación

**Tabla 8.** Recurso humano: Mano de obra indirecta

<b>Mano de obra indirecta</b>	
<b>Cargo</b>	<b>Cantidad</b>
Gerente	1
Auxiliar administrativo	1
Asesor contable	1
Vendedor	1

**Fuente:** Autores de la investigación

**3.3.5.2. Recurso físico:** Recurso compuesto por todos los equipos, maquinarias, herramientas, muebles y enseres, que necesita la empresa en el área de producción y administrativa, para llevar a cabo el proceso del servicio.

Para la adquisición de todos los elementos que se hacen hincapié en el recurso físico, la empresa obtendrá préstamos bancarios y tarjetas de crédito, de empresas como Bancolombia y Banco Bogotá, como también los préstamos que concede la familia.

✓ **Área de producción**

**Cuadro 61.** Maquinaria y equipos del área de producción

<b>Maquinaria y equipos</b>			
<b>Concepto</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Camilla principal con sistema de anclaje	4	\$ 1,500,000	\$ 6,000,000
Silla de ruedas portátil	2	\$ 335,000	\$ 670,000
Monitor de signos vitales (Brazaletes adulto y pediátrico)	2	\$ 1,790,000	\$ 3,580,000
Sistema de oxígeno medicinal	8	\$ 255,000	\$ 2,040,000
Aspirador	2	\$ 368,000	\$ 736,000
Camilla portátil	2	\$ 150,000	\$ 300,000
Bomba de infusión	4	\$ 2,000,000	\$ 8,000,000
Ventilador mecánico	2	\$ 5,700,000	\$ 11,400,000
Glucómetro	2	\$ 71,000	\$ 142,000
Equipo de parto	2	\$ 123,000	\$ 246,000
Incubadora	2	\$ 17,900,000	\$ 35,800,000
Desfibrilador	2	\$ 4,800,000	\$ 9,600,000
Ambulancia Hyundai h1-modelo 2012	2	\$ 45,000,000	\$ 90,000,000
Ambulancia Renault Master - modelo 2015	2	\$ 87,000,000	\$ 174,000,000
Extintores ABC	4	\$ 46,900	\$ 187,600
<b>Subtotal</b>			<b>\$ 342,701,600</b>

**Fuente:** Autores de la investigación

**Cuadro 62.** Herramientas médicas del área de producción

<b>Herramientas médicas</b>			
<b>Concepto</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Tabla espinal corta	4	\$ 120,000	\$ 480,000
Atril de dos ganchos	4	\$ 80,000	\$ 320,000
Tensiómetro para adultos	2	\$ 50,000	\$ 100,000
Tensiómetro pediátrico	2	\$ 40,000	\$ 80,000
Fonendoscopio	4	\$ 220,000	\$ 880,000
Pulsoxímetro	4	\$ 60,000	\$ 240,000
Pinzas de Maguill	2	\$ 40,000	\$ 80,000
Tijeras de material o cortatodo	4	\$ 20,000	\$ 80,000
Termómetro	4	\$ 1,500	\$ 6,000
Perilla de succión	4	\$ 135,000	\$ 540,000
Riñonera	4	\$ 25,000	\$ 100,000
Pato	4	\$ 27,000	\$ 108,000
Pisingo	4	\$ 52,000	\$ 208,000
Linterna	4	\$ 33,000	\$ 132,000
Manta térmica aluminizada	4	\$ 11,000	\$ 44,000
Inmovilizadores cervicales y laterales	4	\$ 45,000	\$ 180,000
Botiquin	4	\$ 50,000	\$ 200,000
Container x 1,5 L	4	\$ 5,000	\$ 20,000
Avantel Motorola 335	4	\$ 50,000	\$ 200,000
Contenedores para la clasificación y segregación de los residuos generados	16	\$ 12,000	\$ 192,000
<b>Subtotal</b>			<b>\$ 4,190,000</b>

**Fuente:** Autores de la investigación

✓ **Área administrativa**

**Cuadro 63.** Muebles y enseres del área administrativa

<b>Muebles y enseres</b>			
<b>Concepto</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Escritorio en L (1 cajón)	2	\$ 350,000	\$ 700,000
Escritorio sencillo (2 Cajones)	1	\$ 270,000	\$ 270,000
Silla ergonómica	3	\$ 200,000	\$ 600,000
Silla plástica apilable (Negro)	4	\$ 28,900	\$ 115,600
Archivador metálico de 4 gavetas	1	\$ 731,900	\$ 731,900
Sofá cama amoblado (3 posiciones)	1	\$ 550,000	\$ 550,000
<b>Subtotal</b>			<b>\$ 2,967,500</b>

**Fuente:** Autores de la investigación

**Cuadro 64.** Equipos de oficina del área administrativa

<b>Equipo de oficina</b>			
<b>Concepto</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Computador de mesa (Core I3 7ma Gen Con Monitor De 20 Hdmi)	3	\$ 1,300,000	\$ 3,900,000
Impresora Multifuncional (Hp 3775 Oficio Wifi Copia Escáner)	2	\$ 219,000	\$ 438,000
Televisor pantalla plana (Samsung de 43 pulgadas)	1	\$ 1,100,000	\$ 1,100,000
Teléfono Panasonic Kx-ts500	2	\$ 52,000	\$ 104,000
Celular Nokia 105 - Negro	2	\$ 70,000	\$ 140,000
Botiquin	1	\$ 70,000	\$ 70,000
Repisas	2	\$ 125,000	\$ 250,000
Calculadora Financiera Hp 17bii	3	\$ 390,000	\$ 1,170,000
Extintores ABC	1	\$ 80,000	\$ 80,000
<b>Subtotal</b>			<b>\$ 7,252,000</b>

**Fuente:** Autores de la investigación

**3.3.5.3. Recurso de insumos:** La empresa maneja dos tipos de insumos que hacen referencia a los elementos improductivos y los materiales de salud utilizados en las atenciones médicas y traslados en ambulancia.

✓ **Elementos del área administrativa internamente:** Son los útiles de oficina y aseo que requiere la empresa para llevar a cabo el proceso productivo, por lo cual se hace una proyección de los insumos que se requieren con sus respectivos costos para un periodo de dos meses.

**Cuadro 65. Útiles de oficina**

Útiles de oficina					
Concepto	Cantidad	Costo unitario	Costo total mensual	Costo total anual	
Cartuchos de tinta (F6v29aI- HP)	Mensual	2	\$ 40,000	\$ 80,000	\$ 960,000
Memoria USB Kingston de 32 GB	Anual	3	\$ 29,900	\$ 89,700	\$ 89,700
Resma de papel carta	Mensual	4	\$ 10,300	\$ 41,200	\$ 494,400
Resma de papel oficio	Mensual	1	\$ 12,700	\$ 12,700	\$ 152,400
Cuaderno argollado x 100 hojas cuadriculado	Mensual	2	\$ 22,900	\$ 45,800	\$ 549,600
Colbón x 1 Kgr	Mensual	1	\$ 22,300	\$ 22,300	\$ 267,600
Bolígrafo x 24 und	Mensual	1	\$ 22,000	\$ 22,000	\$ 264,000
Resaltador X 6	Mensual	3	\$ 10,000	\$ 30,000	\$ 360,000
Regla x 30 cm	Anual	2	\$ 24,900	\$ 49,800	\$ 49,800
Corrector x 6 ml	Mensual	2	\$ 2,800	\$ 5,600	\$ 67,200
Tijeras scotch x 18 cm (anual)	Anual	3	\$ 19,900	\$ 59,700	\$ 59,700
Tajalápiz	Mensual	4	\$ 9,600	\$ 38,400	\$ 460,800
Lápices office Max 2HB x 12 und	Mensual	2	\$ 18,500	\$ 37,000	\$ 444,000
Archivador Az Carta Papier (Paquete x 5 und)	Mensual	2	\$ 16,800	\$ 33,600	\$ 403,200
Cinta Empaque Transparente 48mmx100 Metros Tesa	Mensual	1	\$ 21,900	\$ 21,900	\$ 262,800
Perforadora Abrehuecos Kw-tri0 Ajustable 2 Hole Punch	Anual	1	\$ 41,000	\$ 41,000	\$ 41,000
Grapadora metálica	Anual	1	\$ 69,800	\$ 69,800	\$ 69,800
Carpeta plástica con gancho (Paquete x 6und)	Anual	2	\$ 23,600	\$ 47,200	\$ 47,200
<b>SUBTOTAL</b>				<b>\$ 747,700</b>	<b>\$ 5,043,200</b>

**Fuente:** Autores de la investigación

**Cuadro 66. Útiles de aseo**

Útiles de aseo					
Concepto	Cantidad	Costo unitario	Costo total mensual	Costo total anual	
Portatrapero plástico	Mensual 1	\$ 10,600	\$ 10,600	\$ 127,200	
Escoba	Mensual 2	\$ 5,700	\$ 11,400	\$ 136,800	
Trapero	Mensual 2	\$ 9,000	\$ 18,000	\$ 216,000	
Recogedor	Mensual 1	\$ 4,800	\$ 4,800	\$ 57,600	
Hipoclorito sódico al 5%(Frasco x 5 Galones)	Mensual 2	\$ 44,900	\$ 89,800	\$ 1,077,600	
Detergente (Bolsa x 1000 gr)	Mensual 3	\$ 4,700	\$ 14,100	\$ 169,200	
Límpido blanco x 3800 cc	Mensual 3	\$ 8,900	\$ 26,700	\$ 320,400	
Toallas de papel (Paquete x 4 und)	Mensual 2	\$ 13,800	\$ 27,600	\$ 331,200	
Jabón líquido (5 Galones)	Mensual 1	\$ 70,000	\$ 70,000	\$ 840,000	
Balde con escurridor X 10L	Mensual 1	\$ 75,000	\$ 75,000	\$ 900,000	
Toallas textiles de algodón-Poliéster x 45 cm (Paquete 5 und)	Mensual 2	\$ 9,000	\$ 18,000	\$ 216,000	
Guantes C35 talla 8 negro	Mensual 2	\$ 3,400	\$ 6,800	\$ 81,600	
Esponja Scotch Brite (Paquete 2 und)	Mensual 2	\$ 5,600	\$ 11,200	\$ 134,400	
Fabuloso limpiador multiuso, solución líquida purpura (2000ml)	Mensual 1	\$ 10,900	\$ 10,900	\$ 130,800	
<b>SUBTOTAL</b>			<b>\$ 394,900</b>	<b>\$ 4,738,800</b>	

**Fuente:** Autores de la investigación

✓ **Materiales de salud:** Son todos aquellos insumos y medicamentos que se utilizan durante la prestación de los servicios. Por tanto, en el siguiente cuadro se identifican los materiales que se requieren dentro de la ambulancia y en la oficina como insumos de reserva, obteniendo en promedio la totalidad de gastos en un periodo de dos meses.

**Cuadro 67. Medicamentos**

Medicamentos				
Concepto	Cantidad / Mensual	Costo unitario	Costo total mensual	Costo total anual
Acetaminofen (Caja x 100 tabletas)	2	\$ 13,000	\$ 26,000	\$ 312,000
Ibuprofeno (Caja x 100 tabletas)	2	\$ 14,700	\$ 29,400	\$ 352,800

### Cuadro 67 (continuación). Medicamentos

Diclofenaco (Caja x 20 tabletas)	5	\$ 2,240	\$ 11,200	\$ 134,400
Naproxeno 500 mg (Caja x 10 tabletas)	7	\$ 6,650	\$ 46,550	\$ 558,600
Sulfato Ferroso 300 mg (Caja x 250 tabletas)	1	\$ 14,500	\$ 14,500	\$ 174,000
Piroxicam 20 mg (Caja x 10 cápsulas)	7	\$ 3,100	\$ 21,700	\$ 260,400
Ácido acetilsalicílico 100 mg (Caja x 100 tabletas)	2	\$ 22,860	\$ 45,720	\$ 548,640
Dexametasona 4 mg (Caja x 10 ampollas)	7	\$ 20,650	\$ 144,550	\$ 1,734,600
Amoxicilina 500 mg (Caja x 50 cápsulas)	2	\$ 23,805	\$ 47,610	\$ 571,320
Losartán 100 mg (Caja x 30 tabletas)	7	\$ 21,650	\$ 151,550	\$ 1,818,600
metronidazol 500 mg (Caja x 100 tabletas)	2	\$ 15,600	\$ 31,200	\$ 374,400
betametasona 8 mg (Caja x 1 ampolla)	20	\$ 3,600	\$ 72,000	\$ 864,000
<b>SUBTOTAL</b>			<b>\$ 641,980</b>	<b>\$ 7,703,760</b>

**Fuente:** Autores de la investigación

### Cuadro 68. Insumo del área de producción

Materiales del área de producción				
Concepto	Cantidad / Mensual	Costo unitario	Costo total mensual	Costo total anual
Toallas de papel (Paquete de 100 und)	3	\$ 10,000	\$ 30,000	\$ 360,000
Guantes estériles (Caja 50 und)	5	\$ 23,700	\$ 118,500	\$ 1,422,000
Tapabocas N95 (Paquete x 20 und)	3	\$ 70,000	\$ 210,000	\$ 2,520,000
Dextrosa al 5% x 250cc (Caja 56 und)	2	\$ 180,000	\$ 360,000	\$ 4,320,000
Bolsas verdes (Paquete x 12 und)	10	\$ 24,800	\$ 248,000	\$ 2,976,000
Bolsas rojas (Paquete x 12 und)	10	\$ 34,900	\$ 349,000	\$ 4,188,000
Solución salina al 0.9% x 250 cc (Caja x 50 und)	2	\$ 149,700	\$ 299,400	\$ 3,592,800
Micropore	5	\$ 3,000	\$ 15,000	\$ 180,000
Esparadrapo	5	\$ 8,000	\$ 40,000	\$ 480,000
Catéter periférico No. 18 (Caja x 50 und)	2	\$ 146,200	\$ 292,400	\$ 3,508,800
Catéter periférico No. 20 (Caja x 50 und)	2	\$ 135,500	\$ 271,000	\$ 3,252,000
Jeringas 5 cc (Caja x 80 und)	2	\$ 24,000	\$ 48,000	\$ 576,000
Jeringas 10 cc (Caja x 80 und)	2	\$ 33,000	\$ 66,000	\$ 792,000
Torundas x 100gr	5	\$ 13,000	\$ 65,000	\$ 780,000
Lactato de ringer x 500cc (Caja x 50 und)	2	\$ 150,000	\$ 300,000	\$ 3,600,000
Gasas limpias (Caja de 200 und)	2	\$ 12,500	\$ 25,000	\$ 300,000
Gasas estériles (Paquete de 100 unidades)	2	\$ 35,000	\$ 70,000	\$ 840,000
Bajalenguas (Paquete x 100 und)	2	\$ 8,700	\$ 17,400	\$ 208,800
Alcohol JGB x galón	2	\$ 16,500	\$ 33,000	\$ 396,000

### Cuadro 68 (continuación). Insumo del área de producción

Aseptigel x 1L (Cajas x 50 und)	1	\$ 620,000	\$ 620,000	\$ 7,440,000
Curita Adhesiva Redonda Impermeable Coverplast (Caja x 100 und)	2	\$ 81,000	\$ 162,000	\$ 1,944,000
Vendas de gasa elástica (Paquete x 12 rollos)	2	\$ 40,000	\$ 80,000	\$ 960,000
Apósitos (Caja x 24 und)	20	\$ 44,000	\$ 880,000	\$ 10,560,000
Equipo de macrogoteo (Caja x 50 und)	2	\$ 65,000	\$ 130,000	\$ 1,560,000
Equipo de microgoteo (Caja x 50 und)	2	\$ 95,000	\$ 190,000	\$ 2,280,000
Guardian x 1.5 L	4	\$ 5,000	\$ 20,000	\$ 240,000
Cánula nasal de oxígeno 2 MTS (Caja x 55 und)	3	\$ 70,000	\$ 210,000	\$ 2,520,000
Sábanas desechables (Paquete x 50 und)	4	\$ 61,000	\$ 244,000	\$ 2,928,000
<b>Total</b>			<b>\$ 5,393,700</b>	<b>\$ 64,724,400</b>


**Fuente:** Autores de la investigación

**3.3.6. Análisis de Proveedores:** Para los recursos mencionados anteriormente, se tendrán como posibles proveedores las siguientes empresas:

### Cuadro 69. Análisis de proveedores

 <p><b>Sede principal</b></p> <p><b>Cali</b></p> <p>Carrera 67 No. 1B – 35. Barrio El Refugio. (2) 489 3000</p> <p><b>Bucaramanga</b></p> <p>(7) 697 34 99</p> <p><b>Página Web</b></p> <p><a href="https://www.allers.com.co">https://www.allers.com.co</a></p>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
	<p>Es una empresa especializada en satisfacer necesidades del sector salud, con insumos hospitalarios que cumplen con los estándares de calidad internacional y precios competitivos.</p> <p>Realizan acompañamiento a los profesionales de la salud en la adquisición de los mejores productos para su especialidad brindando un portafolio exclusivo con cubrimiento a domicilio, en toda la línea hospitalaria y equipos de alta tecnología para el desempeño de sus actividades, contribuyendo de esta forma con el bienestar de sus pacientes.</p>
	<b>PRODUCTOS</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>☞ Productos farmacéuticos</li> <li>☞ Insumos médicos</li> <li>☞ Equipos médicos</li> <li>☞ Instrumental</li> <li>☞ Dotación y muebles</li> <li>☞ Laboratorio</li> <li>☞ Ortopédicos</li> </ul>

## Cuadro 69 (continuación). Análisis de proveedores



**Sede principal**

**Bucaramanga**

Calle 50 No. 26 – 36.  
Barrio Conuncos.  
(7) 6832207

**Página Web**  
<https://promefardistribucion.es.com/>

### DESCRIPCIÓN

Es una empresa santandereana creada con el fin de suplir con productos de alta calidad a todo aliado comercial, la actividad principal está clasificada como comercio al por mayor de productos farmacéuticos, medicinales, cosméticos y de tocador.

### PRODUCTOS

- ☞ Medicamentos
- ☞ Dispositivos médicos
- ☞ Aseo personal
- ☞ Productos naturistas
- ☞ Cuidado de la salud



**Sede principal**

**Medellín**

Carrera 73 No. 27-14  
(4) 448 58 25

**Página Web**  
<https://varquimica.com.co/>


### DESCRIPCIÓN

Es una empresa Antioqueña, que cuenta con certificado de capacidad de producción por INVIMA para la fabricación de productos de Aseo, Limpieza y Desinfección.

Los productos cuentan con Certificados de Biodegradabilidad por laboratorio avalado ONAC, que garantiza compromiso con el medio ambiente.

### PRODUCTOS

- ☞ Aseo y limpieza
- ☞ Desinfección
- ☞ Lavandería
- ☞ Mantenimiento de pisos
- ☞ Alcohol industrial



**Sede principal**

**Bogotá**

Carrera 3 No. 56-17  
Zona Industrial Cazucá  
(1) 9 05 38 30

**Página Web**  
<https://www.carrocieraselsol.com/>

### DESCRIPCIÓN

Es una empresa líder en el desarrollo y fabricación de vehículos especializados en el sector salud, cuenta con los más altos estándares de innovación y tecnología, creando vehículos más seguros, fabricados bajo las normas técnicas reglamentarias para Colombia NTC 3729 (cuarta actualización) del Ministerio de Protección Social, y la resolución 20 03 de 2014 del Ministerio de Salud, a nivel internacional con la norma KKK A-1822.

### FABRICACIÓN

- ☞ Ambulancias
- ☞ Unidades medicas (vehículos móviles en salud como consultorios médicos, odontológicos, ginecológicos, salas de mamografía, además de unidades de promoción y prevención, consultorios veterinarios)
- ☞ Unidades especiales (Vehículos para adecuar oficinas móviles, aulas académicas, vehículos publicitarios o comandos de atención inmediata (CAI), entre otros.
- ☞ Transporte especial ( Vehículos tipo remolques y trailers)
- ☞ Línea de rescate ( vehículos especializados para la movilización de equipos de rescate y personal especializado como bomberos, defensa civil, rescate animal)

## Cuadro 69 (continuación). Análisis de proveedores



**Sede principal**

**Bucaramanga**

Carrera 19 No. 17-35

317 6488498

**Página Web**

<https://www.industriaspico.com/>

### DESCRIPCIÓN

Es una empresa santandereana, especializada en el diseño, fabricación y comercialización de mobiliario para oficinas, y sistemas de almacenamientos.

### FABRICACIÓN

- ☞ Muebles de oficina
- ☞ Estanterías metálicas
- ☞ Muebles especiales
- ☞ Archivadores
- ☞ Lockers



**Sede principal**

**Bucaramanga**

Calle 41 No. 35-47

(7) 6917000

**Página Web**

<https://www.compumax.com.co/>

### DESCRIPCIÓN

Es una empresa que fabrica productos e integra servicios y soluciones de tecnología, software y comunicaciones, buscando cubrir las necesidades comerciales, sociales y culturales de los clientes ajustándonos a sus posibilidades económicas.

### PRODUCTOS

- ☞ Portátiles
- ☞ Computadores de mesa
- ☞ Monitores
- ☞ PC



**Sede principal**

**Bucaramanga**

Carrera 27 No. 9-28

(7) 6577777

**Página Web**

<https://www.garabatospapezeria.com/>

### DESCRIPCIÓN

Es una empresa especializada que comercializa productos y servicios de Oficina, Escolares, Universitarios y similares, que facilita herramientas para optimizar las labores y actividades cotidianas.

### PRODUCTOS

- ☞ Artículos de oficina
- ☞ Artículos escolares
- ☞ Papeles
- ☞ Confitería
- ☞ Artes y manualidades

**Fuente:** Autores de la investigación

**3.3.7. Distribución de planta:** La distribución de la planta cuenta con un local de 150 m<sup>2</sup> que estará distribuido de la siguiente manera:

**Cuadro 70.** Distribución de la planta física

Distribución de la planta física	
Sector	Área
Recepción	15 m <sup>2</sup>
Oficinas	15 m <sup>2</sup>
Cafetería	30 m <sup>2</sup>
Baños y lockers	8 m <sup>2</sup>
Bodega de medicamentos e insumos	22 m <sup>2</sup>
Bodega de equipos	30 m <sup>2</sup>
Parqueadero	30 m <sup>2</sup>
<b>Total</b>	<b>150 m<sup>2</sup></b>

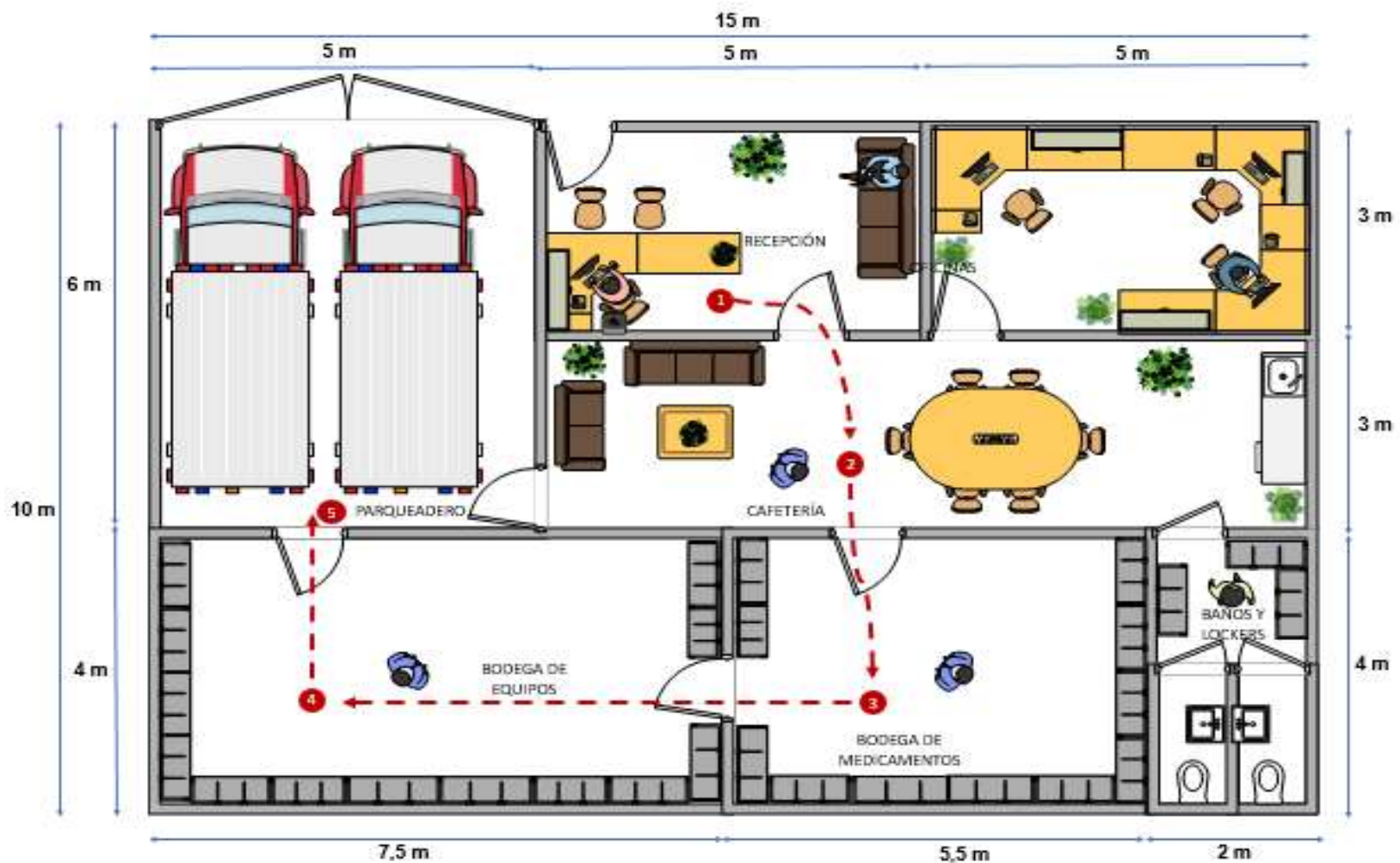
**Fuente:** Autores de la investigación

- **Recepción:** Este sector hace referencia al área administrativo, enfocada a la atención de los clientes, en el que se dispondrá de una sala de espera para los usuarios con televisor.
- **Oficinas:** Estará conformada por las oficinas del vendedor, contador y gerente
- **Cafetería:** Zona destinada para el descanso del personal.
- **Baños:** Para lograr una adecuada actividad laboral por parte del recurso humano se debe disponer de esta área en la empresa, la cual debe estar conformada por un baño de mujeres y otro de hombres. Además, se encontrarán instaurados los lockers del personal médico, paramédico y conductor.

