

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO



**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
ESCUELA DE INGENIERÍA FINANCIERA Y COMERCIO EXTERIOR
CARRERA DE INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR**

MEMORIA TÉCNICA

Previa a la obtención del título de:

INGENIERA EN COMERCIO EXTERIOR

MENCIÓN EN NEGOCIACIONES INTERNACIONALES

TEMA:

**PLAN ESTRATÉGICO DE IMPORTACIONES DE EQUIPOS MÉDICOS PARA
LA EMPRESA “VIENNATONE” S.A. DESTINADOS A LA
COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA, PROVINCIA DE
CHIMBORAZO, PERIODO 2011-2015.**

TAPIA MARTÍNEZ CARLA MARCELA

VILLACREZ ORTIZ EVELYN ANGÉLICA

RIOBAMBA- ECUADOR

2011

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo ha sido revisado en su totalidad quedando autorizada su presentación.

.....
Eco. Jorge Ríos
DIRECTOR DE MEMORIA TÉCNICA

.....
PRESIDENTE TRIBUNAL

.....
MIEMBRO TRIBUNAL

AUTORÍA

Las Ideas expuestas en el presente trabajo de investigación y que aparecen como propias son en su totalidad de absoluta responsabilidad de las autoras.

Carla Marcela Tapia Martínez.

Evelyn Angélica Villacrez Ortiz.

AGRADECIMIENTO

A nuestro buen DIOS quien nos ha dado la oportunidad de continuar con nuestra formación académica y culminar con éxito el desarrollo de esta memoria técnica.

A la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo por su contribución permanente en la formación de profesionales, manteniendo la excelencia académica que la caracteriza desde su creación.

A todo el personal Docente, quienes han compartido sus conocimientos y experiencia con gran generosidad para darnos una formación integral. En especial al Economista Jorge Ríos, maestro y amigo que con mucha entrega nos ha guiado en el desarrollo de la presente memoria técnica de titulación.

A nuestros padres, que siempre nos han apoyado y son nuestra motivación permanente para buscar días mejores.

DEDICATORIA

A Dios, por ser nuestro creador, amparo y fortaleza, cuando más lo necesitamos, y por hacer palpable su amor a través de cada uno de los que nos rodeó, a mis padres y hermano, quienes a lo largo de mi vida han velado por mi bienestar y educación, y han sido pilares fundamentales en el largo camino de la vida y así, forman parte de este logro que nos abre puertas en nuestro desarrollo profesional.

A toda mi familia y amigas que de una u otra manera han desempeñado un papel importante en mi formación académica y personal.

A mi compañera de proyecto por todo lo aportado, tiempo y conocimientos, su paciencia y compañerismo; por su ayuda económica y apoyo a la realización del proyecto.

A todos, por sus oraciones y buenos deseos muchas gracias.

Evelyn Villacrez O.

A mis padres y hermanos por su apoyo y confianza brindada a lo largo de mi carrera. Gracias por ayudarme a cumplir