- **Bodega de medicamentos e insumos:** Sector en el que se encontrarán disponibles los medicamentos e insumos para la prestación de los servicios
- **Bodega de equipos:** En esta área se encontrarán ubicados los equipos para la prestación del servicio, en donde el personal de la ambulancia antes de salir deberá alistar y subir al vehículo de emergencia el equipo requerido según el plan solicitado.
- **Parqueadero:** Área destinada para la ubicación de los vehículos de emergencia y salida del personal de la ambulancia para la realización de los servicios.

La distribución de la planta para la empresa U.B.M. AMBULANCIAS S.A.S., se realizó teniendo en cuenta el diagrama de recorrido, lo que permite visualizar cada una de las áreas de la organización, con su respectiva entrada, el proceso que realiza el personal de la ambulancia antes de salir a realizar un servicio y la salida, obteniendo un mayor aprovechamiento de los espacios y evitar la contaminación cruzada, lo que refleja un ambiente propicio de trabajo.

Gráfica 12. Plano de la empresa



Fuente: Autores de la investigación

## **4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO**

### **4.1. FORMA DE CONSTITUCIÓN**

En base al análisis de los tipos de sociedad, se decide que se escogerá la S.A.S ya que permite mayor facilidad para la creación y manejo de la empresa.

#### **4.1.1. Razón social de la empresa: U.B.M AMBULANCIAS S.A.S**

#### **4.1.2. Objetivos generales y carácter de la empresa**

- Prestación de servicios de traslado en ambulancias y atención medica domiciliaria a través de la obtención de un paquete que la empresa ofrece.
- Diseñar y generar un servicio que satisfaga al cliente, utilizando equipos, maquinaria de calidad como recurso humano especializado que imponga una marca de la empresa.
- Mejorar permanentemente la calidad de vida de los empleados, brindándoles condiciones de trabajo adecuadas, generando un ambiente laboral y un desarrollo organizacional que propicie en ellos el sentido de equidad.
- Prestar servicios adecuados que generen utilidades para la empresa

**4.1.3. Domicilio de la empresa:** La empresa U.B.M AMBULANCIAS estará ubicada en el departamento de Santander, en el municipio de Bucaramanga, en el barrio la Aurora.

**4.1.4. Actividades generales que va a desarrollar para el cumplimiento de los objetivos**

**Figura 12.** Actividades para el desarrollo de los objetivos



**Fuente:** Autores de la investigación

#### 4.1.5. Asociados, ya sean personas naturales o jurídicas

**Figura 13.** Socios de la empresa U.B.M AMBULANCIAS



**Fuente:** Autores de la investigación

#### 4.1.6. Derechos y deberes de los asociados.

**Tabla 9.** Deberes y derechos de los asociados



- |  |   |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Pagar de las acciones según lo estipulado en los estatutos.</li><li>• Pagar con el aporte de sus acciones llegado el caso de no poder responder con lo estipulado.</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Conocer las actividades que plantean la empresa a futuro.</li><li>• Voz y voto para la toma de decisiones</li></ul> |
|--|---|

**Fuente:** Autores de la investigación

**4.1.7. Órganos de dirección y de administración:** Estarán definidas de la siguiente manera:

- **Asamblea o junta de socios:** Estará compuesta por todos los socios de la empresa.
- **Representante legal:** Definido por la junta de socios, el cual puede ser un socio o una persona particular.
- La empresa no tendrá junta directiva ya que esta sociedad permite no definirla.
- En revisoría fiscal no está obligado a tener, a menos que se cumplan tributos que superen los montos definidos para la conformación una sociedad por acciones simplificadas.

**4.1.8. Representación legal:** Leidy Viviana Calvete Martínez quien estará definida en los estatutos de conformación de la S.A.S.

**4.1.9. Mecanismos de control:** Se tendrán en cuenta los siguientes 2 mecanismos en la empresa:

**Tabla 10.** Mecanismo de control de la empresa U.B.M AMBULANCIA S.A.S



**Ventaja del costo:** Se manejará un costo asequible para la comunidad según sea el tipo de plan que escoja el cliente

**Marca:** Se planteará imponer una marca en la prestación del servicio que sea eficiente y se cumplan los objetivos de la empresa y del usuario.

**Fuente:** Autores de la investigación

**4.1.10. Composición patrimonial, condiciones de aportación:** La constitución patrimonial está definida en acciones de 50% por cada socio, el cual está definido en un valor de \$ 62.491.705 con un tiempo de 2 años para hacer este aporte, dando un total de inversión inicial de \$ 730.425.391

**4.1.11. Condiciones de ingreso y retiro de socios:** Las condiciones de ingreso estarán determinadas en los estatutos, en el cual será únicamente en la creación, o en instante que un socio se retire este tendrá que ofrecer sus acciones primero a los accionistas y si estos no están dispuestos a obtenerlos puede ponerlo en público, para la empresa no se manejara un tiempo mínimo de estadía para los socios.

**4.1.12. Duración de la sociedad:** La duración se planteará la empresa se tomará como 5 años que estará estipulado en el documento privado de constitución de la sociedad y este podrá ser modificado a medida del tiempo.

**4.1.13. Causa y condiciones de liquidación:** La empresa tendrá las siguientes condiciones para disolver o liquidar la sociedad antes estipulada<sup>28</sup>.

1. Finalice el termino de duración de previsto en el documento privado, aunque este puede ser extendido si hay modificaciones o prorroga de tiempo.
2. Por imposibilidad de desarrollar las actividades de servicio previstas
3. Por iniciación del trámite de liquidación judicial
4. Por causas estipuladas en los estatutos
5. Por voluntad de los accionistas adoptada en la asamblea
6. Por orden de autoridad competente
7. Por perdida que reduzca el patrimonio neto por debajo del 50 %

**4.1.14. Reparto de los beneficios y utilidades obtenidas:** El reparto de los beneficios y utilidades estarán previstas después de que la empresa cumpla con los gastos y obligaciones que la ley ha dispuesto sobre el flujo obtenido de la actividad comercial, el cual después de haberse atendido estos están divididos según el porcentaje de acción.

**4.1.15. Los demás elementos que se consideren de relevancia o que sean exigidos por la ley:** La empresa realizara la constitución de la sociedad por acciones simplificada por medio de documento privado ya que la ley lo permite por este medio o por escritura pública. Por otra parte, el límite de accionistas que tendrá la empresa será mínimo 1, máximo ilimitado.

---

<sup>28</sup> ACTUALICESE. Sociedad por acciones simplificada S.A.S [En línea]. Consultado el 29 de febrero de 2019. Disponible en: <https://actualicese.com/2014/05/29/sociedad-por-acciones-simplificada-s-s/>

## 4.2. CULTURA ORGANIZACIONAL

**4.2.1. Visión:** En el 2028, U.B.M. AMBULANCIAS IPS S.A.S. será una empresa líder en la prestación de servicios de salud, reconocida por sus altos estándares de calidad, excelencia en la atención y traslados, trabajando con profesionales comprometidos con la optimización de los servicios y encaminados al cumplimiento de los estándares de acreditación de las empresas de salud.

**Figura 14:** Visión



**Fuente:** Autores de la investigación

**4.2.2. Misión.** U.B.M. AMBULANCIAS S.A.S. es una institución orientada a contribuir en el mejoramiento de la calidad de vida de nuestros usuarios, que cuenta con profesionales idóneos y comprometidos, que trabajan de manera continua con eficiencia, responsabilidad y calidez humana, nuestros servicios son prestados con equipos de alta tecnología y una infraestructura que cumple con los estándares de calidad, ofreciendo así, un alto sentido de responsabilidad social y económica para las mujeres embarazadas y niños del área metropolitana de Bucaramanga.

**Figura 15.** Misión












**Fuente:** Autores de la investigación

estándares de calidad, ofreciendo así, un alto sentido de responsabilidad social y económica para las mujeres embarazadas y niños del área metropolitana de Bucaramanga.

**4.2.3. Objetivos.** Los objetivos que la empresa fórmula para el cumplimiento de la misión y el logro de la visión son los siguientes:

**Tabla 11.** Objetivos cultura organizacional

	1. Conformar una estructura organizacional sólida y eficiente, con la participación del recurso humano en todos sus niveles, fomentando un ambiente cultural y laboral que motive el máximo nivel el interés y la motivación.
	2. Establecer un manejo administrativo y financiero acorde con las necesidades de la organización con el fin de garantizar estabilidad, eficiencia y eficacia en la utilización de los recursos. Además de fomentar la innovación y mejora continua de modo que se logre los valores competitivos.
	
	3. Prestar un servicio que cumpla las expectativas de nuestros clientes, aplicando las recomendaciones personales de ellos mismos.
	
	4. Realizar continuamente capacitaciones al personal de la ambulancia, con el fin de optimizar la atención y el traslado de los pacientes.
	5. Desarrollar en el personal un sentido de pertenencia con la empresa a través de una escala salarial justa y equitativa, y de un clima laboral agradable para apoyar el cumplimiento de la visión.
	6. Brindar excelentes servicios a nuestros clientes empleando todos los recursos necesarios para satisfacer sus expectativas y lograr sus recomendaciones personales.
	7. Generar nuevas fuentes de empleo directo en la región, que beneficien a las familias del equipo laboral de la empresa.

**Fuente:** Autores de la investigación

**4.2.4. Políticas:** Se trazan las siguientes políticas de calidad, personal, compras y ventas.

**4.2.4.1. Política de calidad:** U.B.M AMBULANCIAS IPS S.A.S. busca satisfacer las necesidades y expectativas de nuestros usuarios con la prestación idónea de los servicios médicos domiciliarios y traslados en ambulancia, siendo oportunos y asertivos, comprometidos con la seguridad del paciente como la más relevante dimensión de calidad de su proceso de atención para garantizarles tranquilidad y bienestar, mediante el uso de ambulancias completamente dotadas, equipos de última tecnología y personal altamente calificado.

Para lograrlo revisamos permanentemente nuestros procesos y aplicamos el mejoramiento continuo, siendo conscientes de la importancia de promover la calidad de vida de nuestros colaboradores a través de la implementación de la seguridad y la salud en el trabajo, encaminada a la prevención de incidentes, lesiones y enfermedades laborales, para esto nos comprometemos con la identificación de los peligros, evaluación y valoración de los riesgos, establecimiento de los respectivos controles mediante la mejora continua del Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST) en la empresa y el cumplimiento de la normatividad nacional vigente aplicable en materia de riesgos laborales.

Por ello, orientamos nuestras acciones para:

- Mejorar permanentemente el nivel de satisfacción del usuario.
- Cumplir con el tiempo de llegada de los servicios
- Suministrar servicios con tarifas competitivas.
- Mantener los estándares de habilitación establecidos por ley para las unidades móviles.

- Mejorar continuamente el desarrollo de todos los procesos de la compañía alcanzando las metas establecidas para cada proceso.
- Propender por promover la calidad de vida de nuestros colaboradores
- Velar por el cumplimiento de los requisitos legales que en materia de seguridad y salud en el trabajo apliquen a la organización.

#### **4.2.4.2. Políticas de personal**

- El proceso de selección y contratación del recurso humano se debe ajustar a los requerimientos de la empresa y a los perfiles establecidos para alcanzar sus objetivos estratégicos y asegurar su futuro desarrollo.
- Todos los cargos contarán con sus respectivos manuales de funciones, con sus perfiles y salarios basados en una estructura salarial previamente definidos.
- Toda vinculación del personal a la empresa se harpa mediante un contrato a término fijo por escrito, con periodo de prueba, horarios que estén dentro de los límites establecidos por la ley, y afiliación a las EPS, ARL y cajas de compensación que elija el empleado.
- El personal operativo participara en todos los seminarios y talleres programados por la empresa para mejorar la calidad de los servicios que se prestan.
- Ningún empleado de la empresa devengará menos de un S.M.L.V.
- La empresa programará y realizará capacitaciones y entrenamiento, según las actividades que desarrollan en los cargos.

- Se guardará respeto por la intimidad de los pacientes y la confidencialidad de su historia clínica.
- Se entregará al personal de la empresa sus respectivos uniformes según el tiempo determinado por la ley, para cumplir con los requisitos establecidos por la sanidad.
- Cada seis meses se realizará evaluación de desempeño de los empleados para identificar sus fortalezas y debilidades en la ejecución de sus funciones; las fortalezas servirán para dar reconocimientos por méritos y las debilidades serán tratadas por medio de capacitaciones.

#### **4.2.4.3. Políticas de compra**

- Se tendrá una base de datos de los proveedores a los cuales se les evaluará semestralmente ciertos factores como experiencias y puntualidad a la entrega del pedido, y a cada uno de ellos en el momento de la compra se les solicitará la respectiva factura legal. Luego, se realizará una comparación para determinar el precio, el descuento, tiempo de pago y envío.
- Cada proveedor informara a la administración las formas de pago que acepta. El gerente decidirá la modalidad de pago en base a las alternativas ofrecidas por los proveedores y el costo de oportunidad que se quiera lograr.
- Seleccionar los proveedores con las características necesarias para la obtención de los insumos, equipos y mantenimiento de los vehículos.
- La empresa llevará a cabo un inventario mensual de las compras que se realicen.

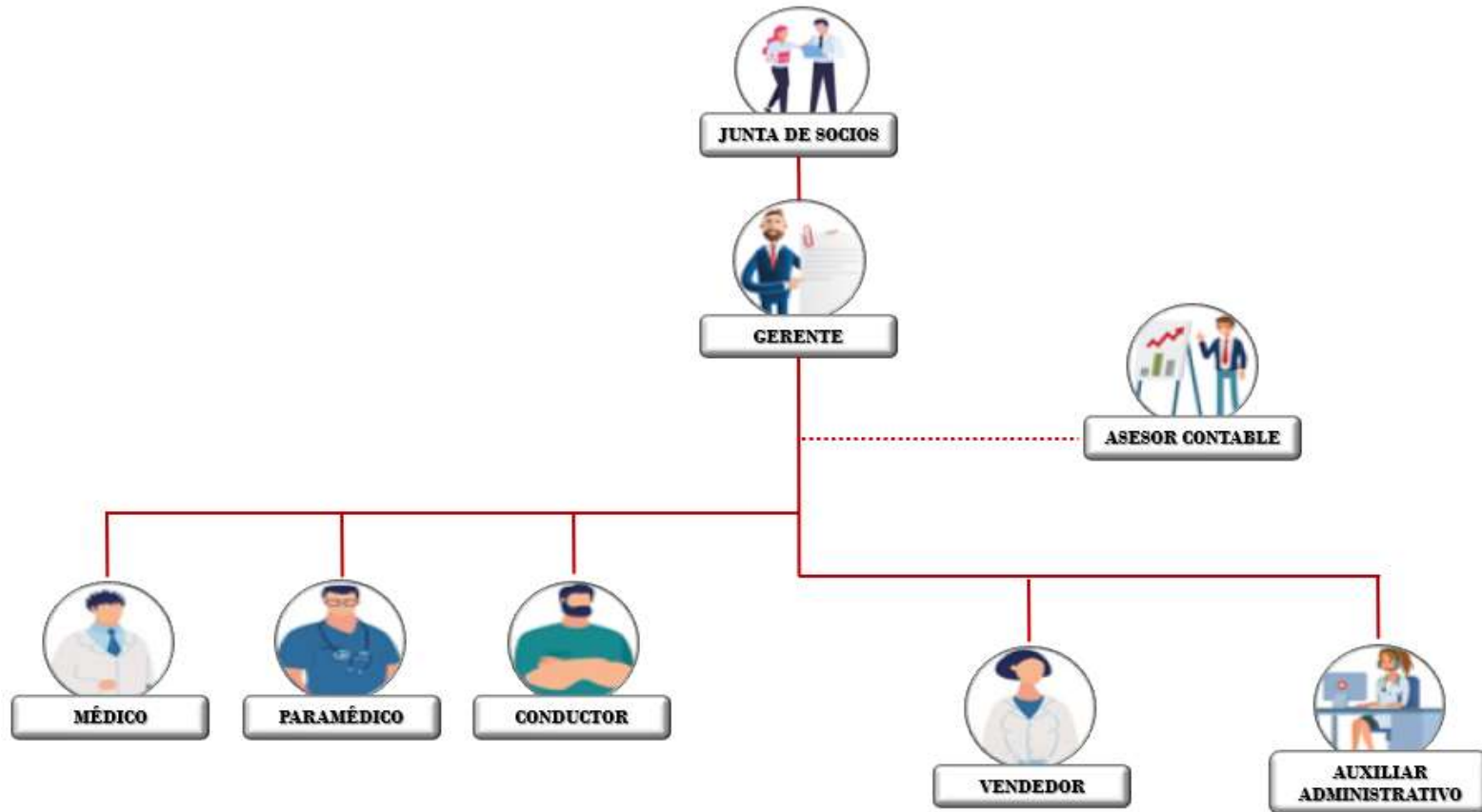
#### **4.2.4.4. Políticas de venta**

- La venta de los servicios será de contado
- Los equipos médicos deberán ser adquiridos bajo la modalidad de licitación privada
- Los servicios vendidos tendrán su respectiva factura junta con el recibo de caja en el momento del pago.
- Se registrará al cliente en la base de datos con su información personal para luego realizar su planilla de vinculación y posteriores atenciones.
- El cliente podrá pagar en efectivo y con tarjetas de crédito o débito.

### **4.3. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL**

**4.3.1. Organigrama:** El organigrama se desarrolla para establecer cómo opera la empresa y ayudar a lograr las metas, la cuales permiten un crecimiento futuro. Lo cual, se ha diseñado la siguiente estructura.

**Gráfica 13.** Organigrama de la empresa



**Fuente:** Autores de la investigación

## 4.3.2. Descripción y perfil de cargos

**Cuadro 71.** Descripción del cargo gerente

	<p align="center"><b>REQUISITOS:</b></p>
<p align="center"><b>GERENTE</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☞ Capacidad para resolver problemas en el entorno laboral y el negocio</li> <li>☞ Destrezas para manejar grupos</li> <li>☞ Toma de decisiones</li> <li>☞ Manejo de grupos</li> <li>☞ Conocimientos básicos sobre las actividades de los subordinados</li> </ul>
	<p align="center"><b>FUNCION PRINCIPAL:</b></p>
	<p>Planear y programar las actividades de la organización teniendo un direccionamiento estratégico y estableciendo las políticas que aseguran el cumplimiento de los objetivos corporativos.</p>
	<p align="center"><b>DETALLE DE FUNCIONES:</b></p>
	<p><b>Funciones principales</b></p>
 <p align="center"><b>ÁREA</b></p>	
<p align="center">Administración</p>	
 <p align="center"><b>SECCIÓN</b></p>	
<p align="center">Administrativa</p>	
 <p align="center"><b>JEFE INMEDIATO</b></p>	
<p align="center">Junta de socios</p>	
 <p align="center"><b>Vo Bo EMPLEADO</b></p>	
<p align="center">Junta de socios</p>	
 <p align="center"><b>Vo Bo JEFE INMEDIATO</b></p>	
<p align="center">Junta de socios</p>	
 <p align="center"><b>Vo Bo GERENTE</b></p>	
<p align="center">Junta de socios</p>	
	<p><b>Funciones secundarias</b></p>

**Fuente:** Autores de la investigación

**Cuadro 72.** Descripción del cargo asesor contable

 <p><b>ASESOR CONTABLE</b></p>	<b>REQUISITOS:</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>☞ Tarjeta profesional en contaduría pública</li> </ul>	
	<b>FUNCION PRINCIPAL:</b>	
	<p>Revisar, asesorar y orientar el manejo contable y financiero de la empresa, contribuyendo con el patrimonio y el cumplimiento de los aspectos legales.</p>	
	<b>DETALLE DE FUNCIONES:</b>	
 <p><b>ÁREA</b></p>	<b>Funciones principales</b>	
<p>Administración</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☞ Revisar los movimientos contables elaborados por el auxiliar administrativo, verificando los estados y requisitos</li> </ul>	
 <p><b>SECCIÓN</b></p>	<b>Funciones principales</b>	
<p>Administrativa</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☞ Preparar en coordinación con el auxiliar administrativo los reportes y documentos para la declaración de renta, pago de aportes, rete-fuentes, e IVA en las fechas estipuladas</li> <li>☞ Cumplir con las demás funciones asociadas a su cargo.</li> </ul>	
 <p><b>JEFE INMEDIATO</b></p>	<b>Funciones principales</b>	
<p>Gerente</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☞ Elaborar y presentar periódicamente a la gerencia los estados financieros,</li> <li>☞ Orientar a la empresa en los aspectos legales y fiscales, para el cumplimiento cabal de sus obligaciones</li> </ul>	
 <p><b>Vo Bo EMPLEADO</b></p>	<b>Funciones secundarias</b>	
<p>Vo Bo</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☞ Buen uso y cuidado de los elementos y/o equipos que se le entreguen para el desempeño de sus funciones.</li> </ul>	
 <p><b>JEFE INMEDIATO</b></p>	<b>Funciones secundarias</b>	
<p>Vo Bo</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☞ Mantener bajo absoluta reserva toda la información empresarial que le sea compartida.</li> <li>☞ Asistir a las capacitaciones y comités que la empresa programe.</li> </ul>	
 <p><b>Vo Bo GERENTE</b></p>	<b>Funciones secundarias</b>	
<p>Vo Bo</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☞ Cumplir la normatividad establecida en los diferentes documentos de la Empresa: manuales, reglamentos, procedimientos y demás documentos.</li> </ul>	

**Fuente:** Autores de la investigación

## Cuadro 73. Descripción del cargo vendedor

 <p><b>VENDEDOR</b></p>		<p align="center"><b>REQUISITOS:</b></p>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>☞ Capacidad para resolver problemas en el entorno laboral y el negocio</li> <li>☞ Destrezas para manejar grupos</li> <li>☞ Toma de decisiones</li> <li>☞ Manejo de grupos</li> </ul>
<p><b>ÁREA</b></p> <p>Ventas</p>		<p align="center"><b>FUNCION PRINCIPAL:</b></p>
		<p>Realizar las ventas y cumplir con las metas establecidas</p>
<p><b>SECCIÓN</b></p> <p>Ventas</p>		<p align="center"><b>DETALLE DE FUNCIONES:</b></p>
		<p><b>Funciones principales</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>☞ Realizar las ventas mediante la comunicación y visita a entidades, promoviéndolos y tomando sus órdenes de compra.</li> <li>☞ Asesorar y explica a los clientes sobre las ofertas disponibles y la mejor forma de utilizar los productos.</li> <li>☞ Atender las reclamaciones de los clientes proporcionándoles un trato adecuado y cercano.</li> <li>☞ Recuperación de la cartera</li> <li>☞ Identificar oportunidades de mejora en los procesos de ventas y divulgación.</li> <li>☞ Analizar la información referida de pronósticos, presupuestos, indicadores de ventas, con el objetivo de identificar desviaciones y plantear acciones de mejora.</li> <li>☞ Elaboración y gestión de reportes para presentar al jefe administrativo y a la gerencia.</li> </ul>
<p><b>JEFE INMEDIATO</b></p> <p>Gerente</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>☞ Indagar y recopilar toda la información que pueda sobre la competencia, productos y necesidades del cliente.</li> <li>☞ Conocer las necesidades que tiene en el mercado la empresa</li> <li>☞ Administración de territorio o grupo de clientes que le ha sido asignado</li> <li>☞ Fijar distribución de tiempo en la atención al cliente</li> <li>☞ Conocer beneficios y características del producto/servicio</li> <li>☞ Conocimiento de las condiciones de venta</li> <li>☞ Saber manejar con soltura el producto</li> <li>☞ Conocer las características de la prestación de servicios</li> </ul>
		<p><b>Vo Bo EMPLEADO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>☞ Conocimiento preciso de precios y sus modificaciones</li> <li>☞ Tener identificada a la competencia</li> <li>☞ Conocer los productos/servicios de la competencia y sus diferencias</li> </ul>
<p><b>Vo Bo JEFE INMEDIATO</b></p>		<p><b>Funciones secundarias</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>☞ Cumplir con las normas de seguridad e higiene.</li> <li>☞ Asistir a las capacitaciones y comités que la empresa programe.</li> </ul>
		<p><b>Vo Bo GERENTE</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>☞ Buen uso y cuidado de los elementos y/o equipos que se le entreguen para el desempeño de sus funciones.</li> <li>☞ Cumplir la normatividad establecida en los diferentes documentos de la Empresa: manuales, reglamentos, procedimientos y demás documentos.</li> <li>☞ Mantener bajo absoluta reserva toda la información empresarial que le sea compartida.</li> </ul>

**Fuente:** Autores de la investigación

**Cuadro 74.** Descripción del cargo auxiliar administrativo

 <p><b>AUXILIAR ADMINISTRATIVO</b></p>	<b>REQUISITOS:</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>⇨ Gestionar, analizar, ejecutar y controlar los requerimientos de los servicios, de acuerdo con los instructivos, procedimientos, sistemas informativos y políticas establecidas, con el propósito de cumplir de manera eficiente y oportuna la continuidad de los procesos de la compañía.</li> <li>⇨ Habilidades para planear, controlar, dirigir, organizar, analizar, calcular y deducir</li> </ul>
	<b>FUNCION PRINCIPAL:</b>
	<p>Apoyar en las labores administrativas que se requieren, como mantener actualizado la contabilidad diaria para su respectiva revisión por parte del contador y suministrar la información que requieran los demás puestos de trabajo u clientes.</p>
	<b>DETALLE DE FUNCIONES:</b>
<b>ÁREA</b>	<b>Funciones principales</b>
 <p>Administración</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>⇨ Informar los deberes y derechos de cada empleado.</li> <li>⇨ Proporcionar al personal la dotación, instrumentos y materiales de seguridad.</li> </ul>
<b>SECCIÓN</b>	
 <p>Administrativa</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>⇨ Realizar la liquidación de nóminas, vacaciones, incapacidades y demás novedades encontradas en la nómina, así como el pago mensual de seguridad social.</li> <li>⇨ Lleva el control de las tareas del departamento de recepción: facturación, morosidad, etc., sin trato directo con clientes normalmente.</li> </ul>
<b>JEFE INMEDIATO</b>	<b>Funciones secundarias</b>
 <p>Gerente</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>⇨ Realizar las afiliaciones, novedades y retiros a las EPS, fondo de pensiones, cajas de compensación y riesgos laborales.</li> <li>⇨ Verifica las referencias de los aspirantes a los cargos si se lo solicita el gerente.</li> </ul>
<b>Vo Bo EMPLEADO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>⇨ Chequea el cumplimiento de los requisitos exigidos para el otorgamiento de los beneficios tales como: primas, bonificaciones, becas, pensiones, jubilaciones y otros contenidos en los convenios colectivos.</li> </ul>
<b>Vo Bo JEFE INMEDIATO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>⇨ Actualiza y registra en los expedientes del personal, reposos, permisos, inasistencias y demás información relacionada con el personal de la institución.</li> <li>⇨ Diseña y elabora cartelera de información general, normas de higiene y reglamento Interno de Trabajo.</li> </ul>
<b>Vo Bo GERENTE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>⇨ Rinde cuenta a su superior inmediato de las actividades realizadas cuando así lo requiera.</li> <li>⇨ Suplir las necesidades de vacantes de manera inmediata sin afectar la operación diaria.</li> </ul>

**Fuente:** Autores de la investigación

## Cuadro 75. Descripción cargo médico

 <p><b>MÉDICO</b></p>	<b>REQUISITOS:</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>☞ Carnet profesional en medicina general</li> <li>☞ Pase de conducción</li> <li>☞ Cursos de capacitación en soporte vital básico y avanzado y urgencias</li> </ul>	
	<b>FUNCION PRINCIPAL:</b>	
	<p>Prestar la asistencia pre-hospitalaria a los pacientes atendidos durante el servicio, caracterizándose por la amabilidad, calidad y buen trato al usuario.</p>	
 <p><b>ÁREA</b></p> <p>Producción</p>	<b>DETALLE DE FUNCIONES:</b>	
	<p><b>Funciones principales</b></p> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> <li>☞ Realizar la atención medica del paciente con base en el diagnóstico del estado de salud del usuario determinara el traslado o formulación de medicamento en el domicilio</li> <li>☞ Realizar los turnos asignados según planilla del programa mensual</li> <li>☞ Verificar los implementos e insumos dentro del vehículo asignado</li> <li>☞ Diligenciar la historia clínica de cada paciente durante la atención.</li> </ul> <p><b>Funciones secundarias</b></p> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> <li>☞ Cumplir con las normas de seguridad e higiene.</li> <li>☞ Buen uso y cuidado de los elementos y/o equipos que se le entreguen para el desempeño de sus funciones.</li> <li>☞ Mantener bajo absoluta reserva toda la información empresarial que le sea compartida.</li> <li>☞ Cumplir la normatividad establecida en los diferentes documentos de la Empresa: manuales, reglamentos, procedimientos y demás documentos.</li> <li>☞ Asistir a las capacitaciones y comités que la empresa programe.</li> </ul>	
 <p><b>SECCIÓN</b></p> <p>Productiva</p>		
 <p><b>JEFE INMEDIATO</b></p> <p>Gerente</p>		
 <p><b>Vo Bo EMPLEADO</b></p>		
 <p><b>Vo Bo JEFE INMEDIATO</b></p>		
 <p><b>Vo Bo GERENTE</b></p>		

**Fuente:** Autores de la investigación

**Cuadro 76.** Descripción del cargo paramédico

 <p><b>PARAMÉDICO</b></p>	<p align="center"><b>REQUISITOS:</b></p>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>☞ Carnet profesional en enfermería</li> <li>☞ Cursos de capacitación en soporte vital básico y avanzado y urgencias</li> </ul>
	<p align="center"><b>FUNCION PRINCIPAL:</b></p>
	<p>Prestar la asistencia de primeros auxilios a los pacientes atendidos durante el servicio, caracterizándose por la amabilidad, calidad y buen trato al usuario.</p>
<p align="center"><b>DETALLE DE FUNCIONES:</b></p>	
<p> <b>ÁREA</b></p> <p>Producción</p>	<p><b>Funciones principales</b></p>
<p> <b>SECCIÓN</b></p> <p>Productiva</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☞ Ayudar al médico en la atención medica del paciente con base en el diagnóstico del estado de salud del usuario durante la atención como en el traslado.</li> </ul>
<p> <b>JEFE INMEDIATO</b></p> <p>Médico</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☞ Realizar los turnos asignados según planilla del programa mensual</li> <li>☞ Verificar los implementos e insumos dentro del vehiculo asignado</li> <li>☞ Diligenciar la historia clínica de cada paciente durante la atención.</li> </ul>
<p> <b>Vo Bo EMPLEADO</b></p>	<p><b>Funciones secundarias</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>☞ Cumplir con las normas de seguridad e higiene.</li> <li>☞ Buen uso y cuidado de los elementos y/o equipos que se le entreguen para el desempeño de sus funciones.</li> </ul>
<p> <b>Vo Bo JEFE INMEDIATO</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☞ Mantener bajo absoluta reserva toda la información empresarial que le sea compartida.</li> <li>☞ Asistir a las capacitaciones y comités que la empresa programe.</li> </ul>
<p> <b>Vo Bo GERENTE</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☞ Cumplir la normatividad establecida en los diferentes documentos de la Empresa: manuales, reglamentos, procedimientos y demás documentos.</li> </ul>

**Fuente:** Autores de la investigación

## Cuadro 77. Descripción del cargo conductor

 <p><b>CONDUCTOR</b></p>	<p><b>REQUISITOS:</b></p>
<p>ÁREA</p> <p>Producción</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☞ Libreta militar</li> <li>☞ Pase de conducción</li> <li>☞ Conocimiento certificado en primeros auxilios</li> <li>☞ Conocimiento en normas y señale de transito</li> <li>☞ Conocimiento en mecánica básica</li> <li>☞ Conocimiento en la ciudad y direcciones del perímetro</li> </ul>
<p>SECCIÓN</p> <p>Productiva</p>	<p><b>FUNCION PRINCIPAL:</b></p> <p>Conducir la unidad móvil designada (Transporte ambulatorio básico y medicalizada) por la compañía y transportar pacientes en camilla, silla y en la misma unidad con base en la ubicación geográfica, el servicio a desarrollar y los tiempos de arribo establecidos.</p>
<p>JEFE INMEDIATO</p> <p>Médico</p>	<p><b>DETALLE DE FUNCIONES:</b></p> <p><b>Funciones principales</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>☞ Realizar los turnos que se le asignen</li> <li>☞ Ubicar rápidamente las direcciones dadas por la central de comunicaciones para realizar la atención de los pacientes</li> <li>☞ Mantener el vehículo en buenas condiciones de aseo</li> <li>☞ Reportar al jefe inmediato cualquier novedad o daño que llegare a ocurrirle al vehículo</li> <li>☞ Cumplir con los turnos asignados según la programación dada por su jefe inmediato</li> <li>☞ Cumplir con las normas de transito</li> </ul>
<p>Vo Bo EMPLEADO</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☞ Hacer uso adecuado de las herramientas asignadas para el desarrollo de sus funciones</li> </ul> <p><b>Funciones secundarias</b></p>
<p>Vo Bo JEFE INMEDIATO</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☞ Cumplir con las normas de seguridad e higiene.</li> <li>☞ Asistir a las capacitaciones y comités que la empresa programe.</li> <li>☞ Buen uso y cuidado de los elementos y/o equipos que se le entreguen para el desempeño de sus funciones.</li> </ul>
<p>Vo Bo GERENTE</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☞ Cumplir la normatividad establecida en los diferentes documentos de la Empresa: manuales, reglamentos, procedimientos y demás documentos.</li> <li>☞ Mantener bajo absoluta reserva toda la información empresarial que le sea compartida.</li> </ul>

**Fuente:** Autores de la investigación

## Cuadro 78. Perfil del cargo gerente

HABILIDAD
<p><b>Educación</b></p> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> <li>Profesional en el área administración o afines como también en áreas del conocimiento respectivo a las labores que realiza la empresa</li> </ul>
<p><b>Experiencia</b></p> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> <li>Dos (2) años dirigiendo áreas relacionadas y/o gestionando proyectos de servicios.</li> <li>Dominio de la legislación.</li> <li>Habilidad para establecer relaciones de trabajo efectivas</li> <li>Habilidades para planear, controlar, dirigir, organizar, analizar, calcular y deducir</li> <li>Gestión de personal</li> <li>Planificación y control</li> </ul>
<p><b>Capacitación</b></p> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> <li>Dos meses</li> </ul>
<p><b>Habilidad mental</b></p> <hr/> <p>El nivel es muy alto, ya que demanda mucha concentración y atención al detalle, en donde se emplean ajustes y revisiones que requiere enfocar las facultades mentales para prevenir, controlar o detectar causas de variaciones que no se reconocen fácilmente.</p>
<p><b>Habilidad manual</b></p> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> <li>El cargo de gerente tendrá un nivel de esfuerzo físico muy bajo, porque el trabajo es en oficina y permanece sentado la mayor parte del tiempo.</li> </ul>
RESPONSABILIDAD:
<p><b>Supervisión</b></p> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> <li>El nivel es alto puesto que está a cargo de todos los puestos de trabajo de la empresa y tiene que vigilar por que se cumplan las normas y responsabilidades de cada dependencia.</li> </ul>
<p><b>Por contactos</b></p> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> <li>El nivel es medio-alto, debido a que no está en constante contacto directo con el cliente, aun así debe plantear estrategias de mercado, ventas y publicidad en conjunto con el vendedor para buscar nuevos clientes.</li> </ul>
<p><b>Materiales, herramienta y equipo</b></p> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> <li>El nivel es alto ya que es el encargado y responsable de que las maquinarias y equipos estén en buenas condiciones para el uso en los servicios como de su buen manejo durante la operación</li> </ul>
<p><b>Manejo de valores</b></p> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> <li>El nivel es alto, ya que tiene que velar por que los títulos valores como cheques, letras y dinero en efectivo se consigne en las respectivas entidades bancarias, y las finanzas de la empresa se estén llevando óptimamente.</li> </ul>
CONDICIONES DE TRABAJO:
<p><b>Medio ambiente</b></p> <hr/> <p>Normal</p>
<p><b>Riesgos</b></p> <hr/> <p>Este puesto de trabajo no tiene riesgos de accidentes o para la salud, fuera de pequeñas lesiones que se pudieran ocasionar en una oficina, Los accidentes son altamente improbables</p>



**GERENTE**



**SECCIÓN**

Administrativa



**SUPERVISA**

Auxiliar  
Administrativo  
Vendedor  
Médicos  
Paramédicos  
Conductores

**ESFUERZO**



**MENTAL**

Alto



**VISUAL**

Alto



**FISICO**

Normal

**Fuente:** Autores de la investigación

**Cuadro 79.** Perfil del cargo asesor contable

HABILIDAD
<p><b>Educación</b></p> <p>Se requiere que sea profesional en contaduría pública.</p>
<p><b>Experiencia</b></p> <p>Con experiencia mínima de 2 año.</p>
<p><b>Capacitación</b></p> <p>N/A</p>
<p><b>Habilidad mental</b></p> <p>El cargo requiere de un esfuerzo mental medio, ya que su labor necesita realizar labores contables y de finanzas.</p>
<p><b>Habilidad manual</b></p> <p>El cargo de tendrá un nivel de esfuerzo bajo, puesto que trabaja en lugares cómodos y de forma sentada.</p>
RESPONSABILIDAD:
<p><b>Supervisión</b></p> <p>El nivel es bajo ya que no tiene a quien supervisar</p>
<p><b>Por contactos</b></p> <p>El nivel es bajo, ya que ni maneja contacto alguno con los clientes de la empresa.</p>
<p><b>Materiales, herramienta y equipo</b></p> <p>El nivel es bajo, ya que sus actividades no ejecutar el manejo de maquinaria, y el equipo que utiliza es el básico.</p>
<p><b>Manejo de valores</b></p> <p>El nivel es medio, ya que no tiene ningún tipo de contacto con el dinero de los servicios, pero si de la contabilidad que lleva la empresa.</p>
CONDICIONES DE TRABAJO:
<p><b>Medio ambiente</b></p> <p>Normal</p>
<p><b>Riesgos</b></p> <p>Este puesto de trabajo no tiene riesgos para la salud, ya que está trabajando en ambientes regulados y comodos.</p>



**ASESOR CONTABLE**

---



**SECCIÓN**

Administrativa

---



**SUPERVISA**

N/A

---

**ESFUERZO**



**MENTAL**

Medio

---



**VISUAL**

Medio

---



**FISICO**

Normal

**Fuente:** Autores de la investigación

**Cuadro 80.** Perfil del cargo vendedor

HABILIDAD
<p><b>Educación</b></p> <p>Se requiere ser técnico en marketing o carreras afines.</p>
<p><b>Experiencia</b></p> <p>Dos (2) años en labores</p>
<p><b>Capacitación</b></p> <p>Dos meses</p>
<p><b>Habilidad mental</b></p> <p>El nivel es medio, ya que es un trabajo que no requiere enfocar las facultades mentales para prevenir, controlar o detectar causas de variaciones que no se reconocen fácilmente</p>
<p><b>Habilidad manual</b></p> <p>El cargo de vendedor tendrá un nivel de esfuerzo físico muy bajo, puesto que trabaja sentado y caminando, ofreciendo los productos dentro y fuera de la empresa, en donde la posibilidad de obtener algún tipo de riesgo o accidente es muy mínima.</p>
RESPONSABILIDAD:
<p><b>Supervisión</b></p> <p>El nivel es bajo ya que no tiene a quien supervisar</p>
<p><b>Por contactos</b></p> <p>El nivel es muy alto, ya que es el encargado de ofrecer el producto.</p>
<p><b>Materiales, herramienta y equipo</b></p> <p>El nivel es muy bajo, ya que su labor no se encuentra correlacionado con la maquinaria y equipos utilizados en los servicios de mantenimiento.</p>
<p><b>Manejo de valores</b></p> <p>El nivel es medio, puesto que se encarga de recibir y entregar los pedidos solicitados, obteniendo el pago por cada producto vendido.</p>
CONDICIONES DE TRABAJO:
<p><b>Medio ambiente</b></p> <p>Alto</p>
<p><b>Riesgos</b></p> <p>Su nivel es medio, ya que la mayor parte del tiempo se encuentra fuera de la empresa, lo cual está expuesto a todo tipo de riesgos como cortadas, caídas, accidentes, entre otros.</p>



**VENDEDOR**

---



**SECCIÓN**

Ventas

---



**SUPERVISA**

N/A

---

**ESFUERZO**



**MENTAL**

Bajo

---



**VISUAL**

Medio

---



**FISICO**

Normal

**Fuente:** Autores de la investigación

## Cuadro 81. Perfil del cargo vendedor

HABILIDAD
<p><b>Educación</b></p> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> <li>Se requiere que sean técnicos o profesional en administrador de empresas, gestión administrativas y afines.</li> </ul>
<p><b>Experiencia</b></p> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> <li>Con experiencia mínima de 2 años en administración, programación de actividades, seguimiento y direccionamiento de tareas.</li> <li>Manejo de sistema Aso pagos o Pila.</li> <li>Conocimientos específicos en herramientas informáticas (Word y Excel avanzado).</li> <li>Conocimientos en liquidación de prestaciones sociales y pagos de seguridad social.</li> </ul>
<p><b>Capacitación</b></p> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> <li>Un meses</li> </ul>
<p><b>Habilidad mental</b></p> <hr/> <p>El cargo de auxiliar administrativo requiere de un esfuerzo mental medio, ya que su labor necesita realizar inspecciones y revisiones especialmente para la elaboración de la nómina, lo cual requiere atención y un grado de razonamiento.</p>
<p><b>Habilidad manual</b></p> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> <li>El cargo de auxiliar administrativo tendrá un nivel de esfuerzo físico bajo, puesto que trabaja en una oficina y la mayor parte del tiempo sentado.</li> </ul>
RESPONSABILIDAD:
<p><b>Supervisión</b></p> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> <li>El nivel es bajo ya que no tiene a quien supervisar</li> </ul>
<p><b>Por contactos</b></p> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> <li>El nivel es bajo, ya que no maneja ningún tipo de contacto con los clientes u otro tipo de persona, excepto del personal de la empresa.</li> </ul>
<p><b>Materiales, herramienta y equipo</b></p> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> <li>El nivel es bajo, ya que sus actividades a ejecutar se centran en una oficina, aparte de todo tipo de máquinas y herramientas para la producción de los postres.</li> </ul>
<p><b>Manejo de valores</b></p> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> <li>El nivel es medio, ya que se encarga de responder por el dinero en efectivo o en títulos de valores.</li> </ul>
CONDICIONES DE TRABAJO:
<p><b>Medio ambiente</b></p> <hr/> <p>Normal</p>
<p><b>Riesgos</b></p> <hr/> <p>Este puesto de trabajo no tiene riesgos de accidentes o para la salud, fuera de pequeñas lesiones que se pudieran ocasionar en una oficina, Los accidentes son altamente improbables.</p>



**AUXILIAR ADMINISTRATIVO**



**SECCIÓN**

Administrativa



**SUPERVISA**

N/A

**ESFUERZO**



**MENTAL**

Medio



**VISUAL**

Medio



**FISICO**

Normal

**Fuente:** Autores de la investigación

## Cuadro 82. Perfil del cargo médico

HABILIDAD
<p><b>Educación</b></p> <p>Se requiere que sea profesional en medicina, con especialización en medicina de urgencias y emergencias, con curso de reanimación pulmonar y de soporte vital avanzado.</p>
<p><b>Experiencia</b></p> <p>Con experiencia mínima de 3 años.</p>
<p><b>Capacitación</b></p> <p>Un mes</p>
<p><b>Habilidad mental</b></p> <p>El cargo requiere de un esfuerzo mental alto, ya que su labor necesita realizar labores en la salud de los usuarios, como también en jornadas extensas.</p>
<p><b>Habilidad manual</b></p> <p>El cargo de tendrá un nivel de esfuerzo físico alto, puesto que trabaja en campo y la mayor parte del tiempo con los usuarios en donde examina la situación.</p>
RESPONSABILIDAD:
<p><b>Supervisión</b></p> <p>El nivel es medio ya que tiene a cargo el paramédico y el conductor, quienes lo ayudan a atender los usuarios en una urgencia o emergencia.</p>
<p><b>Por contactos</b></p> <p>El nivel es alto, ya que maneja a todo momento contacto con el usuario durante el servicio.</p>
<p><b>Materiales, herramienta y equipo</b></p> <p>El nivel es alto, ya que sus actividades a ejecutar se centran en el manejo de la maquinaria que tiene la ambulancia como de su buen uso y cuidado.</p>
<p><b>Manejo de valores</b></p> <p>El nivel es bajo, ya que no tiene ningún tipo de contacto con el dinero de los servicios.</p>
CONDICIONES DE TRABAJO:
<p><b>Medio ambiente</b></p> <p>Normal</p>
<p><b>Riesgos</b></p> <p>Este puesto de trabajo tiene riesgos para la salud, ya que está en contacto con diferentes enfermedades y situaciones de infección.</p>



**MÉDICO**

---



**SECCIÓN**

Productiva

---



**SUPERVISA**

Paramédico  
Conductor

---

**ESFUERZO**



**MENTAL**

Alto

---



**VISUAL**

Alto

---




**FÍSICO**

Normal


**Fuente:** Autores de la investigación

## Cuadro 83. Perfil del cargo paramédico


HABILIDAD	
<b>Educación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Se requiere que sea tecnólogo en enfermería, con curso de reanimación pulmonar y de soporte vital avanzado.</li> </ul>
<b>Experiencia</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Con experiencia mínima de 1 año.</li> </ul>
<b>Capacitación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Un meses</li> </ul>
<b>Habilidad mental</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>El cargo requiere de un esfuerzo mental medio, ya que su labor necesita realizar labores en la salud de los usuarios, como también en jornadas extensas y bajo el mando de un médico.</li> </ul>
<b>Habilidad manual</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>El cargo de tendrá un nivel de esfuerzo físico alto, puesto que trabaja en campo y la mayor parte del tiempo con los usuarios en donde atenderá la situación.</li> </ul>
RESPONSABILIDAD:	
<b>Supervisión</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>El nivel es bajo ya que no tiene a quien supervisar.</li> </ul>
<b>Por contactos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>El nivel es alto, ya que maneja a todo momento contacto con el usuario durante el servicio.</li> </ul>
<b>Materiales, herramienta y equipo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>El nivel es medio, ya que sus actividades a ejecutar se centran en el manejo de la maquinaria que tiene la ambulancia bajo la asesoría del médico.</li> </ul>
<b>Manejo de valores</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>El nivel es bajo, ya que no tiene ningún tipo de contacto con el dinero de los servicios.</li> </ul>
CONDICIONES DE TRABAJO:	
<b>Medio ambiente</b>	Normal
<b>Riesgos</b>	Este puesto de trabajo tiene riesgos para la salud, ya que está en contacto con diferentes enfermedades y situaciones de infección.



**PARAMÉDICO**




**SECCIÓN**  
Productiva




**SUPERVISA**  
N/A


**ESFUERZO**



**MENTAL**  
Alto



**VISUAL**  
Alto



**FISICO**  
Normal

**Fuente:** Autores de la investigación

**Cuadro 84.** Perfil del cargo conductor

HABILIDAD
<p><b>Educación</b></p> <p>Se requiere que sean bachiller con curso de manejo de ambulancia.</p>
<p><b>Experiencia</b></p> <p>Con experiencia mínima de 1 año.</p>
<p><b>Capacitación</b></p> <p>Un meses</p>
<p><b>Habilidad mental</b></p> <p>El cargo requiere de un esfuerzo mental alto, ya que su labor necesita realizar labores diurnas como nocturnas manejando durante varias horas seguidas, a velocidades considerables, lo cual requiere atención y un grado de razonamiento.</p>
<p><b>Habilidad manual</b></p> <p>El cargo de tendrá un nivel de esfuerzo físico alto, puesto que trabaja en campo y la mayor parte del tiempo sentado.</p>
RESPONSABILIDAD:
<p><b>Supervisión</b></p> <p>El nivel es bajo ya que no tiene a quien supervisar</p>
<p><b>Por contactos</b></p> <p>El nivel es medio, ya que maneja cierto contacto con el usuario o cliente, al momento de la atención de la llamada.</p>
<p><b>Materiales, herramienta y equipo</b></p> <p>El nivel es alto, ya que sus actividades a ejecutar se centran en el manejo y cuidado de la ambulancia.</p>
<p><b>Manejo de valores</b></p> <p>El nivel es bajo, ya que no tiene ningún tipo de contacto con el dinero de los servicios.</p>
CONDICIONES DE TRABAJO:
<p><b>Medio ambiente</b></p> <p>Normal</p>
<p><b>Riesgos</b></p> <p>Este puesto de trabajo tiene riesgos de accidentes o para la salud, fuera de pequeñas lesiones que se pudieran ocasionar en la ambulancia, Los accidentes son altamente probables.</p>



**CONDUCTOR**

---



**SECCIÓN**

Productiva

---



**SUPERVISA**

N/A

---

**ESFUERZO**



**MENTAL**

Alto

---



**VISUAL**

Alto

---



**FISICO**

Normal

**Fuente:** Autores de la investigación

**4.3.3. Asignación salarial:** La empresa ha estipulado una remuneración equitativa y acorde con las funciones y responsabilidades que desempeña cada puesto de trabajo, por lo cual se establecen contratos por nomina a término indefinido con todas las prestaciones sociales más el auxilio de transporte. No obstante, el cargo de asesor contable manejará un contrato por honorarios que no cubre ningún tipo de prestación social.

La estructura salarial la dividimos en la mano de obra directa e indirecta, ya que el porcentaje obtenido en las prestaciones sociales varía por el puntaje otorgado en la A.R.P.

**Cuadro 85.** Prestaciones sociales de M.O.D

Mano de obra directa		
Prestaciones sociales		%
Seguridad Social	Aportes a EPS	0.0%
	Aporte A.F.P	12.00%
	Aporte A.R.P	2.44%
Prestaciones	Cesantías	8.33%
	Intereses de la cesantías	1%
	Vacaciones anual	4.16%
	Prima de servicio	8.33%
Aportes parafiscales	Caja de Compensación familiar	4%
<b>Total liquidar</b>		<b>40.26%</b>

**Fuente:** ACTUALÍCISE. Información laboral 2020. [En línea]. Consultado 7 marzo 2020. Disponible en: <https://actualicese.com/informacion-laboral-2020/>

**Cuadro 86.** Estructura salarial de M.O.D

Mano de obra directa						
Cargo	Tipo de nomina	Salario	Transporte	Prestaciones y Otros	Sueldo Mes	Sueldo Año
				40.26%		
Médico	Nomina	\$ 2,000,000		\$ 805,120	\$ 2,805,120	\$ 33,661,440
Paramédico	Nomina	\$ 950,000	\$ 102,854	\$ 382,432	\$ 1,435,286	\$ 17,223,432
Conductor	Nomina	\$ 877,803	\$ 102,854	\$ 353,368	\$ 1,334,025	\$ 16,008,305
<b>TOTAL</b>					<b>\$ 5,574,431</b>	<b>\$ 66,893,177</b>

**Fuente:** Autores de la investigación

**Cuadro 87.** Prestaciones sociales M.O.I

Mano de obra indirecta		
Prestaciones sociales		%
Seguridad Social	Aportes a EPS	0.0%
	Aporte A.F.P	12.00%
	Aporte A.R.P	0.52%
Prestaciones	Cesantías	8.33%
	Intereses de la cesantías	1%
	Vacaciones anual	4.16%
	Prima de servicio	8.33%
Aportes parafiscales	Caja de Compensación familiar	4%
<b>Total liquidar</b>		<b>38.34%</b>

**Fuente:** ACTUALÍCISE. Información laboral 2020. [En línea]. Consultado 7 marzo 2020. Disponible en: <https://actualicese.com/informacion-laboral-2020/>

**Cuadro 88.** Estructura salarial M.O.I

Mano de obra indirecta						
Cargo	Tipo de nomina	Salario	Transporte	Prestaciones y Otros	Sueldo Mes	Sueldo Año
				38.3%		
Gerente	Nomina	\$ 2,200,000		\$ 843,480	\$ 3,043,480	\$ 36,521,760
Auxiliar administrativo	Nomina	\$ 877,803	\$ 102,854	\$ 336,550	\$ 1,317,207	\$ 15,806,480
Vendedor	Nomina	\$ 920,000	\$ 102,854	\$ 352,728	\$ 1,375,582	\$ 16,506,984
Asesor contable	Prest. servicios	\$ 200,000		\$ 76,680	\$ 276,680	\$ 3,320,160
<b>TOTAL</b>					<b>\$ 6,012,949</b>	<b>\$ 72,155,384</b>

**Fuente:** Autores de la investigación

## 5. ESTUDIO FINANCIERO

### 5.1. INVERSIONES

Para el desarrollo e implementación de la prestación de servicios médicos domiciliarios y traslados en ambulancia para mujeres embarazadas, niños y jóvenes a continuación, el monto requerido de inversión total, basada en los diferentes estudios de mercados, técnico, administrativo, base para el análisis financiero de la empresa UBM AMBULANCIA S.A.S.

**Figura 16.** Inversiones UBM AMBULANCIA S.A.S



**Fuente:** Autores de investigación

**5.1.1. Inversión Fija:** Relaciona todos los activos fijos que requiere la empresa para poder desarrollar sus operaciones, como maquinaria y equipos, muebles y enseres.

**5.1.1.1. Terreno:** En base al estudio de micro localización, se determinó un sitio previo para la instalación de la empresa, en el cual se encuentra disponible un local para tomar en arriendo, con todas las medidas y adecuaciones necesarias que requiere cada área de la oficina.

**5.1.1.2. Construcción:** Para el presente proyecto no se estima ninguna inversión en terrenos

**5.1.1.3. Maquinaria y equipo:** Inversión requerida para los vehículos de emergencia con su respectiva maquinaria y equipos.

**Cuadro 89.** Maquinaria y equipo

<b>Maquinaria y equipos</b>			
<b>Concepto</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Camilla principal con sistema de anclaje	4	\$ 1,500,000	\$ 6,000,000
Silla de ruedas portátil	2	\$ 335,000	\$ 670,000
Monitor de signos vitales (Brazaletes adulto y pediátrico)	2	\$ 1,790,000	\$ 3,580,000
Sistema de oxígeno medicinal	8	\$ 255,000	\$ 2,040,000
Aspirador	2	\$ 368,000	\$ 736,000
Camilla portátil	2	\$ 150,000	\$ 300,000
Bomba de infusión	4	\$ 2,000,000	\$ 8,000,000
Ventilador mecánico	2	\$ 5,700,000	\$ 11,400,000
Glucómetro	2	\$ 71,000	\$ 142,000
Equipo de parto	2	\$ 123,000	\$ 246,000
Incubadora	2	\$ 17,900,000	\$ 35,800,000
Desfibrilador	2	\$ 4,800,000	\$ 9,600,000
Ambulancia Hyundai h1- modelo 2012	2	\$ 45,000,000	\$ 90,000,000
Ambulancia Renault Master - modelo 2015	2	\$ 87,000,000	\$ 174,000,000
Extintores ABC	4	\$ 46,900	\$ 187,600
<b>SUBTOTAL</b>		<b>\$ 167,038,900</b>	<b>\$ 342,701,600</b>

**Fuente:** Autores de la investigación

**5.1.1.4. Muebles y enseres:** Recursos de oficina, indispensables para el funcionamiento de la organización

**Cuadro 90.** Muebles y enseres de oficina

<b>Muebles y enseres</b>			
<b>Concepto</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Escritorio en L (1 cajón)	2	\$ 350,000	\$ 700,000
Escritorio sencillo (2 Cajones)	1	\$ 270,000	\$ 270,000
Silla ergonómica	3	\$ 200,000	\$ 600,000
Silla plástica apilable (Negro)	4	\$ 28,900	\$ 115,600
Archivador metálico de 4 gavetas	1	\$ 731,900	\$ 731,900
Sofá cama amoblado (3 posiciones)	1	\$ 550,000	\$ 550,000
<b>SUBTOTAL</b>		<b>\$ 2,130,800</b>	<b>\$ 2,967,500</b>

**Fuente:** HOMECENTER. Disponible en: [https://www.homecenter.com.co/homecenterco/?kid=bannext3069&gclid=CjwKCAjwq832BRA5EiwACvCWsdOY2qOyem\\_49udrNT49IHgE\\_dlwvnbHwM5wGGBOMtr4MffzA8f87BoCNKkQAvD\\_BwE](https://www.homecenter.com.co/homecenterco/?kid=bannext3069&gclid=CjwKCAjwq832BRA5EiwACvCWsdOY2qOyem_49udrNT49IHgE_dlwvnbHwM5wGGBOMtr4MffzA8f87BoCNKkQAvD_BwE)

**5.1.1.5. Equipo de oficina:** De acuerdo a la importancia de los equipos en la parte administrativa de la empresa, se tendrán en cuenta los siguientes activos:

**Cuadro 91.** Equipos de oficina

<b>Equipos de oficina</b>			
<b>Concepto</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Computador de mesa (Core I3 7ma Gen Con Monitor De 20 Hdmi)	3	\$ 1,300,000	\$ 3,900,000
Impresora Multifuncional (Hp 3775 Oficio Wifi Copia Escáner)	2	\$ 219,000	\$ 438,000
Televisor pantalla plana (Samsung de 43 pulgadas)	1	\$ 1,100,000	\$ 1,100,000
Teléfono Panasonic Kx-ts500	2	\$ 52,000	\$ 191,600
Celular Nokia 105 - Negro	2	\$ 70,000	\$ 279,600
Botiquin	1	\$ 70,000	\$ 199,500
Repisas	2	\$ 125,000	\$ 499,600
Calculadora Financiera Hp 17bii	3	\$ 390,000	\$ 1,169,700
Extintores ABC	1	\$ 80,000	\$ 274,500
<b>SUBTOTAL</b>		<b>\$ 3,406,000</b>	<b>\$ 7,252,000</b>

**Fuente:** ALKOSTO. Disponible en: <https://www.alkosto.com/>

**5.1.1.6. Herramientas médicas:** Material que requieren los doctores para la prestación de los servicios.

**Cuadro 92.** Herramientas médicas

<b>Herramientas médicas</b>			
<b>Concepto</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Tabla espinal corta	4	\$ 120,000	\$ 480,000
Atril de dos ganchos	4	\$ 80,000	\$ 320,000

**Cuadro 92 (Continuación).** Herramientas médicas

Tensiómetro para adultos	2	\$	50,000	\$	100,000
Tensiómetro pediátrico	2	\$	40,000	\$	80,000
Fonendoscopio	4	\$	220,000	\$	880,000
Pulsoxímetro	4	\$	60,000	\$	240,000
Pinzas de Maguill	2	\$	40,000	\$	80,000
Tijeras de material o cortatodo	4	\$	20,000	\$	80,000
Termómetro	4	\$	1,500	\$	6,000
Perilla de succión	4	\$	135,000	\$	540,000
Rifonera	4	\$	25,000	\$	100,000
Pato	4	\$	27,000	\$	108,000
Pisingo	4	\$	52,000	\$	208,000
Linterna	4	\$	33,000	\$	132,000
Manta térmica aluminizada	4	\$	11,000	\$	44,000
Inmovilizadores cervicales y laterales	4	\$	45,000	\$	180,000
Botiquín	4	\$	50,000	\$	200,000
Container x 1,5 L	4	\$	5,000	\$	20,000
Avantel Motorola 335	4	\$	50,000	\$	200,000
Contenedores para la clasificación y segregación de los residuos generados	16	\$	12,000	\$	192,000
<b>SUBTOTAL</b>		<b>\$</b>	<b>1,076,500</b>	<b>\$</b>	<b>4,190,000</b>

**Fuente:** PROMEFAR DISTRIBUCIONES. [En línea]. Consultado 7 de marzo 2020.  
 Disponible en: <https://promefardistribuciones.com/>

**5.1.1.7. Total de inversión fija:** A continuación, se relaciona el total de la inversión fija necesaria para el proyecto de servicios médicos domiciliarios y traslados en ambulancia.

**Cuadro 93.** Total de inversión fija

Inversión Fija	
Activo	Valor Total
Maquinaria y equipos	\$ 342,701,600
Herramientas médicas	\$ 4,190,000
Muebles y enseres	\$ 2,967,500
Equipos de oficina	\$ 7,252,000
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 357,111,100</b>

**Fuente:** De acuerdo a la información cuadro 90, 91, 92 y 93

**5.1.2. Inversión diferida:** Son los costos que se realizan en el periodo previo al inicio de las operaciones de la empresa y corresponden básicamente a la adquisición de los servicios o derechos necesarios para la puesta en marcha.

**Cuadro 94.** Inversión diferida

Inversión diferida			
Descripción	Tiempo Establecido	Valor total	Valor diferido por año
Estudio de factibilidad	12 meses	\$ 2,015,000	\$ 167,917
Inscripción cámara de comercio	5 meses	\$ 280,000	\$ 56,000
Gastos de constitución	5 meses	\$ 1,200,000	\$ 240,000
Publicidad y lanzamiento	9 meses	\$ 2,633,000	\$ 292,556
Adecuaciones locativas	5 meses	\$ 3,000,000	\$ 600,000
Papelería	5 meses	\$ 2,801,000	\$ 560,200
<b>Total</b>		<b>\$ 11,929,000</b>	<b>\$ 1,916,672</b>

**Fuente:** Autores de la investigación

**5.1.3. Inversión de capital de trabajo:** Son aquellos recursos que requiere la empresa para poder operar. En este sentido el capital de trabajo es lo que comúnmente conocemos como activo corriente. La empresa para iniciar requiere determinar la inversión total del capital de trabajo, el cual se deriva de los costos de producción (M.O.D., Insumos directos y CIF), gastos de administración y ventas, y gastos financieros que estarán dados en mes laboral.

**5.1.3.1. Costos de producción:** Estos representan los desembolsos en efectivo que la empresa realizará en el área operativa para atender las necesidades y obligaciones de su objeto social según el presente proyecto que este guiado para un mes de trabajo.

**5.1.3.1.1. Insumos directos:** La empresa manejará los siguientes insumos directos para la atención y el traslado de los pacientes.

**Cuadro 95.** Insumos directos

Insumos directos					
Concepto	Unidad	Cantidad	Valor unidad	Costo mensual	Costo anual
Tapabocas desechable x 50 und.	Caja	160	\$ 10,500	\$ 1,680,000	\$ 20,160,000
Guantes limpios x 100 und.	Caja	160	\$ 12,000	\$ 1,920,000	\$ 23,040,000
<b>SUBTOTAL</b>				<b>\$ 3,600,000</b>	<b>\$ 43,200,000</b>

**Fuente:** Autores de la investigación

**5.1.3.1.2. Mano obra directa:** Se encuentra conformada por la tripulación de la ambulancia, pues son quienes estarán en contacto con el cliente, en el cual estará el medico quien será el encargado de la atención del usuario, el paramédico quien estará de apoyo médico para el cliente, y por último es conductor quien también será apoyo médico durante el servicio.

En el cuadro 86 se puede observar el cálculo del porcentaje prestaciones sociales para mano de obra directa, en el cual se requiere para los siguiente calculo.

**Cuadro 96.** Mano de obra directa

Mano de obra directa							
Cargo	Tipo de nomina	Cant	Salario	Transporte	Prestaciones y Otros 40.26%	Sueldo Mes	Sueldo Año
Médico	Nomina	6	\$ 2,000,000		\$ 805,120	\$ 16,830,720	\$ 201,968,640
Paramédico	Nomina	14	\$ 877,803	\$ 102,854	\$ 353,368	\$ 18,676,355	\$ 224,116,263
Conductor	Nomina	14	\$ 877,803	\$ 102,854	\$ 353,368	\$ 18,676,355	\$ 224,116,263
<b>TOTAL</b>						<b>\$ 54,183,431</b>	<b>\$650,201,166</b>

**Fuente:** Autores de la investigación

**5.1.3.1.3. Costos indirecto fabricación:** Para el costo indirecto de fabricación se considera la depreciación de la parte de producción, mano de obra indirecta, insumos indirectos y otros CIF.

- **Mano de obra indirecta (M.O.I):** Hace parte de la mano de obra indirecta los cargos administrativos referentes al gerente, auxiliar administrativo, vendedor y contador, con sus correspondientes salarios y prestaciones sociales.

En el cuadro 88 se puede observar el cálculo del porcentaje prestaciones sociales para mano de obra indirecta, en el cual se requiere para los siguiente calculo.

**Cuadro 97.** Mano de obra indirecta

Mano de obra indirecta							
Cargo	Tipo de nomina	Cant	Salario	Transporte	Prestaciones y Otros 38.34%	Sueldo Mes	Sueldo Año
Gerente	Nomina	1	\$ 2,200,000		\$ 843,480	\$ 3,043,480	\$ 36,521,760
Auxiliar administrativo	Nomina	1	\$ 877,803	\$ 102,854	\$ 336,550	\$ 1,317,207	\$ 15,806,480
Vendedor	Nomina	1	\$ 877,803	\$ 102,854	\$ 336,550	\$ 1,317,207	\$ 15,806,480
Asesor contable	Prest. servicios	1	\$ 200,000		\$ -	\$ 200,000	\$ 2,400,000
<b>TOTAL</b>						<b>\$ 5,877,893</b>	<b>\$ 70,534,720</b>

**Fuente:** Autores de la investigación

- **Depreciación del área de producción:** Se deprecia los bienes del área de producción, teniendo en cuenta la vida útil de cada uno de ellos.

**Cuadro 98.** Depreciación de los activos fijos

Depreciación costos indirectos de fabricación				
Activos fijos	Vida útil	Valor de la compra	Depreciación anual	Depreciación mensual
Maquinaria y equipos	7	\$ 342,701,600	\$ 48,957,371	\$ 4,079,781
Herramientas médicas	5	\$ 4,190,000	\$ 838,000	\$ 69,833
<b>Total</b>		<b>\$ 346,891,600</b>	<b>\$ 49,795,371</b>	<b>\$ 4,149,614</b>

**Fuente:** Autores de la investigación

- **Otros CIF.** Se consideran otros costos indirectos de fabricación a los servicios públicos, el mantenimiento de los equipos de las ambulancias, seguros, arrendamiento, entre otros materiales indispensables para el desarrollo de los servicios.

**Cuadro 99.** Otros CIF

Otros costos indirectos de fabricación [CIF]				
Concepto	Proporción	Valor mensual	Valor proporción	Valor anual
Arrendamiento	60%	\$ 2,000,000	\$ 1,200,000	\$ 14,400,000
Agua	20%	\$ 280,000	\$ 56,000	\$ 672,000
Mantenimiento de maquinaria y equipos de las ambulancias	2%	\$ 28,558,467	\$ 571,169	\$ 6,854,032
Luz	20%	\$ 350,000	\$ 70,000	\$ 840,000
SOAT. Técnico mecánica e impuestos	100%	\$ 2,864,600	\$ 238,717	\$ 2,864,600
Celular	50%	\$ 330,000	\$ 165,000	\$ 1,980,000
Gasolina	100%	\$ 3,600,000	\$ 3,600,000	\$ 43,200,000
<b>Total</b>		<b>\$ 37,983,067</b>	<b>\$ 5,900,886</b>	<b>\$ 70,810,632</b>

**Fuente:** Autores de la investigación

- **Insumos indirectos.** Hace referencia a los insumos con los que contará cada ambulancia (Torundas, toallas de papel, guantes estériles, etc.) y botiquín de primeros auxilios, más los medicamentos que se proveen utilizar en los servicios.

**Cuadro 100. Insumos indirectos**

Insumos indirectos						
Concepto	Und	Cantidad mes	Valor Unitario	Costo mensual	Costo anual	
Toallas de papel (Paquete de 100 und)	Paq	3	\$ 10,000	\$ 30,000	\$ 360,000	
Guantes estériles (Caja 50 und)	Caja	5	\$ 23,700	\$ 118,500	\$ 1,422,000	
Tapabocas N95 (Paquete x 20 und)	Paq	3	\$ 70,000	\$ 210,000	\$ 2,520,000	
Dextrosa al 5% x 250cc (Caja 56 und)	Caja	2	\$ 180,000	\$ 360,000	\$ 4,320,000	
Bolsas verdes (Paquete x 12 und)	Paq	10	\$ 24,800	\$ 248,000	\$ 2,976,000	
Bolsas rojas (Paquete x 12 und)	Paq	10	\$ 34,900	\$ 349,000	\$ 4,188,000	
Solución salina al 0.9% x 250 cc (Caja x 50 und)	Caja	2	\$ 149,700	\$ 299,400	\$ 3,592,800	
Micropore	Paq	5	\$ 3,000	\$ 15,000	\$ 180,000	
Esparadrapo	Rollo	5	\$ 8,000	\$ 40,000	\$ 480,000	
Catéter periférico No. 18 (Caja x 50 und)	Caja	2	\$ 146,200	\$ 292,400	\$ 3,508,800	
Catéter periférico No. 20 (Caja x 50 und)	Caja	2	\$ 135,500	\$ 271,000	\$ 3,252,000	
Jeringas 5 cc (Caja x 80 und)	Caja	2	\$ 24,000	\$ 48,000	\$ 576,000	
Jeringas 10 cc (Caja x 80 und)	Caja	2	\$ 33,000	\$ 66,000	\$ 792,000	
Torundas x 100gr	Paq	5	\$ 13,000	\$ 65,000	\$ 780,000	
Lactato de ringer x 500cc (Caja x 50 und)	Caja	2	\$ 150,000	\$ 300,000	\$ 3,600,000	
Gasas limpias (Caja de 200 und)	Caja	2	\$ 12,500	\$ 25,000	\$ 300,000	
Gasas estériles (Paquete de 100 unidades)	Paq	2	\$ 35,000	\$ 70,000	\$ 840,000	
Bajalenguas (Paquete x 100 und)	Paq	2	\$ 8,700	\$ 17,400	\$ 208,800	
Alcohol JGB x galón	Galón	2	\$ 16,500	\$ 33,000	\$ 396,000	
Aseptigel x 1L (Cajas x 50 und)	Caja	1	\$ 620,000	\$ 620,000	\$ 7,440,000	
Curita Adhesiva Redonda Impermeable Coverlast (Caja x 100 und)	Caja	2	\$ 81,000	\$ 162,000	\$ 1,944,000	
Vendas de gasa elástica (Paquete x 12 rollos)	Paq	2	\$ 40,000	\$ 80,000	\$ 960,000	
Apósitos (Caja x 24 und)	Caja	20	\$ 44,000	\$ 880,000	\$ 10,560,000	
Equipo de macrogoteo (Caja x 50 und)	Caja	2	\$ 65,000	\$ 130,000	\$ 1,560,000	
Equipo de microgoteo (Caja x 50 und)	Caja	2	\$ 95,000	\$ 190,000	\$ 2,280,000	
Guardian x 1.5 L	LT	4	\$ 5,000	\$ 20,000	\$ 240,000	
Cánula nasal de oxígeno 2 MTS (Caja x 55 und)	Caja	3	\$ 70,000	\$ 210,000	\$ 2,520,000	
Sábanas desechables (Paquete x 50 und)	Paq	4	\$ 61,000	\$ 244,000	\$ 2,928,000	

### Cuadro 100 (continuación). Insumos indirectos

MEDICAMENTOS	Acetaminofen 500 mg (Caja x 100 tabletas)	Caja	2	\$ 13,000	\$ 26,000	\$ 312,000
	Ibuprofeno (Caja x 100 tabletas)	Caja	2	\$ 14,700	\$ 29,400	\$ 352,800
	Diclofenaco (Caja x 20 tabletas)	Caja	5	\$ 2,240	\$ 11,200	\$ 134,400
	Naproxeno 500 mg (Caja x 10 tabletas)	Caja	7	\$ 6,650	\$ 46,550	\$ 558,600
	Sulfato Ferroso 300 mg (Caja x 250 tabletas)	Caja	1	\$ 14,500	\$ 14,500	\$ 174,000
	Piroxicam 20 mg (Caja x 10 cápsulas)	Caja	7	\$ 3,100	\$ 21,700	\$ 260,400
	Ácido acetilsalicílico 100 mg (Caja x 100 tabletas)	Caja	2	\$ 22,860	\$ 45,720	\$ 548,640
	Dexametasona 4 mg (Caja x 10 ampollas)	Caja	7	\$ 20,650	\$ 144,550	\$ 1,734,600
	Amoxicilina 500 mg (Caja x 100 cápsulas)	Caja	2	\$ 23,805	\$ 47,610	\$ 571,320
	Losartán 100 mg (Caja x 15 tabletas)	Caja	7	\$ 21,650	\$ 151,550	\$ 1,818,600
	metronidazol 500 mg (Caja x 100 tabletas)	Caja	2	\$ 15,600	\$ 31,200	\$ 374,400
	betametasona 8 mg (Caja x 1 ampolla)	Caja	20	\$ 3,600	\$ 72,000	\$ 864,000
<b>TOTAL</b>					<b>\$ 6,035,680</b>	<b>\$ 72,428,160</b>

Fuente: Autores de la investigación

- **Total CIF.** Es la suma otorgada por el valor anual y mensual de la M.O.I, insumos indirectos y depreciación.

### Cuadro 101. Total CIF

Costos indirectos de fabricación (CIF)		
Concepto	Valor mensual	Valor anual
M.O.I	\$ 5,877,893	\$ 70,534,720
Depreciación	\$ 4,149,614	\$ 49,795,371
Otros CIF	\$ 5,900,886	\$ 70,810,632
Insumos indirectos	\$ 6,035,680	\$ 72,428,160
<b>Total</b>	<b>\$ 21,964,074</b>	<b>\$ 263,568,884</b>

Fuente: Autores de la investigación

**5.1.3.1.4. Total costos de producción y/o del servicio:** Es la suma del valor total de la mano de obra directa, insumos directos y CIF.

**Cuadro 102.** Total de costos de producción

Costos de producción		
Concepto	Valor mensual	Valor anual
Insumos directos	\$ 3,600,000	\$ 43,200,000
M.O.D	\$ 54,183,431	\$ 650,201,166
CIF	\$ 21,964,074	\$ 263,568,884
<b>Total</b>	<b>\$ 79,747,504</b>	<b>\$ 956,970,050</b>

**Fuente:** Autores de la investigación

**5.1.3.2. Gastos de administración y ventas:** Se desglosa la nómina administrativa, la depreciación de la oficina, los gastos generales administrativos, financieros y dotación para los 45 trabajadores directos que tiene la empresa, la cual está conformada por un uniforme anti fluidos con elementos de protección personal (guantes, tapabocas y gafas) con un costo por dotación de \$ 100.000 y dado cada tres meses a los empleados.

**Cuadro 103.** Gastos de administración y ventas

Gastos de administración y ventas				
Detalle	Proporción	Valor mensual	Valor proporción	Valor anual
Gerente	100%	\$ 3,043,480	\$ 3,043,480	\$ 36,521,760
Auxiliar administrativo	100%	\$ 1,317,207	\$ 1,317,207	\$ 15,806,480
Vendedor	100%	\$ 1,317,207	\$ 1,317,207	\$ 15,806,480
Auxiliar contable (honorarios)	100%	\$ 200,000	\$ 200,000	\$ 2,400,000

**Cuadro 103 (continuación).** Gastos de administración y ventas

Útiles Aseo Oficina	100%	\$ 394,900	\$ 394,900	\$ 4,738,800
Teléfono fijo	100%	\$ 370,000	\$ 370,000	\$ 4,440,000
Arriendo	40%	\$ 2,000,000	\$ 800,000	\$ 9,600,000
Celular	50%	\$ 330,000	\$ 165,000	\$ 1,980,000
Papelería Oficina	100%	\$ 747,700	\$ 747,700	\$ 8,972,400
Publicidad Operación	100%	\$ 532,000	\$ 532,000	\$ 6,384,000
Luz	80%	\$ 350,000	\$ 280,000	\$ 3,360,000
Agua	80%	\$ 280,000	\$ 224,000	\$ 2,688,000
Dotación cada 4 meses	100%	\$ 1,125,000	\$ 1,125,000	\$ 3,375,000
Elementos de Cafetería	100%	\$ 130,000	\$ 130,000	\$ 1,560,000
Mantenimiento equipos de Oficina	100%	\$ 45,000	\$ 45,000	\$ 540,000
<b>Total</b>		<b>\$ 12,182,493</b>	<b>\$ 10,691,493</b>	<b>\$ 118,172,920</b>

**Fuente:** Autores de la investigación

#### 5.1.3.2.1. Depreciación de la oficina

**Cuadro 104.** Depreciación de la oficina

Depreciación de oficina				
Activos fijos	Vida útil	Valor de la compra anual	Depreciación anual	Depreciación mensual
Muebles y enseres	10	\$ 2,967,500	\$ 296,750	\$ 24,729
Equipos de oficina	5	\$ 7,252,000	\$ 1,450,400	\$ 120,867
<b>Total</b>		<b>\$ 10,219,500</b>	<b>\$ 1,747,150</b>	<b>\$ 145,596</b>

**Fuente:** Autores de la investigación

### 5.1.3.2.2. Total gastos de administración y ventas

**Cuadro 105.** Total gastos de administración y ventas

<b>Gastos generales</b>		
<b>Concepto</b>	<b>Valor mensual</b>	<b>Valor anual</b>
Gastos de administración y ventas	\$ 8,766,493	\$ 105,197,920
Depreciación	\$ 145,596	\$ 1,747,150
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 8,912,089</b>	<b>\$ 106,945,070</b>

**Fuente:** Autores de la investigación

**5.1.3.3. Gastos Financieros:** Para el presente proyecto se tiene en cuenta los gastos financieros representados en un crédito bancario otorgado por la empresa Bancolombia, por la suma de \$ 850.000.000, a un plazo de 5 años y con intereses del 2,14%.

**Cuadro 106.** Financiación del crédito

<b>Datos generales del crédito</b>	
Banco	Bancolombia
Monto a Financiar	\$ 850,000,000
Tasa interés [mensual]	2.14%
Plazo	5 años
Cuota mensual	\$ 25,288,620
Cuota Anual	\$ 303,463,438

**Fuente:** Autores de la investigación

**Cuadro 107.** Amortización del crédito

Amortización del crédito				
Meses	Saldo	Abono capital	Intereses	Cuota
0	\$ 850,000,000	0	0	0
1	\$ 842,901,380	\$ 7,098,620	\$ 18,190,000	\$ 25,288,620
2	\$ 835,650,850	\$ 7,250,530	\$ 18,038,090	\$ 25,288,620
3	\$ 828,245,158	\$ 7,405,692	\$ 17,882,928	\$ 25,288,620
4	\$ 820,680,985	\$ 7,564,173	\$ 17,724,446	\$ 25,288,620
5	\$ 812,954,938	\$ 7,726,047	\$ 17,562,573	\$ 25,288,620
6	\$ 805,063,554	\$ 7,891,384	\$ 17,397,236	\$ 25,288,620
7	\$ 797,003,294	\$ 8,060,260	\$ 17,228,360	\$ 25,288,620
8	\$ 788,770,545	\$ 8,232,749	\$ 17,055,870	\$ 25,288,620
9	\$ 780,361,615	\$ 8,408,930	\$ 16,879,690	\$ 25,288,620
10	\$ 771,772,734	\$ 8,588,881	\$ 16,699,739	\$ 25,288,620
11	\$ 763,000,050	\$ 8,772,683	\$ 16,515,937	\$ 25,288,620
<b>12</b>	<b>\$ 754,039,632</b>	<b>\$ 8,960,419</b>	<b>\$ 16,328,201</b>	<b>\$ 25,288,620</b>
13	\$ 744,887,460	\$ 9,152,172	\$ 16,136,448	\$ 25,288,620
14	\$ 735,539,432	\$ 9,348,028	\$ 15,940,592	\$ 25,288,620
15	\$ 725,991,356	\$ 9,548,076	\$ 15,740,544	\$ 25,288,620
16	\$ 716,238,951	\$ 9,752,405	\$ 15,536,215	\$ 25,288,620
17	\$ 706,277,845	\$ 9,961,106	\$ 15,327,514	\$ 25,288,620
18	\$ 696,103,571	\$ 10,174,274	\$ 15,114,346	\$ 25,288,620
19	\$ 685,711,568	\$ 10,392,003	\$ 14,896,616	\$ 25,288,620
20	\$ 675,097,175	\$ 10,614,392	\$ 14,674,228	\$ 25,288,620
21	\$ 664,255,635	\$ 10,841,540	\$ 14,447,080	\$ 25,288,620
22	\$ 653,182,086	\$ 11,073,549	\$ 14,215,071	\$ 25,288,620
23	\$ 641,871,563	\$ 11,310,523	\$ 13,978,097	\$ 25,288,620
<b>24</b>	<b>\$ 630,318,994</b>	<b>\$ 11,552,568</b>	<b>\$ 13,736,051</b>	<b>\$ 25,288,620</b>
25	\$ 618,519,201	\$ 11,799,793	\$ 13,488,826	\$ 25,288,620
26	\$ 606,466,892	\$ 12,052,309	\$ 13,236,311	\$ 25,288,620
27	\$ 594,156,664	\$ 12,310,228	\$ 12,978,391	\$ 25,288,620
28	\$ 581,582,997	\$ 12,573,667	\$ 12,714,953	\$ 25,288,620
29	\$ 568,740,253	\$ 12,842,744	\$ 12,445,876	\$ 25,288,620
30	\$ 555,622,675	\$ 13,117,578	\$ 12,171,041	\$ 25,288,620
31	\$ 318,955,518	\$ 7,881,350	\$ 6,994,309	\$ 14,875,659

**Cuadro 107 (continuación).** Amortización del crédito

32	\$	310,905,507	\$	8,050,011	\$	6,825,648	\$	14,875,659
33	\$	302,683,226	\$	8,222,281	\$	6,653,378	\$	14,875,659
34	\$	294,284,989	\$	8,398,238	\$	6,477,421	\$	14,875,659
35	\$	285,707,029	\$	8,577,960	\$	6,297,699	\$	14,875,659
<b>36</b>	<b>\$</b>	<b>276,945,500</b>	<b>\$</b>	<b>8,761,528</b>	<b>\$</b>	<b>6,114,130</b>	<b>\$</b>	<b>14,875,659</b>
37	\$	267,996,475	\$	8,949,025	\$	5,926,634	\$	14,875,659
38	\$	258,855,941	\$	9,140,534	\$	5,735,125	\$	14,875,659
39	\$	249,519,800	\$	9,336,142	\$	5,539,517	\$	14,875,659
40	\$	239,983,865	\$	9,535,935	\$	5,339,724	\$	14,875,659
41	\$	230,243,861	\$	9,740,004	\$	5,135,655	\$	14,875,659
42	\$	220,295,421	\$	9,948,440	\$	4,927,219	\$	14,875,659
43	\$	210,134,084	\$	10,161,337	\$	4,714,322	\$	14,875,659
44	\$	199,755,295	\$	10,378,789	\$	4,496,869	\$	14,875,659
45	\$	189,154,399	\$	10,600,895	\$	4,274,763	\$	14,875,659
46	\$	178,326,645	\$	10,827,755	\$	4,047,904	\$	14,875,659
47	\$	167,267,176	\$	11,059,469	\$	3,816,190	\$	14,875,659
<b>48</b>	<b>\$</b>	<b>155,971,035</b>	<b>\$</b>	<b>11,296,141</b>	<b>\$</b>	<b>3,579,518</b>	<b>\$</b>	<b>14,875,659</b>
49	\$	144,433,156	\$	11,537,879	\$	3,337,780	\$	14,875,659
50	\$	132,648,367	\$	11,784,789	\$	3,090,870	\$	14,875,659
51	\$	120,611,384	\$	12,036,984	\$	2,838,675	\$	14,875,659
52	\$	108,316,808	\$	12,294,575	\$	2,581,084	\$	14,875,659
53	\$	95,759,129	\$	12,557,679	\$	2,317,980	\$	14,875,659
54	\$	82,932,716	\$	12,826,413	\$	2,049,245	\$	14,875,659
55	\$	69,831,818	\$	13,100,899	\$	1,774,760	\$	14,875,659
56	\$	56,450,560	\$	13,381,258	\$	1,494,401	\$	14,875,659
57	\$	42,782,943	\$	13,667,617	\$	1,208,042	\$	14,875,659
58	\$	28,822,839	\$	13,960,104	\$	915,555	\$	14,875,659
59	\$	14,563,989	\$	14,258,850	\$	616,809	\$	14,875,659
<b>60</b>		<b>0</b>	<b>\$</b>	<b>14,563,989</b>	<b>\$</b>	<b>311,669</b>	<b>\$</b>	<b>14,875,659</b>
<b>Total</b>			<b>\$</b>	<b>621,214,193</b>	<b>\$</b>	<b>583,714,162</b>	<b>\$</b>	<b>1,204,928,355</b>

Fuente: Autores de la investigación

**5.1.3.4. Total Capital de trabajo:** El capital de trabajo corresponde a la inversión que se necesita para cubrir el primer mes de actividades de la empresa.

**Cuadro 108.** Total inversión capital de trabajo

<b>Capital de trabajo</b>	
<b>Concepto</b>	<b>Costo mensual</b>
Costo de producción	\$ 79,747,504
Administración y ventas	\$ 4,813,600
Gastos financieros	\$ 18,190,000
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 102,751,104</b>

**Fuente:** Autores de la investigación

**5.1.4. Inversión total:** Hace referencia a las inversiones fijas, diferidas y del capital de trabajo, requeridas para el proyecto.

**Cuadro 109.** Inversión total

<b>Total de Inversión</b>			
<b>Concepto</b>	<b>Costo mensual</b>	<b>Costo anual</b>	<b>%</b>
Inversión fija	\$ 29,759,258	\$ 357,111,100	22.7%
Inversión diferida	\$ 159,723	\$ 1,916,672	0.12%
Capital de trabajo	\$ 101,009,277	\$ 1,212,111,319	77.1%
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 130,928,258</b>	<b>\$ 1,571,139,091</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Autores de la investigación

**5.1.5. Fuentes de financiación:** U.B.M. AMBULANCIAS IPS S.A.S. cuenta con los siguientes recursos para iniciar el proyecto.

- **Recurso propio:** Para el inicio del proyecto se cuenta con un recurso por un valor \$ 730,425,391, que corresponden al 46% de la inversión total.
- **Recurso Crédito:** Para obtener el restante de la inversión \$ 850.000.000, el cual corresponde al 54%, se va a recurrir a un crédito bancario de libre inversión con una tasa de 2.14%, a un plazo de 60 meses y por cuotas fijas de \$ 25.288.619 mensuales.

**Cuadro 110.** Fuentes de financiación

Fuente de financiación		
Concepto	Costo anual	%
Recurso propio	\$ 721,139,091	46%
Recurso crédito	\$ 850,000,000	54%
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1,571,139,091</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Autores de la investigación

## 5.2. COSTOS Y GASTOS

**5.2.1. Costos y gastos fijos:** Son todos los costos que la empresa tiene que pagar independientemente si realiza servicios o no, donde deben cumplir mes a mes con estos valores para que siga en funcionamiento en la prestación de servicios.

**Cuadro 111. Costos fijos**

<b>Costos Fijos</b>		
<b>Descripción</b>	<b>Valor / Mes</b>	<b>Valor / Año</b>
Total de sueldos empresa	\$ 60,061,324	\$ 720,735,886
Depreciación	\$ 4,149,614	\$ 49,795,371
Amortización diferida	\$ 159,723	\$ 1,916,672
Seguros maquinaria y equipos de producción	\$ 238,717	\$ 2,864,600
Dotación	\$ 1,125,000	\$ 3,375,000
Arriendo	\$ 2,000,000	\$ 24,000,000
<b>Total</b>	<b>\$ 67,734,377</b>	<b>\$ 802,687,530</b>

**Fuente:** Autores de la investigación

**5.2.2. Costos y gastos variables:** Estos costos serán diferentes en cada ciclo que la empresa presenta, ya que estos variaran según la cantidad de servicios que se presten a lo largo del mes, los cuales pueden aumentar o disminuir según sea el caso.

**Cuadro 112. Costos variables**

<b>Costos Variables</b>		
<b>Descripción</b>	<b>Valor / Mes</b>	<b>Valor / Año</b>
Materia Prima	\$ -	\$ -
Insumos	\$ 3,600,000	\$ 43,200,000
Mantenimiento Maquinaria y equipos	\$ 571,169	\$ 6,854,032
Gastos de Administración y ventas	\$ 8,766,493	\$ 105,197,920
<b>Total</b>	<b>\$ 12,937,663</b>	<b>\$ 155,251,952</b>

**Fuente:** Autores de la investigación

**5.2.3. Costo y gasto total:** Este es el costo que tiene la prestación del servicio para el primer año de funcionamiento, el cual está calculado para 5.840 servicios de traslados en ambulancia y de 4.380 servicios de atención medica domiciliaria que la empresa va a prestar.

**Cuadro 113.** Costos unitarios para traslados en ambulancia

<b>Costos unitarios traslado de ambulancia</b>			
<b>Detalle</b>	<b>Costo Total</b>	<b>% de partic.</b>	<b>Costo unidad</b>
Total costos Fijos	\$ 280,940,635	84%	\$ 40,089
Total de costos variables	\$ 54,338,183	16%	\$ 7,754
<b>Total</b>	<b>\$ 335,278,819</b>	<b>100%</b>	<b>\$ 47,842</b>

**Fuente:** Autores de la investigación

**Cuadro 114.** Costo unitario para atención medica domiciliaria

<b>Costos unitarios atención medica domiciliaria</b>			
<b>Detalle</b>	<b>Costo Total</b>	<b>% de partic.</b>	<b>Costo unidad</b>
Total costos Fijos	\$ 521,746,894	84%	\$ 99,267
Total de costos variables	\$ 100,913,769	16%	\$ 19,200
<b>Total</b>	<b>\$ 622,660,663</b>	<b>100%</b>	<b>\$ 118,467</b>

**Fuente:** Autores de la investigación

### **5.3. PRECIO DE VENTA**

El precio de venta fue definido, de acuerdo con los costos de prestación de un servicio, determinado por los costos variables y fijos que presenta la empresa de forma que se tenga una ganancia o rentabilidad esperada, donde se definió que se obtendría una ganancia del 60% en el traslado en ambulancia y del 30% en la

atención medica domiciliaria los cuales se calcula teniendo en cuenta la formula a continuación.

**Ecuación 2.** Precio de venta

$$\text{Precio de venta} = \frac{\text{Costo unitario}}{1 - \text{Margen de utilidad}}$$

**Fuente:** <https://www.gerencie.com/determinando-el-precio-de-venta-con-base-al-costo.html>

**5.3.1. Traslado en ambulancia**

**Cuadro 115.** Precio de venta del servicio de traslado en ambulancia

<b>Precio Venta traslado de ambulancia</b>			
<b>Costo unidad</b>	<b>% Ganancia</b>	<b>Ganancia</b>	<b>Precio venta</b>
\$ 47,842	60%	\$ 28,705	\$ 119,606

**Fuente:** Autores de la investigación

**5.3.2. Atención médica domiciliaria**

**Cuadro 116.** Precio de venta del servicio de atención medica domiciliaria

<b>Precio de venta atención médica domiciliaria</b>			
<b>Costo unidad</b>	<b>% Ganancia</b>	<b>Ganancia</b>	<b>Precio venta</b>
\$ 118,467	30%	\$ 35,540	\$ 169,238

**Fuente:** Autores de la investigación

## 5.4. PROYECCIONES FINANCIERAS

**5.4.1. INGRESOS:** Para U.B.M AMBULANCIAS S.A.S. se presentan los ingresos para los 5 años siguientes, correspondientes para el traslado en ambulancia y para la atención medica domiciliaria teniendo en cuenta la capacidad utilizada proyectada para estos años.

### 5.4.1.1. Traslado en ambulancia

**Cuadro 117.** Proyección de ingresos por traslados en ambulancia

Ingresos servicios de traslado ambulancia					
Ingresos	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Unidades ventas	7008	8176	9344	10512	11680
<b>Total ingresos</b>	<b>\$ 838,197,047</b>	<b>\$ 977,896,555</b>	<b>\$ 1,117,596,062</b>	<b>\$ 1,257,295,570</b>	<b>\$ 1,396,995,078</b>

**Fuente:** Autores de la investigación

### 5.4.1.2. Atención médica domiciliaria

**Cuadro 118.** Proyección de ingresos por atención médica domiciliaria

Ingresos servicios de traslado ambulancia					
Ingresos	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Unidades ventas	5256	6132	7008	7884	8760
<b>Total ingresos</b>	<b>\$ 889,515,233</b>	<b>\$ 1,037,767,772</b>	<b>\$ 1,186,020,311</b>	<b>\$ 1,334,272,850</b>	<b>\$ 1,482,525,389</b>

**Fuente:** Autores de la investigación

**5.4.2. EGRESOS:** Para la empresa se presentan los egresos a 5 años, correspondientes a costos de prestación del servicio, los gastos administrativos y de ventas y los gastos financieros. Teniendo en cuenta que los datos suministrados se trabajaron de manera constante y que solo varían con el tiempo las que tienen incidencia con los servicios que se prestan.

**Cuadro 119.** Proyección de Egresos

Presupuesto					
Egresos	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Materia prima	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Mano de obra directa	\$ 650,201,166	\$ 653,452,172	\$ 656,719,433	\$ 660,003,030	\$ 663,303,045
CIF	\$ 263,568,884	\$ 264,886,728	\$ 266,211,162	\$ 267,542,217	\$ 268,879,928
Insumos directos	\$ 43,200,000	\$ 43,416,000	\$ 43,633,080	\$ 43,851,245	\$ 44,070,502
Gastos de administración y ventas	\$ 118,172,920	\$ 118,763,785	\$ 119,357,604	\$ 119,954,392	\$ 120,554,164
Obligación financiera	\$ 303,463,438	\$ 304,980,755	\$ 306,505,659	\$ 308,038,187	\$ 309,578,378
Impuestos	\$ 146,871,860	\$ 249,282,938	\$ 354,335,290	\$ 462,795,527	\$ 575,652,049
<b>Total ingresos</b>	<b>\$ 1,525,478,267</b>	<b>\$ 1,634,782,377</b>	<b>\$ 1,746,762,226</b>	<b>\$ 1,862,184,599</b>	<b>\$ 1,982,038,066</b>

**Fuente:** Autores de la investigación

## 5.5. ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS A 5 AÑOS

**5.5.1. Estado de Resultados Proyectados a 5 años:** U.B.M AMBULANCIAS S.A.S. ha definido de acuerdo con las estructuras de costos, precio de ventas, egresos e ingresos, el estado de resultado de la empresa para la proyección de años, el cual para los gastos administrativos de ventas proyectados se espera un crecimiento del 0.5% ya que es una variable que depende de los servicios que

preste la empresa, a continuación, se presenta el estado de resultados de la empresa:

**Cuadro 120.** Estado de resultados proyectado

Estado de resultados					
Detalle	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	\$ 1,727,712,280	\$ 2,015,664,327	\$ 2,303,616,373	\$ 2,591,568,420	\$ 2,879,520,467
(-) costo de producción	\$ 956,970,050	\$ 961,754,900	\$ 966,563,674	\$ 971,396,493	\$ 976,253,475
Utilidad bruta	\$ 770,742,230	\$ 1,053,909,427	\$ 1,337,052,699	\$ 1,620,171,927	\$ 1,903,266,992
(-) Gastos de administración y ventas	\$ 118,172,920	\$ 118,763,785	\$ 119,357,604	\$ 119,954,392	\$ 120,554,164
Utilidad operacional	\$ 652,569,310	\$ 935,145,642	\$ 1,217,695,095	\$ 1,500,217,536	\$ 1,782,712,828
(-) Gastos financieros	\$ 207,503,069	\$ 179,742,800	\$ 143,951,794	\$ 97,806,846	\$ 38,312,678
Utilidad antes de impuesto	\$ 445,066,241	\$ 755,402,842	\$ 1,073,743,302	\$ 1,402,410,689	\$ 1,744,400,150
(-) Impuesto (33%)	\$ 146,871,860	\$ 249,282,938	\$ 354,335,290	\$ 462,795,527	\$ 575,652,049
Utilidad neta	\$ 298,194,382	\$ 506,119,904	\$ 719,408,012	\$ 939,615,162	\$ 1,168,748,100
Reserva legal (10%)	\$ 29,819,438	\$ 50,611,990	\$ 71,940,801	\$ 93,961,516	\$ 116,874,810
<b>Utilidad del proyecto</b>	<b>\$ 268,374,943</b>	<b>\$ 455,507,914</b>	<b>\$ 647,467,211</b>	<b>\$ 845,653,646</b>	<b>\$ 1,051,873,290</b>

**Fuente:** Autores de la investigación

**5.5.2. Flujo de Caja Proyectado:** Para la empresa es importante ya que facilita la información de la capacidad de la empresa que tiene pagar sus deudas<sup>29</sup>, por tanto, se determinó por U.BM. AMBULANCAIAS S.A.S el flujo de caja con los datos anteriores del estudio financiero.

<sup>29</sup> KIZIRVAN, Mariam. Flujo de caja. [En línea]. Consultado el 02 de marzo de 20189. Disponible en: <http://economipedia.com/definiciones/flujo-de-caja.html>.

### Cuadro 121. Flujo de caja proyectado

Flujo de caja						
Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Ingresos</b>						
Capital Propio	\$ 721,139,091	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Ventas	\$ -	\$ 1,727,712,280	\$ 2,015,664,327	\$ 2,303,616,373	\$ 2,591,568,420	\$ 2,879,520,467
Prestamos del Banco	\$ 850,000,000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Total Ingresos</b>	<b>\$ 1,571,139,091</b>	<b>\$ 1,727,712,280</b>	<b>\$ 2,015,664,327</b>	<b>\$ 2,303,616,373</b>	<b>\$ 2,591,568,420</b>	<b>\$ 2,879,520,467</b>
<b>Egresos</b>						
Maquinaria y equipo	\$ 342,701,800	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Muebles y enseres	\$ 2,967,500	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Equipos de oficina	\$ 7,252,000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Herramientas	\$ 4,190,000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Inversion Diferida	\$ 1,916,872	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Insumos directos	\$ 43,200,000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Costos de produccion	\$ -	\$ 956,970,050	\$ 961,754,900	\$ 966,563,674	\$ 971,396,493	\$ 976,253,475
Gastos administracion	\$ -	\$ 118,172,920	\$ 118,763,785	\$ 119,357,604	\$ 119,954,392	\$ 120,554,164
Obligaciones financieras	\$ -	\$ 303,463,438	\$ 304,980,755	\$ 306,505,659	\$ 308,038,187	\$ 309,578,378
Pago impuestos (33%)	\$ -	\$ 146,871,860	\$ 249,282,938	\$ 354,335,290	\$ 462,795,527	\$ 575,652,049
<b>Total egresos</b>	<b>\$ 402,227,772</b>	<b>\$ 1,525,478,267</b>	<b>\$ 1,634,782,377</b>	<b>\$ 1,746,762,226</b>	<b>\$ 1,862,184,599</b>	<b>\$ 1,982,038,066</b>
<b>Total</b>						
Capital de trabajo	\$ 102,751,104	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Saldo Inicial	\$ -	\$ 102,751,104	\$ 304,985,117	\$ 685,867,067	\$ 1,242,721,214	\$ 1,972,105,036
<b>Saldo en caja</b>	<b>\$ 1,271,662,423</b>	<b>\$ 304,985,117</b>	<b>\$ 685,867,067</b>	<b>\$ 1,242,721,214</b>	<b>\$ 1,972,105,036</b>	<b>\$ 2,869,587,436</b>

**Fuente:** Autores de la investigación

**5.5.3. Balance General inicial y proyectado:** El balance general para la empresa se obtuvo teniendo en cuenta todo el estudio financiero, el cual para U.B.M. AMBULANCIAS S.A.S se tiene la siguiente información.

### Cuadro 122. Balance general

Balance general					
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Activo</b>					
<b>Activo Corriente</b>					
Caja y Bancos	\$ 304,985,117	\$ 685,867,067	\$ 1,242,721,214	\$ 1,972,105,036	\$ 2,869,587,436
<b>Total activo corriente</b>	<b>\$ 304,985,117</b>	<b>\$ 685,867,067</b>	<b>\$ 1,242,721,214</b>	<b>\$ 1,972,105,036</b>	<b>\$ 2,869,587,436</b>

## Cuadro 122 (Continuación). Balance general

<b>Activo No Corriente</b>					
Maquinaria y equipo	\$ 342,701,800	\$ 342,701,800	\$ 342,701,800	\$ 342,701,800	\$ 342,701,800
Muebles y Enseres	\$ 2,967,500	\$ 2,967,500	\$ 2,967,500	\$ 2,967,500	\$ 2,967,500
Equipo de Oficina	\$ 7,252,000	\$ 7,252,000	\$ 7,252,000	\$ 7,252,000	\$ 7,252,000
Herramienta	\$ 4,190,000	\$ 4,190,000	\$ 4,190,000	\$ 4,190,000	\$ 4,190,000
Diferidos	\$ 1,916,872	\$ 1,916,872	\$ 1,916,872	\$ 1,916,872	\$ 1,916,872
Depreciación Acumulada	\$ 49,795,371	\$ 49,795,371	\$ 49,795,371	\$ 49,795,371	\$ 49,795,371
<b>Total activo no corriente</b>	<b>\$ 408,823,144</b>	<b>\$ 408,823,144</b>	<b>\$ 408,823,144</b>	<b>\$ 408,823,144</b>	<b>\$ 408,823,144</b>
<b>Total activo</b>	<b>\$ 713,808,261</b>	<b>\$ 1,094,690,211</b>	<b>\$ 1,651,544,358</b>	<b>\$ 2,380,928,179</b>	<b>\$ 3,278,410,580</b>
<b>Pasivo</b>					
<b>Pasivo corriente</b>					
Impuesto de renta	\$ 146,871,860	\$ 249,282,938	\$ 354,335,290	\$ 462,795,527	\$ 575,652,049
<b>Total pasivo corriente</b>	<b>\$ 146,871,860</b>	<b>\$ 249,282,938</b>	<b>\$ 354,335,290</b>	<b>\$ 462,795,527</b>	<b>\$ 575,652,049</b>
<b>Pasivo No corriente</b>					
Obligaciones Financiera	\$ 303,463,438	\$ 304,980,755	\$ 306,505,659	\$ 308,038,187	\$ 309,578,378
<b>Total pasivo no corriente</b>	<b>\$ 303,463,438</b>	<b>\$ 304,980,755</b>	<b>\$ 306,505,659</b>	<b>\$ 308,038,187</b>	<b>\$ 309,578,378</b>
<b>Total pasivo</b>	<b>\$ 450,335,297</b>	<b>\$ 554,263,693</b>	<b>\$ 660,840,948</b>	<b>\$ 770,833,714</b>	<b>\$ 885,230,427</b>
<b>Patrimonio</b>					
<b>Patrimonio</b>					
Capital Socios	\$ 721,139,091	\$ 721,139,091	\$ 721,139,091	\$ 721,139,091	\$ 721,139,091
Reserva Legal	\$ 29,819,438	\$ 50,611,990	\$ 71,940,801	\$ 93,961,516	\$ 116,874,810
Rendimiento /perdida	-\$ 755,860,509	-\$ 686,832,477	-\$ 449,843,694	-\$ 50,659,788	\$ 503,292,961
Utilidad del proyecto	\$ 268,374,943	\$ 455,507,914	\$ 647,467,211	\$ 845,653,646	\$ 1,051,873,290
<b>Total patrimonio</b>	<b>\$ 263,472,964</b>	<b>\$ 540,426,518</b>	<b>\$ 990,703,410</b>	<b>\$ 1,610,094,465</b>	<b>\$ 2,393,180,153</b>
<b>Total pasivo y patrimonio</b>	<b>\$ 713,808,261</b>	<b>\$ 1,094,690,211</b>	<b>\$ 1,651,544,358</b>	<b>\$ 2,380,928,179</b>	<b>\$ 3,278,410,580</b>

Fuente: Autores de la investigación

## 6. EVALUACIÓN DEL PROYECTO

En la evaluación del proyecto se analiza la optimización de los recursos, recuperación de la inversión y las utilidades que logran satisfacer las expectativas de los inversionistas, logrando determinar el punto de equilibrio, el valor presente neto (VPN), la tasa interna de retorno (TIR) y análisis de las razones financieras básicas (evaluación financiera).

Además, se analizan otros factores al momento de iniciar una idea de negocio que son implícitas para su marcha, como el impacto o la responsabilidad social empresarial y el impacto ambiental.

### 6.1. EVALUACIÓN SOCIAL Y LOS ASPECTOS CLAVES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

La responsabilidad social en la implementación de una empresa especializada en la prestación de servicios médicos domiciliarios y traslados en ambulancia ofrece beneficios sociales a los habitantes del área metropolitana de Bucaramanga, a través de la generación de empleo, se apoya en el desarrollo y progreso de la región, y lo más importante es que contribuye al mejoramiento de la calidad de vida de las mujeres gestantes, niños y jóvenes que vivan en esta área a laborar.

**6.1.1. Desarrollo Regional:** Contribuye notablemente al progreso del municipio Bucaramanga y su área metropolitana, al mejorar la prestación de los servicios de salud, los ingresos, el aprovechamiento de los insumos, se incrementa el ingreso al permitir el acceso a personal calificado con o sin experiencia, se establecerán salarios fijos para todos los cargos con sus respectivas prestaciones sociales (ARL,

EPS, fondo de pensiones, cesantías, prima, etc.) y por ende, se garantiza estabilidad en los traslados y mejoramiento en la calidad de vida de los clientes.

**6.1.2. Generación de empleo:** Para la apertura de la empresa se contará con 38 empleos directos, haciendo referencia al personal que estará en contacto con los pacientes (Médicos, paramédicos y conductores) y 4 puestos de trabajo indirectos encargados de la parte administrativa y de la coordinación de los servicios que garantizan un plan rápido, oportuno y eficaz.

El personal a contratar tiene la posibilidad de aumentar notoriamente dada la proyección de incremento que se prevé para el desarrollo de los servicios en termino de corto plazo, contribuyendo así a la reducción del índice de desempleo.

Por otro lado, el pago de los impuestos que se aplican en estos servicios ayudará a que el gobierno nacional, departamental y municipal, puedan desarrollar sus propios proyectos de inversión social.

## **6.2. EVALUACIÓN AMBIENTAL**

La evaluación del impacto ambiental en U.B.M AMBULANCIAS es un procedimiento administrativo destinado a la identificación, descripción y evaluación de forma apropiada con la actual normativa de aplicación teniendo en cuenta los efectos directos e indirectos de la empresa sobre el medio ambiente.

## **6.2.1. Matriz de evaluación de impactos**

**6.2.1.1. El ser humano, la fauna y la flora:** La empresa al ser una prestadora de servicios no influirá en el daño de la flora y la fauna que presenta el área metropolitana de Bucaramanga, ya que su propósito empresarial es la prestación de atención y traslados médicos, en tanto al ser humano la empresa buscara es mejorar la salud del usuario, lo que hace que no realice acciones que perjudiquen o atenten con la salud de las personas.

**6.2.1.2. El suelo, el agua, el aire, el clima y el paisaje:** U.B.M AMBULANCIAS no generara repercusiones en suelos fértiles, el agua, el clima o el paisaje, ya que donde desempeñara sus labores serán en lugares ya construidos y urbanizados, por otro lado, en tanto al aire va a afectar en cantidades muy mínimas por el uso de las ambulancias, debido a que cumplen con los requisitos medio ambientales, esto no las exonera de la afectación mínima que realiza.

**6.2.1.3. Los bienes materiales y el patrimonio cultural:** La empresa no generara deterioro del patrimonio o daño alguno, puesto que no realiza actividades que afecten a la cultura o los bienes materiales que posee el área metropolitana de Bucaramanga.

**6.2.1.4. La interacción entre los factores mencionados anteriormente:** Ya mencionado anteriormente U.B.M AMBULANCIAS es una empresa que prestará servicios de atención médica y de traslado, lo cual la hace muy poco afectadora del medio ambiente, por tanto, no hay interacción de factores que aumenten o realicen daños al entorno ambiental.

**Cuadro 123.** Matriz de impacto ambiental

	 <b>AGUA</b>	 <b>ENERGÍA</b>	 <b>AIRE</b>	 <b>SUELO</b>
 <b>Fuente</b>	Recurso suministrado por la empresa de acueducto metropolitano de Bucaramanga.	Es suministrada por la electrificadora de Santander por consumos básicos promedio por persona.	Dado por el planeta	Dado por el planeta y administrado por el estado y guiado por el POT.
 <b>Usos</b>	Se usará para la limpieza de las instalaciones, en tanto para la parte productiva, se utilizará para la limpieza de la maquinaria y equipos, por otro lado, se usará para la adecuada limpieza en la atención del servicio.	Se utilizará para la parte administrativa y productiva, en la iluminación de la instalación y en el uso de los equipos pertinentes de cada área.	Para todos los trabajadores, y algunos equipos.	Se utilizará para la instalación de las oficinas de la empresa.
 <b>Resultado</b>	Se obtendrá agua no potable	Consumo necesario de energía	Contaminación del aire por los residuos que se manejan y de la utilización de las ambulancias.	Contaminación de la tierra, ya que la vuelve infértil por la construcción.
 <b>Medidas de control</b>	Se utilizará en el área administrativa y productiva baños ahorradores y productos biodegradables.	Se tendrá la utilización necesaria cuando sea necesario el uso de los equipos o del área	Extractores de olores en baños, cafetería y en las áreas de producción.	Por cada metro cuadrado construido, se tendrá un porcentaje de zonas verdes.

**Fuente:** Autores de la investigación

**6.2.2. Plan de mitigación dentro de un desarrollo sostenible:** La empresa U.B.M AMBULANCIAS plantea el siguiente sistema como plan.

**Tabla 12.** Plan de mitigación



### **ANTES DEL PROCESO**

---

Correcta instalación de los servicios de agua y luz, como de la ubicación de las maquinarias, equipos médicos y de oficina, muebles y enseres que eviten accidentes o aumento de consumo.



### **DURANTE EL PROCESO:**

---

Al inicio del proceso se evaluará si hay claridad con los estándares que maneja la empresa en término del control ambiental.

Creación de manuales de procesos y capacitaciones para el cuidado ambiental por parte de la empresa

Auditoria permanente que permita establecer si los procesos se están cumpliendo.

Mejoría Constante, esta etapa permite asegurar que la organización cumple sus obligaciones ambientales y protege el medio ambiente.

**Tabla 7.** Plan de mitigación



### **DESPUÉS DEL PROCESO:**

La práctica y buen uso de este sistema permite que la empresa logre

- **Reputación:** como hay un conocimiento público de las normas, también puede significar una ventaja competitiva, creando más y mejores oportunidades comerciales.
- **Participación del personal:** se mejora la comunicación interna y puede encontrar un equipo más motivado a través de las sugerencias de mejora ambiental.
- **Mejora continua:** el proceso de evaluación asegura tener control para el funcionamiento medioambiental de la empresa.
- **Cumplimiento:** El Mejoramiento Ambiental demuestra que las organizaciones cumplen con una serie de requisitos legales. La empresa de enfermería domiciliaria tiene como principal reto propiciar una cultura ambiental responsable desde una doble perspectiva de educación ambiental y desarrollando actividades de mitigación del impacto, que minimice su incidencia sobre el medio ambiente producido por la presencia de material utilizado para su actividad.

**Fuente.** Autores de la investigación

## 6.2. EVALUACIÓN FINANCIERA

Es el proceso mediante el cual se define la inversión inicial, los beneficios y los costos al inicio de la operación, además de la rentabilidad y la viabilidad financiera.

En primera instancia, se calcula la tasa de oportunidad y tasa mínima de atractiva de retorno TMAR, tomando en cuenta el valor del TES<sup>30</sup> y la tasa de riesgo, la cual nos va a indicar lo dispuesto a ganar en el momento de la inversión del proyecto.

**Ecuación 3:** Tasa de interés de oportunidad

$$TIO = ((1 + TES)(1 + TR) - 1) * 100$$

**Fuente:** <https://digitk.areandina.edu.co/bitstream/handle/areandina/1398/MATEM%C3%81TICAS%20FINANCIERAS.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

$$TIO = ((1 + 4.42\%)(1 + 10) - 1) * 100$$

$$TIO = 14.86\%$$

**Cuadro 124.** Variables de la tasa de descuento

Variables de la tasa de descuento		
TIO	Tasa de interes de oportunidad	14.86%
RP	Porcentaje de recursos propios	46%
RC	Porcentaje de recursos credito	54%
TI	Tasa de interés del crédito	2.14%
%IMP	Porcentaje impuesto de renta	33%
TES	Titulos de tesorería a 5 años del Banco de la República	4.42%

<sup>30</sup> BANCO DE LA REPÚBLICA. Tasas de captación semanales y mensuales. [En línea]. Consultado 16 marzo 2020. Disponible en: <https://www.banrep.gov.co/es/estadisticas/tasas-captacion-semanales-y-mensuales>

**Cuadro 124 (Continuación).** Variable de la tasa de descuento

TR	Riesgo	10%
Ti	Tasa de inflación	3.8%

**Fuente:** Autores de la investigación

Debe existir una relación de:

**Ecuación 4.** TMAR

$$\text{TMAR} = (\text{TIO} * \text{RP}) + (\text{RC} * \text{TI} * (1 - \% \text{IMP}))$$

**Fuente:** <https://digitk.areandina.edu.co/bitstream/handle/areandina/1398/MATEM%C3%81TICAS%20FINANCIERAS.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

$$\text{TMAR} = (14.86\% * 46\%) + (54\% * 2.14\% * (1 - 33\%))$$

$$\text{TMAR} = 7.6\%$$

Como se trabaja con pesos constantes se deflacta bajo la siguiente formula:

**Ecuación 5.** TMAR Deflactada

$$\text{TMAR Deflactada} = \frac{((1 + \text{TMAR}) - 1)}{(1 + \text{Ti})} * 100$$

**Fuente:** <https://digitk.areandina.edu.co/bitstream/handle/areandina/1398/MATEM%C3%81TICAS%20FINANCIERAS.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

$$\text{TMAR Deflactada} = \frac{((1 + 7.6\%) - 1)}{(1 + 3.8\%)} * 100$$

$$\text{TMAR Deflactada} = 7.32\%$$

**Cuadro 125.** Evaluación financiera

Evaluación financiera	
TMAR	7.60%
TMAR Deflactada	7.32%

**Fuente:** Autores de la investigación

**6.3.1. Valor presente neto:** Este valor monetario resulta de restar la suma de los flujos netos actualizados, descontados a la inversión inicial. También se considera como la verdadera utilidad marginal del capital invertido que resulta de la diferencia entre ingresos y egresos o excedentes netos, situada en el presente.

**Cuadro 126.** Valor presente neto

Valor presente neto					
Año	Inversión	Flujos netos sin actualizar	Factor de actualización	Flujos netos actualizados	VPN Actualizados
0	\$ 1,571,139,091				-\$ 1,571,139,091
1		\$ 202,234,013	0.8706	\$ 176,066,944	-\$ 1,395,072,147
2		\$ 380,881,950	0.7580	\$ 288,693,924	-\$ 1,106,378,223
3		\$ 556,854,147	0.6599	\$ 367,461,917	-\$ 738,916,306
4		\$ 729,383,821	0.5745	\$ 419,035,319	-\$ 319,880,987
5		\$ 897,482,401	0.5002	\$ 448,894,279	\$ 129,013,292
Total VPN				\$ 1,700,152,383	\$ 129,013,292

**Fuente:** Autores de la investigación

Se halla el factor de la actualización  $1/(1+I)^n$  con el porcentaje de la TMAR deflactada, luego se procede a multiplicar el flujo actualizado por el flujo neto de la inversión, y en ultimas se le resta a los flujos actualizados a la inversión.

De acuerdo a los cálculos realizados y trayendo al presente los ingresos y egresados proyectados a 5 años, la empresa obtiene un VPN de \$ 129.013.292, el cual proyecta un valor positivo superior a 0.

Este valor indica que la idea emprendedora es rentable y atractivo a un corto plazo, logrando una verdadera utilidad marginal del capital invertido en el proyecto; para ello se debe cumplir con la condición de que las utilidades se reinviertan en el desarrollo del mismo. Por tanto, se observa que el proyecto es viable.

**6.3.2. Tasa Interna Retorno TIR:** Es un método de valoración de inversiones, donde la tasa de descuento hace que el VPN sea igual a cero o igual a la suma de los flujos netos descontada en la inversión inicial.

El siguiente dato se calcula mediante la fórmula que suma los datos del flujo neto de caja de inversión menos la inversión.

**Ecuación 6:** Tasa de retorno TIR

$$TIR = \sum (X)(1 + r)^{-t}$$

**Fuente:** <https://digitk.areandina.edu.co/bitstream/handle/areandina/1398/MATEM%C3%81TICAS%20FINANCIERAS.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

$$TIR = 18\%$$

**Cuadro 127.** Calculo tasa interna de retorno TIR

Concepto	Valor presente neto					
	0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos		\$ 1,727,712,280	\$ 2,015,664,327	\$ 2,303,616,373	\$ 2,591,568,420	\$ 2,879,520,467
(-) Egresos		\$ 1,525,478,267	\$ 1,634,782,377	\$ 1,746,762,226	\$ 1,862,184,599	\$ 1,982,038,066
Flujo caja bruto		\$ 202,234,013	\$ 380,881,950	\$ 556,854,147	\$ 729,383,821	\$ 897,482,401
(-) Inversión	\$ 1,580,425,391					
<b>Total</b>	<b>-\$ 1,580,425,391</b>	<b>\$ 202,234,013</b>	<b>\$ 380,881,950</b>	<b>\$ 556,854,147</b>	<b>\$ 729,383,821</b>	<b>\$ 897,482,401</b>

**Cuadro 127(Continuación). Calculo tasa interna de retorno TIR**

DTF (deposito a termino fijo)	4.42%
Riesgo	10%
<b>VAN (Valor actual neto)</b>	<b>14.86%</b>
<b>VPN (Valor presente neto)</b>	<b>\$ 129,013,592</b>
<b>TIR (Tasa interna de retorno)</b>	<b>18%</b>

**Fuente:** Autores de la investigación

El resultado obtenido indica que el valor invertido en el proyecto tiene una buena rentabilidad del 18%. Por consiguiente, la tasa interna de retorno es mayor que la tasa de oportunidad, esto indica que el proyecto es aceptable, pues estima un rendimiento mayor.

**6.3.3. Período de recuperación:** Es el periodo de tiempo en el que se cubrirá el monto total que se invirtió en U.B.M AMBULANCIAS, con los flujos efectivos sin actualizarse, en donde se tuvo una inversión de \$1,571,139,091 y está se recuperara a los 3 años, 7 meses y 3 días aproximadamente como se evidencia a continuación.

**Cuadro 128. Periodo de recuperación con flujos sin actualizar**

<i>Año</i>	<i>Inversión</i>	<i>Flujos netos sin actualizar</i>	<i>SalDOS</i>
0	\$ 1,571,139,091		-\$ 1,571,139,091
1		\$ 202,234,013	-\$ 1,368,905,078
2		\$ 380,881,950	-\$ 988,023,128
3		\$ 556,854,147	-\$ 431,168,981
4		\$ 729,383,821	\$ 298,214,840
5		\$ 897,482,401	\$ 1,195,697,241

**Fuente:** Autores de la investigación

**Cuadro 129.** Periodo de recuperación con flujos sin actualizar del año de proyección 3 al 4

<i>Año - Mes</i>	<i>Inversión</i>	<i>Flujos netos sin actualizar</i>	<i>Saldos</i>
3		\$ 556,854,147	-\$ 431,168,981
3 - 1		\$ 60,781,985	-\$ 370,386,996
3 - 2		\$ 60,781,985	-\$ 309,605,011
3 - 3		\$ 60,781,985	-\$ 248,823,026
3 - 4		\$ 60,781,985	-\$ 188,041,041
3 - 5		\$ 60,781,985	-\$ 127,259,056
3 - 6		\$ 60,781,985	-\$ 66,477,070
3 - 7		\$ 60,781,985	-\$ 5,695,085
3 - 8		\$ 60,781,985	\$ 55,086,900
3 - 9		\$ 60,781,985	\$ 115,868,885
3 - 10		\$ 60,781,985	\$ 176,650,870
3 - 11		\$ 60,781,985	\$ 237,432,855
4		\$ 60,781,985	\$ 298,214,840

**Fuente:** Autores de la investigación

**Cuadro 130.** Periodo de recuperación con flujos sin actualizar del año de proyección 3 a 4 en el mes de 7.

<i>Año - Mes - Días</i>	<i>Inversión</i>	<i>Flujos netos sin actualizar</i>	<i>Saldos</i>
3 - 7		\$ 60,781,985	-\$ 5,695,085
3 - 7 - 01		\$ 2,026,066	-\$ 3,669,019
3 - 7 - 02		\$ 2,026,066	-\$ 1,642,953
3 - 7 - 03		\$ 2,026,066	\$ 383,113
3 - 7 - 04		\$ 2,026,066	\$ 2,409,179

3 - 7 - 05		\$	2,026,066	\$	4,435,246
3 - 7 - 06		\$	2,026,066	\$	6,461,312
3 - 7 - 07		\$	2,026,066	\$	8,487,378
3 - 7 - 08		\$	2,026,066	\$	10,513,444
3 - 7 - 09		\$	2,026,066	\$	12,539,510
3 - 7 - 10		\$	2,026,066	\$	14,565,576
3 - 7 - 11		\$	2,026,066	\$	16,591,643
3 - 7 - 12		\$	2,026,066	\$	18,617,709
3 - 7 - 13		\$	2,026,066	\$	20,643,775
3 - 7 - 14		\$	2,026,066	\$	22,669,841
3 - 7 - 15		\$	2,026,066	\$	24,695,907
3 - 7 - 16		\$	2,026,066	\$	26,721,973
3 - 7 - 17		\$	2,026,066	\$	28,748,040
3 - 7 - 18		\$	2,026,066	\$	30,774,106
3 - 7 - 19		\$	2,026,066	\$	32,800,172
3 - 7 - 20		\$	2,026,066	\$	34,826,238
3 - 7 - 21		\$	2,026,066	\$	36,852,304
3 - 7 - 22		\$	2,026,066	\$	38,878,370
3 - 7 - 23		\$	2,026,066	\$	40,904,437
3 - 7 - 24		\$	2,026,066	\$	42,930,503
3 - 7 - 25		\$	2,026,066	\$	44,956,569
3 - 7 - 26		\$	2,026,066	\$	46,982,635
3 - 7 - 27		\$	2,026,066	\$	49,008,701
3 - 7 - 28		\$	2,026,066	\$	51,034,767
3 - 7 - 29		\$	2,026,066	\$	53,060,834
3 - 8		\$	2,026,066	\$	55,086,900

**Fuente:** Autores de la investigación

Por otro lado, se calcula el periodo de recuperación con los flujos actualizados, en los cuales se espera que la empresa cumpla con las proyecciones presentadas en el estudio financiero y con una tasa de actualización del 14.86%, en donde se denota que se recuperara al 4 año, 8 meses y 22 días.

**Cuadro 131.** Periodo de recuperación con flujos netos actualizados

<i>Año</i>	<i>Inversión</i>	<i>Flujos netos actualizados</i>	<i>Saldos</i>
0	\$ 1,571,139,091		-\$ 1,571,139,091
1	\$ -	\$ 176,066,944	-\$ 1,395,072,147
2	\$ -	\$ 288,693,924	-\$ 1,106,378,223
3	\$ -	\$ 367,461,917	-\$ 738,916,306
4	\$ -	\$ 419,035,319	-\$ 319,880,987
5	\$ -	\$ 448,894,279	\$ 129,013,292

**Fuente:** Autores de la investigación

**Cuadro 132.** Periodo de recuperación con flujos actualizados del año de proyección 4 al 5

<i>Año - Mes</i>	<i>Inversión</i>	<i>Flujos netos actualizados</i>	<i>Saldos</i>
4		\$ 419,035,319	-\$ 319,880,987
4 - 1		\$ 37,407,857	-\$ 282,473,131
4 - 2		\$ 37,407,857	-\$ 245,065,274
4 - 3		\$ 37,407,857	-\$ 207,657,417
4 - 4		\$ 37,407,857	-\$ 170,249,561
4 - 5		\$ 37,407,857	-\$ 132,841,704
4 - 6		\$ 37,407,857	-\$ 95,433,847
4 - 7		\$ 37,407,857	-\$ 58,025,991
4 - 8		\$ 37,407,857	-\$ 20,618,134
4 - 9		\$ 37,407,857	\$ 16,789,722
4 - 10		\$ 37,407,857	\$ 54,197,579
4 - 11		\$ 37,407,857	\$ 91,605,436
5		\$ 37,407,857	\$ 129,013,292

**Fuente:** Autores de la investigación

**Cuadro 133.** Periodo de recuperación con flujos actualizados del año de proyección 4 al 5 en el mes 8

<i>Año - Mes - Días</i>	<i>Inversión</i>	<i>Flujos netos actualizados</i>	<i>SalDOS</i>
4 - 8		\$ 37,407,857	-\$ 20,618,134
4 - 8 - 01		\$ 1,246,929	-\$ 19,371,206
4 - 8 - 02		\$ 1,246,929	-\$ 18,124,277
4 - 8 - 03		\$ 1,246,929	-\$ 16,877,349
4 - 8 - 04		\$ 1,246,929	-\$ 15,630,420
4 - 8 - 05		\$ 1,246,929	-\$ 14,383,491
4 - 8 - 06		\$ 1,246,929	-\$ 13,136,563
4 - 8 - 07		\$ 1,246,929	-\$ 11,889,634
4 - 8 - 08		\$ 1,246,929	-\$ 10,642,706
4 - 8 - 09		\$ 1,246,929	-\$ 9,395,777
4 - 8 - 10		\$ 1,246,929	-\$ 8,148,849
4 - 8 - 11		\$ 1,246,929	-\$ 6,901,920
4 - 8 - 12		\$ 1,246,929	-\$ 5,654,992
4 - 8 - 13		\$ 1,246,929	-\$ 4,408,063
4 - 8 - 14		\$ 1,246,929	-\$ 3,161,134
4 - 8 - 15		\$ 1,246,929	-\$ 1,914,206
4 - 8 - 16		\$ 1,246,929	-\$ 667,277
4 - 8 - 17		\$ 1,246,929	\$ 579,651
4 - 8 - 18		\$ 1,246,929	\$ 1,826,580
4 - 8 - 19		\$ 1,246,929	\$ 3,073,508
4 - 8 - 20		\$ 1,246,929	\$ 4,320,437
4 - 8 - 21		\$ 1,246,929	\$ 5,567,365
4 - 8 - 22		\$ 1,246,929	\$ 6,814,294
4 - 8 - 23		\$ 1,246,929	\$ 8,061,222
4 - 8 - 24		\$ 1,246,929	\$ 9,308,151
4 - 8 - 25		\$ 1,246,929	\$ 10,555,080
4 - 8 - 26		\$ 1,246,929	\$ 11,802,008
4 - 8 - 27		\$ 1,246,929	\$ 13,048,937
4 - 8 - 28		\$ 1,246,929	\$ 14,295,865
4 - 8 - 29		\$ 1,246,929	\$ 15,542,794
4 - 9		\$ 1,246,929	\$ 16,789,722

**Fuente:** Autores de la investigación

Para U.B.M AMBULANCIAS se espera recuperar la inversión total al 3 año, 9 meses y 17 días.

**6.3.4. Análisis de las Razones Financieras:** Las razones financieras son indicadores que nos permiten verificar si la empresa U.B.M AMBULANCIAS es solvente y es capaz de asumir las diferentes obligaciones a que se hace cargo para poder desarrollar su objetivo empresarial.

#### 6.3.4.1. Razones de liquidez

**Tabla 13.** Razones de liquidez



$$RC = \frac{\text{Activos corrientes}}{\text{Pasivos corrientes}}$$

$$RC = \frac{304.985.117}{146.871.860}$$

$$RC = 2.08$$

Al verificar la razón corriente este nos presenta que es un numero positivo y mayor a uno, lo cual nos da confianza de que se puede cubrir a corto plazo las obligaciones con las inversiones de corto plazo.

**Tabla 13 (Continuación).** Razones de liquidez



## Prueba acida [PA]

$$PA = \frac{\text{Activos corrientes} - \text{inventarios}}{\text{Pasivos corrientes}}$$

$$RC = \frac{\text{Activos corrientes}}{\text{Pasivos corrientes}}$$

$$PA = 2.08$$

La prueba nos da un valor positivo y mayor a 0.7, lo cual nos indica que la empresa puede cumplir con las obligaciones a corto plazo sin tener que incluir los inventarios.



## Capital neto de trabajo [CNT]

$$CNT = \text{Activos corrientes} - \text{pasivos corrientes}$$

$$CNT = 304.985.117 - 146.871.860$$

$$CNT = 158.113.258$$

Es un valor positivo, lo que nos representa que se pueden cumplir con las deudas a corto plazo, y este es el dinero libre que queda para la empresa poder invertir en inventarios.

**Fuente:** Autores de la investigación

### 6.3.4.2. Razones de endeudamiento

Tabla 14. Razones de endeudamiento



#### Nivel de endeudamiento [NE]

$$NE = \frac{\text{Total pasivo}}{\text{Total pasivo} + \text{Total patrimonio}}$$

$$NE = \frac{450.335.297}{450.335.297 + 263.472.664}$$

$$NE = 63\%$$

La empresa presenta un porcentaje menor al 70%, lo cual es favorable, ya que da confianza de que no está siendo endeudado con terceros.



#### Concentración endeudamiento en corto plazo [CECP]

$$CECP = \frac{\text{Pasivo corriente}}{\text{Total pasivo}}$$

$$CECP = \frac{146.871.860}{450.335.297}$$

$$CECP = 33\%$$

Para U.B.M AMBULANCIAS este es un porcentaje muy favorable, ya que representa que no está muy endeudado a corto plazo puesto que no está por encima del 50% de endeudamiento.

**Tabla 14 (Continuación).** Razones de endeudamiento



**Cobertura de interés en veces [CI]**

---

$$CI = \frac{\text{Utilidad operacional}}{\text{Gastos financieros}}$$

$$CI = \frac{652.569.310}{207.503.069}$$

$$CI = 3.14$$

Se puede conocer que la empresa cuenta con la cobertura de cubrir sus gastos financieros puesto que es mayor a 1 las veces con las que cuenta para cubrir estos factores.



**Relación deuda / Patrimonio [RD/P]**

---

$$RD/P = \frac{\text{Total activos}}{\text{Total pasivos}}$$

$$RD/P = \frac{713.807.961}{450.335.297}$$

$$RD/P = 1.59$$

Este es un valor muy alto al recomendado de 1 puesto que es la relación que se tiene con terceros y los recursos propios.

Tabla 14 (Continuación). Razones de endeudamiento



### Deuda financiera /Pasivo total % [DF/PT]

$$\text{DF/PT} = \frac{\text{Obligaciones financieras}}{\text{Total pasivos}}$$

$$\text{DF/PT} = \frac{303.463.438}{450.335.297}$$

$$\text{DF/PT} = 67\%$$

Este es el porcentaje que presenta la empresa en endeudamiento bancario.



### Impacto de la carga financiera % [ICF]

$$\text{ICF} = \frac{\text{Gastos financieros}}{\text{Ventas}}$$

$$\text{ICF} = \frac{207.503.069}{1.727.712.280}$$

$$\text{ICF} = 12\%$$

El porcentaje que presenta la empresa en gastos financieros de las ventas totales obtenidas.

**Fuente:** Autores de la investigación

### 6.3.4.3. Razones de actividad

Tabla 15: Razones de actividad



#### Rotación de activo total [RAT]

---

$$\mathbf{RAT} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Activo total}}$$

$$\mathbf{RAT} = \frac{1.727.712.280}{713.807.961}$$

$$\mathbf{RAT} = 2.42$$

La empresa presenta un numero bajo de rotación de los activos ya que es menor que 3, esto hace indicar que la eficiencia en la utilización de los activos para generar ingresos no es muy fuerte u organizada.



#### Laverage total [LT]

---

$$\mathbf{LT} = \frac{\text{Pasivo}}{\text{Patrimonio}}$$

$$\mathbf{LT} = \frac{450.335.297}{263.472.664}$$

$$\mathbf{LT} = 1.71$$

Este es un valor pequeño, el cual nos indica que los socios son los que están corriendo mayor riesgo en la inversión de recursos.

**Fuente:** Autores de la investigación

#### 6.3.4.4. Razones de rentabilidad

Tabla 16: Razones de rentabilidad



#### Margen bruto de utilidad [MBU]

---

$$\mathbf{MBU} = \frac{\text{Utilidad bruta}}{\text{Ventas}}$$

$$\mathbf{MBU} = \frac{\text{Utilidad bruta}}{\text{Ventas}}$$

$$\mathbf{MBU} = 45\%$$

Este es un porcentaje que no muy viable ya que lo esperado es que este entre el 20% y 40%, aunque no está muy lejos de cumplirse, indicando que hay que buscar la razón para mejorar la utilidad bruta de la empresa.



#### Margen operacional % [MO]

---

$$\mathbf{MO} = \frac{\text{Utilidad operacional}}{\text{Ventas}}$$

$$\mathbf{MO} = \frac{652.569.310}{1.727.712.280}$$

$$\mathbf{MO} = 38\%$$

**Tabla 16 (Continuación).** Razones de rentabilidad

Para la empresa es un porcentaje que esta fuera del rango del 10% al 30%, aunque está en el límite haciendo influencia en que hay que mejorar la parte utilidad operacional



**Margen neto de utilidad % [MNU]**

---

$$\text{MNU} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Ventas}}$$

$$\text{MNU} = \frac{298.194.382}{1.727.712.280}$$

$$\text{MNU} = 17\%$$

Este porcentaje es alto a comparación del rango establecido del 5% al 10%, lo cual nos indica que la utilidad que la empresa genera es alta y hay que implementar medidas que aseguren un mejor rendimiento.



**Rentabilidad del patrimonio % [RP]**

---

$$\text{RP} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Patrimonio}}$$

$$\text{RP} = \frac{298.194.382}{263.472.664}$$

$$\text{RP} = 113\%$$

**Tabla 16 (Continuación).** Razones de rentabilidad

Este porcentaje nos indica que tanto del patrimonio está generando utilidad, lo cual nos indica que se está teniendo un 113%, el cual se cumple las expectativas de un mínimo del 3%.



**Rentabilidad del activo % [RA]**

---

$$RA = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Total activo}}$$

$$RA = \frac{298.194.382}{713.807.961}$$

$$RA = 42\%$$

La rentabilidad que se está teniendo del activo está por encima del margen que se espera del 5%, indicando que hay alta utilidad neta de la empresa.

**Fuente:** Autores de la investigación

### 6.3. PUNTO DE EQUILIBRIO

Es el número de unidades mínimas a vender para que U.B.M AMBULANCIAS no presente perdidas ni ganancias, cubriendo los costos y gastos necesarios en el periodo de tiempo del primer año, para lo cual se determinó como se presenta a continuación.

### **Ecuación 7. Punto de equilibrio**

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costos fijos totales}}{(\text{Precio de venta} - \text{Costo variable})}$$

**Fuente.** <https://www.emprendepyme.net/como-calcular-el-punto-de-equilibrio.html>

Para la determinación del punto de equilibrio la empresa tiene en cuenta los dos servicios que prestará.

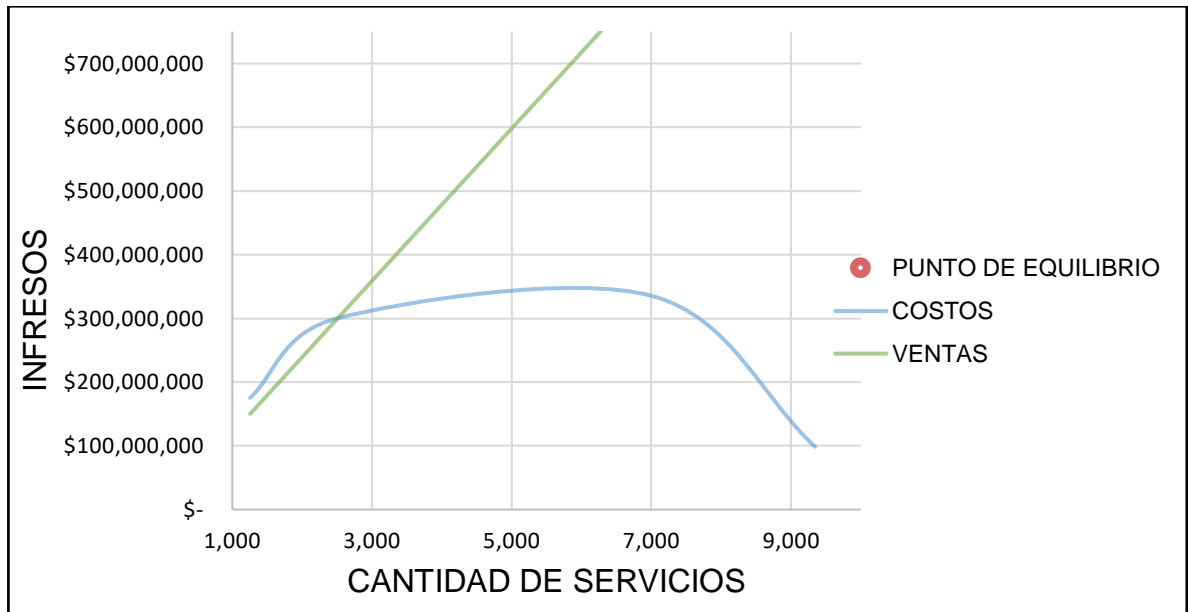
**6.4.1. Traslados en ambulancia:** Teniendo en cuenta que cada costo está definido para el servicio

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{280.940.635}{(119.606 - 7.754)}$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = \mathbf{2.512 \text{ servicios en el año}}$$

A partir de la gráfica podemos evidenciar que por debajo del punto de equilibrio se presentara perdidas para la empresa, y en donde a partir de los 7000 servicios los costos empezaran a ser menores, siendo beneficiario para la empresa, debido a que obtendrá mayores ingresos.

**Gráfica 14.** Punto de equilibrio de los traslados en ambulancias



**Fuente:** Autores de la investigación

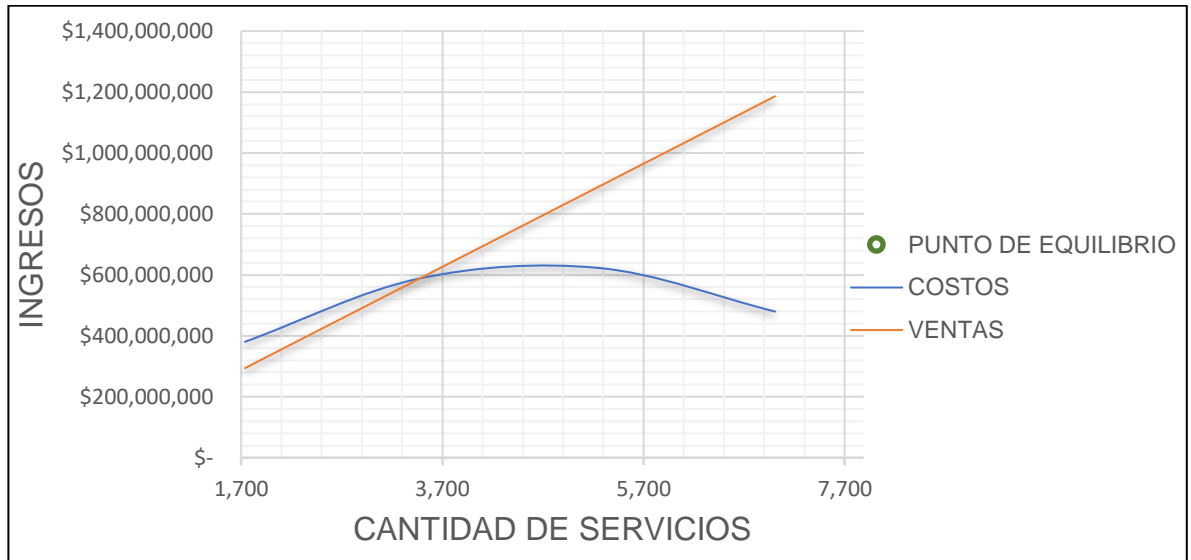
**6.4.2. Atención médica domiciliaria:** teniendo en cuenta que cada costo está definido para el servicio

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{521.746.894}{(169.238 - 19.200)}$$

**Punto de Equilibrio = 3.477 servicios en el año**

A partir de la gráfica podemos evidenciar que el punto de equilibrio es 3.481 servicio en el que los costos estarán casi al máximo, el cual estaría en los 5.200 servicios, a partir de esta cantidad los costos empezarán a disminuir y generar mayores ingresos para la empresa.

**Gráfica 15.** Punto de equilibrio de la atención médica domiciliaria



**Fuente:** Autores de la investigación

## 7. CONCLUSIONES

La realización del proyecto se basa en previos estudios que dan las pautas necesarias para determinar los requerimientos de la empresa y la viabilidad que se tiene en el mercado. En primera instancia, mediante el estudio de mercados se estima proyectar los servicios para 334.486 personas, entre mujeres gestantes, niños y jóvenes que viven en el área metropolitana de Bucaramanga. Sin embargo, aunque la idea emprendedora ya está ejecutada no existe como tal una empresa enfocada en esta población, la cual es la que presenta altos porcentajes de vulnerabilidad y esta propensa a contraer variedades de enfermedades, sufrir accidentes y lesiones que causan la muerte, tanto por la falta de atención como por personal no calificado y entrenado en el área de pediatría y obstetricia.

En base a las encuestas realizadas se obtiene que el nivel de aceptación de la empresa es del 65%, con una demanda actual de los servicios por año de 1,203,248 traslados en ambulancia y 452,305 en atención médica domiciliaria. Por otro lado, se plantea un eslogan y emblema adecuado y pertinente para el comercio, de forma que se conozca la empresa y sea fácilmente legible los servicios a prestar.

En segundo lugar, el estudio técnico demuestra que se dan las condiciones necesarias para prestar el servicio de manera adecuada, con una capacidad diseñada por ambulancia básica de 11.680 y en ambulancia medicalizada de 8.760 servicios anuales que se espera estarla cumpliendo después de los 5 años de proyección, en el cual la empresa tendrá una capacidad diseñada inicial de 7.008 traslados y de 5.256 de atención medica domiciliaria donde se proyecta un crecimiento anual del 10% para los dos tipos de servicios. A su vez, se establecieron los recursos necesarios para el buen funcionamiento, logrando no solo cubrir la demanda insatisfecha, sino cubriendo a todas las personas que requieran el servicio, brindando comodidad y satisfacción desde sus viviendas.

Además, el estudio administrativo permitió establecer las variables importantes que impactan el proyecto como su visión, misión, políticas, organigrama, número de empleados y salarios, permitiendo mostrar que la empresa de atención médica y traslados en ambulancia hará un aporte en la generación de empleo en el área metropolitana de Bucaramanga, el cual se requiere para el inicio de sus actividades una mano de obra directa de 34 personas (Médicos, paramédicos y conductores) e indirecta de 4 personas (Gerente, auxiliar administrativo, contador y vendedor).

Finalmente, el proyecto presenta un panorama altamente positivo, pues cuenta con una inversión inicial de \$1.571.138.791 con los cuales se pueden cumplir con todos los requisitos para inicio de labores y en los cuales se pueda cumplir el objetivo de atención planteado para el primer año de 7.008 traslados en ambulancia y de 5.256 atenciones médicas domiciliarias, esto se ve reflejado con el valor presente neto que da el análisis con una proyección de 5 años, ya que este valor es de \$129.013.592 siendo este positivo y dando luz verde de viabilidad para la implementación de la empresa, también se puede observar que la tasa interna de retorno es de un 18%, lo que informa que es viable el estudio, por ultimo podemos evidenciar con los indicadores el movimiento que se espera tener la empresa es su primer año de movimiento, en donde la mayoría arroja buenos resultados a excepción de los márgenes, en los cuales no cumple a cabalidad pero no están muy lejanos de cumplirlos, lo que da como resultado que se puede implementar la idea de empresa y forjarla con el tiempo para que los márgenes se estabilicen al esperado y pertinente para el manejo de una empresa.

## 8. RECOMENDACIONES

- Mantener un excelente servicio en todo momento, con la mayor calidad y recordando siempre que el cliente es el factor más importante para que la empresa garantice su permanencia en el mercado.
- Aplicar el proceso de mejora continua en todas las áreas de la empresa para lograr mayores y mejores beneficios para la compañía.
- Realizar capacitaciones constantemente, tanto en el área administrativa como operativa, buscando de esta manera ser más competitiva y eficiente.
- Se deben tener muy claros los objetivos a la hora de buscar anuncios publicitarios. Ya que implica un alto costo y de ello depende la imagen, el reconocimiento y el posicionamiento de la empresa en el mercado.
- Brindar un servicio o producto a una determinada población, con el fin de satisfacer sus necesidades.
- Para lograr mayor participación en el mercado, la empresa tiene que centralizar sus funciones de venta del servicio a través del gerente y haciendo énfasis en la planificación y ofrecimiento del portafolio de servicio a los clientes.
- Buscar siempre la mayor calidad en el mantenimiento de las ambulancias, ya que forman parte de la atención y el transporte de las personas; además, la amabilidad y la buena relación con los clientes garantiza la oportunidad de crecer en el mercado.

## BIBLIOGRAFÍA

ACTUALÍCISE. Información laboral 2020. [En línea]. Consultado 7 marzo 2020. Disponible en: <https://actualicese.com/informacion-laboral-2020/>

ALCALDIA DE BUCARAMANGA. Diagnóstico de primera infancia, infancia, adolescencia y juventud. [en línea]- Consultado el 8 de octubre de 2019. En: [http://www.bucaramanga.gov.co/laruta/download/infancia\\_y\\_adolescencia/documentos/Diagnostico-de-Primera-Infancia-Infancia-Adolescencia-y-Juventud-municipio-de-Bucaramanga-2016\\_.pdf](http://www.bucaramanga.gov.co/laruta/download/infancia_y_adolescencia/documentos/Diagnostico-de-Primera-Infancia-Infancia-Adolescencia-y-Juventud-municipio-de-Bucaramanga-2016_.pdf)

BANCO DE LA REPÚBLICA. Tasas de captación semanales y mensuales. [En línea]. Consultado 16 marzo 2020. Disponible en: <https://www.banrep.gov.co/es/estadisticas/tasas-captacion-semanales-y-mensuales>

CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTA. Constituya su empresa como natural, persona jurídica o establecimiento de comercio [En línea]. Consultado el 29 de octubre de 2019. Disponible en: <https://www.ccb.org.co/Cree-su-empresa/Pasos-para-crear-empresa/Constituya-su-empresa-como-persona-natural-persona-juridica-o-establecimiento-de-comercio>.

CASTRO TUIRÁN, Sirly, *et al.* Atlas de la aglomeración de Bucaramanga [En línea]. Consultado 10 septiembre 2019. Disponible en: [https://osc.dnp.gov.co/administrator/components/com\\_publicaciones/uploads/Atlas\\_Aglomeracin\\_de\\_Bucaramanga.pdf](https://osc.dnp.gov.co/administrator/components/com_publicaciones/uploads/Atlas_Aglomeracin_de_Bucaramanga.pdf)

CENSEA. Ventajas y desventajas de una S.A.S. [En línea]. Consultado el 29 de enero de 2020. Disponible en: <http://www.icesi.edu.co/censea/images/VENTAJAS-DEVENTAJAS-SAS.pdf>

CONSEJO DE BUCARAMANGA. Plan de ordenamiento territorial de segunda generación. [En línea]. Consultado 4 febrero 2020. Disponible en: <http://www.concejodebucaramanga.gov.co/planordenamientoterritorial/tomo2.pdf>

CORFICOLOMBIANA. Proyecciones económicas. [en línea]. Consultado el 17 de octubre de 2019. Disponible en: <https://www.corficolombiana.com/wps/portal/corficolombiana/web/inicio/analisis-mercados/investigaciones-economicas/proyecciones-economicas>

CUDRIZ, Laura. Et al. Ventajas y desventajas de las sociedades [En línea]. Consultado el 29 de enero de 2020. Disponible en: <https://es.slideshare.net/Thequeen2308/ventajas-y-desventajas-de-las-sociedades>

DANE INFORMACIÓN PARA TODOS. Proyecciones de población con desagregación nacional, departamental y municipal, por grupos quinquenales de edad, edades simples (0 a 28 años) y sexo. [En línea]. Consultado el 24 de enero de 2020. Disponible en: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/proyecciones-de-poblacion>.

DELGADO J., Pedro F., RODRIGUEZ G., Giovanna. El sector de servicios de salud en el área metropolitana de Bucaramanga: Un ejercicio de prospectiva-Cualitativo [En línea]. Consultado el 27 de agosto de 2019. Disponible en: [http://rlcu.org.ar/recursos/ponencias\\_IX\\_encuentro/Delgado\\_Jaimes.pdf](http://rlcu.org.ar/recursos/ponencias_IX_encuentro/Delgado_Jaimes.pdf)

DIAZ, Flor N., et al. Proyectos – Formulación y Criterios de Evaluación. Editorial Alfaomega Colombiana S.A., Bogotá, D.C., 2009. Pag 492

DIAZ R., Erika D. aproximación a los hábitos de consumo de contenidos mediáticos por partes de los niños y niñas de Colombia [En línea]. Consultado el 10 de agosto de 2019. Disponible en: [http://www.mincultura.gov.co/areas/comunicaciones/comunicacion-cultural-y-ni%C3%B1ez/Documents/ANEXO%205\\_Informe%20Bucaramanga%20Fase%202014.pdf](http://www.mincultura.gov.co/areas/comunicaciones/comunicacion-cultural-y-ni%C3%B1ez/Documents/ANEXO%205_Informe%20Bucaramanga%20Fase%202014.pdf)

ECONOMIPEDIA. Flujo de caja [En línea]. Disponible en: <http://economipedia.com/definiciones/flujo-de-caja.html>. Consultado el 02 de febrero de 2020.

E. Corral, I. Casado, R.M. Suárez. Gestión de calidad del Servicio de Emergencias SAMUR-Protección Civil. [En línea]. Vol. 33. Pamplona. 2010. Consultado 20 febrero 2020. Disponible en: [http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1137-66272010000200013](http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1137-66272010000200013)

EMPRESARIOS EN RED. Diferencias y ventajas: Persona natural y persona jurídica [En línea]. Consultado el 29 de enero de 2020. Disponible en: <https://www.empresariosenred.cl/capacitate/articulos/tributario-y-legal/tributario/diferencias-y-ventajas-persona-natural-y-persona>

GERENCIE.COM. Leverage. [En línea]. Consultado el 19 de marzo de 2020. Disponible en <https://www.gerencie.com/leverage.html>

INDUSTRIA PICO. [En línea]. Consultado 7 de marzo 2020. Disponible en: <https://www.industriaspico.com/>

KIZIRVAN, Mariam. Flujo de caja. [En línea]. Consultado el 02 de marzo de 20189. Disponible en: <http://economipedia.com/definiciones/flujo-de-caja.html>.

MESA, Manuela. CANALES DE DISTRIBUCIÓN INDIRECTO. [En línea]. Consultado el 8 de noviembre de 2019. Disponible en: [https://prezi.com/5orz7uj2jx\\_h/canales-de-distribucion-indirectos/](https://prezi.com/5orz7uj2jx_h/canales-de-distribucion-indirectos/)

MINISTERIO DE ECONOMIA Y FINANZAS. Decreto N 0.13-2006 [En línea]. Consultado el 29 de septiembre de 2019. Disponible en: [https://www.mef.gob.pe/contenidos/inv\\_publica/docs/normas/normasv/snip/2015/D documentos\\_MINSA/19B\\_DS\\_N\\_013\\_2006\\_SA\\_Reglamento\\_de\\_Establecimientos\\_de\\_Salud\\_y\\_Servicios\\_Medicos\\_de\\_Apoyo.pdf](https://www.mef.gob.pe/contenidos/inv_publica/docs/normas/normasv/snip/2015/D documentos_MINSA/19B_DS_N_013_2006_SA_Reglamento_de_Establecimientos_de_Salud_y_Servicios_Medicos_de_Apoyo.pdf)

MORALES M., Norberto. Tipos de canales de distribución selección y estrategias para incrementar el mercado. [En línea]. Consultado el 8 de noviembre de 2019. Disponible en: <https://es.slideshare.net/norbertomorales/canales-de-distribucin-5913539>

NICHO R, Daniel R. Valorando la atención domiciliaria: historia, modelos, situación actual y perspectiva [En línea]. Consultado el 27 de agosto de 2019. Disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos89/valorando-atencion-domiciliaria/valorando-atencion-domiciliaria.shtml>

POBLACIÓN POPULATION CITY. Población Bucaramanga. [En línea]. Consultado el 7 de agosto de 2019. Disponible en: <http://poblacion.population.city/colombia/bucaramanga/>

POBLACIÓN POPULATION CITY. Población Floridablanca. [En línea]. Consultado el 7 de agosto de 2019. Disponible en: <http://poblacion.population.city/colombia/floridablanca/>

POBLACIÓN POPULATION CITY. Población Girón. [En línea]. Consultado el 7 de agosto de 2019. Disponible en: <http://poblacion.population.city/colombia/girón/>

POBLACIÓN POPULATION CITY. Población Piedecuesta. [En línea]. Consultado el 7 de agosto de 2019. Disponible en: <http://poblacion.population.city/colombia/piedecuesta/>

POSTIGO, Carlos. Características, ventajas y desventajas de las sociedades limitadas [En línea]. Consultado el 28 de noviembre de 2019. Disponible en: <https://cursos.com/ventajas-desventajas-sociedades-limitadas/>

RAMIRES D., José L. CANALES INDIRECTOS. [En línea]. Consultado el 8 de febrero de 2020. Disponible en: <https://es.scribd.com/doc/49506976/CANAL-INDIRECTO-ensayo>

RESTREPO, JAIME. La calidad en la prestación de los servicios de salud: un imperativo por lograr. [En línea]. Consultado el 6 septiembre de 2019. Disponible en: [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0120-386X2007000100010](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-386X2007000100010)

SEBASTIAN, Juan. Canal de distribución es el circuito a través del cual los fabricantes. [En línea]. Consultado el 8 de octubre de 2019. Disponible en: <https://es.scribd.com/document/67053316/Canal-de-distribucion-es-el-circuito-a-traves-del-cual-los-fabricantes>


UNIVERSIA COSTA RICA. Tipos de investigación: Descriptiva, Exploratoria y Explicativa. [En línea]. Consultado el 12 de agosto de 2019. Disponible en: <http://noticias.universia.cr/educacion/noticia/2017/09/04/1155475/tipos-investigacion-descriptiva-exploratoria-explicativa.html>

UNIVERSIDAD VERACRUZANA. Evaluación de proyectos [en línea]. Consultado el 2 de septiembre de 2019. Recuperado en: <https://es.slideshare.net/chipokles/evaluacion-de-proyectos-1480301>

VidaNaturalia. Cromoterapia: Los Colores y la Salud. [En línea]. Consultado el 9 de marzo de 2020. Disponible en: <https://www.vidanaturalia.com/cromoterapia-los-colores-y-la-salud/>

## ANEXOS

### Anexo A. Encuesta conocimiento de la empresa UBM AMBULANCIAS S.A.S



**ENCUESTA DE CONOCIMIENTO PARA UNA NUEVA EMPRESA DE SERVICIOS MEDICOS DOMICILIARIOS Y TRASLADOS EN AMBULANCIA**

Estrato

☞ **Pregunta 1.** ¿Alguna vez ha utilizado los servicios de ambulancia?

Si  
 No

☞ **Pregunta 2.** ¿Qué tipo de servicio ha utilizado?

Traslados básicos dentro del área metropolitana de Bucaramanga  
 Traslados básicos fuera del área metropolitana de Bucaramanga  
 Traslados medicalizados dentro del área metropolitana de Bucaramanga  
 Traslados medicalizados fuera del área metropolitana de Bucaramanga

☞ **Pregunta 3.** ¿Con cuales empresas ha solicitado los servicios de ambulancia?

Ambulancias Emergencias  
 Doctor House  
 Emerger  
 Emermédica  
 AME  
 Otro cual \_\_\_\_\_

☞ **Pregunta 4.** ¿Cuántos servicios de ambulancia ha solicitado por año?

Menos de 2 servicios  
 Entre 3 y 5 servicios  
 Entre 6 y 10 servicios  
 Más de 10 servicios

☞ **Pregunta 5.** ¿Cuánto pago la última vez que utilizó los servicios?

\$ 60,000  
 \$ 800,000  
 \$ 100,000  
 \$ 120,000  
 Otro valor \_\_\_\_\_

☞ **Pregunta 6.** ¿Cómo califica los servicios de ambulancia?

Bueno  
 Regular  
 Malo


☞ **Pregunta 7.** ¿Recomendaría la empresa que le presta el servicio?

Si  
 No

☞ **Pregunta 8.** ¿Ha utilizado servicios de atención medica domiciliaria?

Si  
 No

**Anexo A (continuación).** Encuesta conocimiento de la empresa UBM  
AMBULANCIAS S.A.S



**ENCUESTA DE CONOCIMIENTO PARA UNA NUEVA EMPRESA DE SERVICIOS MEDICOS DOMICILIARIOS Y TRASLADOS EN AMBULANCIA**

➤ **Pregunta 9.** ¿Cuántas veces ha utilizado el servicio de atención domiciliaria en el último año?

Menos de 2 servicios

Entre 3 y 5 servicios

Entre 6 y 10 servicios

Más de 10 servicios

➤ **Pregunta 10.** ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por los servicios de atención domiciliaria?

Entre \$50.000 y \$75.000

Entre \$75.000 y \$100.000

Más de \$ 100.000


➤ **Pregunta 11.** ¿Estaría dispuesto o le gustaría utilizar los traslados en ambulancia y/o los servicios médicos domiciliarios que ofrece la nueva empresa?

Si

No

**Fuente:** Autores de investigación

## Anexo B. Cotización de proveedor de muebles y enseres



BUCHARMANGA
15
Mi cuenta

Homecenter.com.co | Carro de compras










● Carro de compras

○ Despacho





○ Pago seguro

### Carro de compras

Ver más productos
Comprar

	<p><b>Redline</b> Extintor Multipropósito 20lb ABC SKU: 105530</p>	<p>Envío a domicilio Retira tu compra en tienda</p>	<p>1 + -</p>	<p><b>\$79.900 Propack</b> \$0.0 PUM</p>	<p><b>\$79.900</b></p>
<p>Eliminar Guardar para después</p>					
	<p><b>Estra</b> Botiquín Premier Primeros Auxilios... SKU: 447643</p>	<p>Envío a domicilio Retira tu compra en tienda</p>	<p>1 + -</p>	<p><b>\$69.900 UND</b> \$0.0 PUM</p>	<p><b>\$69.900</b></p>
<p>Eliminar Guardar para después</p>					
	<p><b>Mq</b> Silla Plástica Con Brazos Infinity... SKU: 341677</p>	<p>Envío a domicilio Retira tu compra en tienda</p>	<p>4 + -</p>	<p><b>\$28.900 UND</b> \$0.0 PUM</p>	<p><b>\$115.600</b></p>
<p>Eliminar Guardar para después</p>					
	<p><b>Home Collection</b> Repisa Specta Wengue 30x25x25 Con ... SKU: 289382</p>	<p>Envío a domicilio Retira tu compra en tienda</p>	<p>2 + -</p>	<p><b>\$124.900 UND</b></p>	<p><b>\$248.800</b></p>
<p>Eliminar Guardar para después</p>					
	<p><b>Servicio de instalación profesional</b> Instalación de repisa SKU: 166797</p>	<p>Ver condiciones de armado</p>	<p><input type="checkbox"/> Agregar servicio</p>	<p>\$24.900UND</p>	<p><b>\$0</b></p>
	<p><b>Just Home Collec.</b> Centro de Trabajo en L Archivador ... SKU: 241292</p>	<p>Envío a domicilio Retira tu compra en tienda</p>	<p>2 + -</p>	<p><b>\$349.900 UND</b> \$0.0 PUM</p>	<p><b>\$699.800</b></p>
<p>Eliminar Guardar para después</p>					
	<p><b>Servicio de instalación profesional</b> Armado de mueble entre \$180.001 a \$350.000 SKU: 316420</p>	<p>Ver condiciones de armado</p>	<p><input type="checkbox"/> Agregar servicio</p>	<p>\$49.900UND</p>	<p><b>\$0</b></p>
	<p><b>Just Home Collec.</b> Escritorio Kazan 74x120x53cm Caram... SKU: 363971</p>	<p>Envío a domicilio Retira tu compra en tienda</p>	<p>1 + -</p>	<p><b>\$269.900 UND</b></p>	<p><b>\$269.900</b></p>
<p>Eliminar Guardar para después</p>					
	<p><b>Servicio de instalación profesional</b> Armado de mueble entre \$180.001 a \$350.000 SKU: 316420</p>	<p>Ver condiciones de armado</p>	<p><input type="checkbox"/> Agregar servicio</p>	<p>\$49.900UND</p>	<p><b>\$0</b></p>

## Anexo B (Continuación). Cotización de proveedor de muebles y enseres

	Sofa Market Sofá Cama Alden 3 Puestos Ecocuero... SKU: 341163 Color: Negro	<input checked="" type="radio"/> Envío a domicilio <input checked="" type="radio"/> Retira tu compra en tienda	1	<b>\$509.900 UND</b> Ahorro: \$40.000 UND Precio Normal: \$549.900 UND	\$509.900
	Servicio de instalación profesional Armado Sofá SKU: 274523	Ver condiciones de armado	<input type="checkbox"/> Agregar servicio	\$35.900 UND	\$0
	Industrias Cruz Archivador metálico 4 gavetas gris... SKU: 215091	<input checked="" type="radio"/> Envío a domicilio <input checked="" type="radio"/> Retira tu compra en tienda	1	<b>\$731.900 UND</b> \$0.0 PUM	\$731.900
	Servicio de instalación profesional Armado de Mueble Entre \$480.001 A \$600.000 SKU: 316422	Ver condiciones de armado	<input type="checkbox"/> Agregar servicio	\$63.900 UND	\$0

Agregar productos  
Puedes agregarlo directamente usando el código del producto (SKU)

Agregar productos


**Resumen de tu compra**


- Precios basados en tienda seleccionada: BUCARAMANGA
- No incluye costos de envío

Precio a Pagar: \$2.726.700

Comprar

[Ver más productos](#)

Medios de pago: 

Políticas de seguridad: 

**Fuente:** Homecenter. [En línea]. Disponible en: <https://www.homecenter.com.co/homecenter-co/>

## Anexo C. Cotización de proveedor de equipos de oficina

The screenshot displays the Alkosto website's shopping cart interface. At the top, there is a navigation bar with the Alkosto logo, a search bar, and contact information. Below the navigation bar, the cart is titled "Carrito de compras" and lists five items, each with a quantity selector and an "ELIMINAR" button. The items are:
















- All in one HP 20-c4111a Intel Celeron 19.5" Pulgadas RAM 4 GB Disco Duro 500GB Negro (3 units, \$3,297,000)
- Impresora Multifuncional HP 2135LA Blanco (2 units, \$378,000)
- Tv43"108cm LED Samsung 43J5290 Full HD Smart TV (1 unit, \$1,099,900)
- Teléfono PANASONIC Alámbrico TS500 Negro (2 units, \$95,800)
- Celular NOKIA 106 - 4MB Gris (2 units, \$139,800)

At the bottom right, a summary box shows "Mi Carrito" with a "Total" of \$5,010,500 and a yellow "Ir a pagar" button.




Item	Quantity	Price
All in one HP 20-c4111a Intel Celeron 19.5" Pulgadas RAM 4 GB Disco Duro 500GB Negro	3	\$ 3.297.000
Impresora Multifuncional HP 2135LA Blanco	2	\$ 378.000
Tv43"108cm LED Samsung 43J5290 Full HD Smart TV	1	\$ 1.099.900
Teléfono PANASONIC Alámbrico TS500 Negro	2	\$ 95.800
Celular NOKIA 106 - 4MB Gris	2	\$ 139.800
<b>Total</b>		<b>\$ 5.010.500</b>

Fuente: Alkosto. [En línea]. Disponible en: <https://www.alkosto.com/>

## Anexo D. Cotización de proveedor de útiles de oficina

PANAMERICANA				
1 MI CARRITO 2 E-MAIL 3 IDENTIFICACIÓN, ENVÍO Y PAGO				
Producto	Envío	Precio	Cantidad	Total
 Calculadora financiera HP 17BII+ de 22 dígitos	a calcular	\$ 389.900	- <input type="text" value="1"/> +	\$ 389.900 ✕
 Cartucho de tinta HP 564 negra Original (CB316/WL)	a calcular	\$ 85.000	- <input type="text" value="2"/> +	\$ 170.000 ✕
 Memoria Kingston USB retráctil 3.0 de 32 GB, negra	a calcular	\$ 29.900	- <input type="text" value="2"/> +	\$ 59.800 ✕
 Resma de papel fotocopia carta CopyPac de 75 g, 500 hojas	a calcular	\$ 10.300	- <input type="text" value="4"/> +	\$ 41.200 ✕
 Resma de papel oficio para fotocopia de 75 g Copypac	a calcular	\$ 12.700	- <input type="text" value="1"/> +	\$ 12.700 ✕
 Cuaderno cuadriculado 80 hojas, argollado, Oxford naranja	a calcular	\$ 22.900	- <input type="text" value="2"/> +	\$ 45.800 ✕
 Pegante Colbón para papel, de 1 kg	a calcular	\$ 22.300	- <input type="text" value="1"/> +	\$ 22.300 ✕
 Resaltadores Pelikan colores pastel x 6 unidades	a calcular	\$ 10.000	- <input type="text" value="3"/> +	\$ 30.000 ✕
 Bolígrafo negro Bic, paga 24 y lleva 36	a calcular	\$ 22.000	- <input type="text" value="1"/> +	\$ 22.000 ✕
 Regla lupa 2x de 30 cm, transparente	a calcular	\$ 24.900	- <input type="text" value="2"/> +	\$ 49.800 ✕
 Tijeras multiusos, 17.5 cm	a calcular	\$ 19.900	- <input type="text" value="3"/> +	\$ 59.700 ✕
 Juego de lápices de dibujo Stabilo x 12 uds.	a calcular	\$ 18.500	- <input type="text" value="2"/> +	\$ 37.000 ✕
 Cinta adhesiva de polipropileno para empaque Tesa	a calcular	\$ 21.900	- <input type="text" value="1"/> +	\$ 21.900 ✕
 Pasta de argolla convertible de 3' con oro "D", tamaño carta, color blanco	a calcular	\$ 16.800	- <input type="text" value="2"/> +	\$ 33.600 ✕
 Perforadora de 2 huecos 1050 Jumbo metálica con capacidad de 40 hojas	a calcular	\$ 41.000	- <input type="text" value="1"/> +	\$ 41.000 ✕

**Anexo D (Continuación).** Cotización de proveedor de útiles de oficina

 Cosedora semiindustrial, capacidad 60 hojas, negra	a calcular	\$ 69.800	- <input type="text" value="1"/> +	\$ 69.800	X
 Fólder plástico colgante, tamaño oficio, x 6	a calcular	\$ 23.600	- <input type="text" value="2"/> +	\$ 47.200	X
 Tajalápiz para lápiz de arte con depósito Cretacolor	a calcular	\$ 9.600	- <input type="text" value="4"/> +	\$ 38.400	X









  

Código	<input type="button" value="Sumar"/>
Subtotal	\$ 1.192.100
<b>Total</b>	<b>\$ 1.192.100</b>






Monto mínimo para la compra \$50.000.  
 Agrega más unidades o [Elige otros productos](#)

**Fuente:** Panamericana. [En línea]. Disponible en: <https://www.panamericana.com.co/>

## Anexo E. Cotización de proveedor de útiles de aseo

PRODUCTO		PRECIO	CANTIDAD
X	 <b>PORTATRAPERO FULLER MANGO PLASTICO 060</b>	\$ 10.598	- 1 +
X	 <b>ESCOBA SUPER DALIA SURTIDA</b>	\$ 5.717	- 2 -
X	 <b>TRAPERO ALGODON ESPECIAL REF 1200 TRAPIS</b>	\$ 9.042	- 2 +
X	 <b>RECOGEDOR CON BANDA MANGO PLAST. ETERNA</b>	\$ 4.707	- 1 +
X	 <b>LIMPIDO BLANCOX X 3800</b>	\$ 8.864	- 3 +
X	 <b>PAPEL FAMILIA J HT BLANCO 71177 X 170 MT</b>	\$ 13.737	- 2 +
X	 <b>LAVALOZA LIQUIDO TDA X 5 GL</b>	\$ 70.003	- 1 -
X	 <b>ESCURRIDOR HYGIENIC 60 CM ROJO</b>	\$ 74.747	- 1 +

**Anexo E (Continuación).** Cotización de proveedor de útiles de aseo

X		<b>GUANTE DURALON ETERNA C35 T.8</b>	\$ 3.407	- 2 +
X		<b>ESPONJA QUITA MANCHAS X 2 PREMIUM ETERNA</b>	\$ 5.547	- 2 +
X		<b>FABULOSO LAVANDA X 2000 ML</b>	\$ 10.807	- 1 +
X		<b>JABON POLVO AS AZUL X 1000 GR CJX20</b>	\$ 4.078	- 3 +
X		<b>HIPOCLORITO TDA. X 5 GALONES</b>	\$ 44.828	- 2 +

**Total del carrito**

Subtotal  
**\$ 376.223**

Total  
**\$ 376.223**

**Finalizar compra**

**Fuente:** TODO ASEO. [En línea]. Disponible en: <https://www.todoaseo.com/>

## Anexo F. Cotización de proveedor de medicamentos

The screenshot displays the Farmalisto website's shopping cart interface. At the top, there is a navigation bar with the Farmalisto logo, a search bar, and links for 'Ingresar' and 'Registrarme'. Below the navigation bar, a progress indicator shows four steps: '1. Mi Carrito' (active), '2. Datos de entrega', '3. Fórmula médica', and '4. Modos de Pago'. The main content area lists 12 items in the cart, each with a product image, name, unit price, quantity, and subtotal. A note below each item states: 'Agregarlo este producto es posible que nuestra promesa de entrega se extienda\*\*'. At the bottom right, a summary box shows the total amount as \$641.980 and a 'Pagar >>' button.

Producto	Precio unitario	Cantidad	Sub Total
Losartán 100 Mg Caja Con 15 Tabletas Cubiertas rx4	\$21.650	7	\$151.550
Dexametasona 4 Mg / ML Caja Con 10 Ampollas Rx	\$20.650	7	\$144.550
Diclofenaco 50 Mg Caja Con 20 Tabletas...	\$2.240	5	\$11.200
Piroxicam 20 Mg Caja Con 10 Cápsulas Rx	\$3.100	7	\$21.700
Betametasona 8 Mg / 2 ML Solución Inyectable...	\$3.000	20	\$72.000
Naproxeno 500 Mg Caja Con 10 Tabletas Rx	\$6.650	7	\$46.550
Ibuprofeno 400 Mg Caja X 100 Tabletas Ra	\$14.700	2	\$29.400
Ácido Acetilsalicílico 100 Mg Caja Con 100...	\$22.860	2	\$45.720
Acetaminofen 500 Mg American Generics Caja Con...	\$13.000	2	\$26.000
Metronidazol 500 Mg Caja Con 100 Tabletas rx2	\$15.600	2	\$31.200
Amoxicilina 500 Mg Caja Con 100 Cápsulas rx2	\$23.805	2	\$47.610
Sulfato Ferroso 300 Mg Caja Con 250 Tabletas Rx	\$14.500	1	\$14.500
<b>Total:</b>			<b>\$641.980</b>

Fuente: Farmalisto. [En línea]. Disponible en: <https://www.farmalisto.com.co/>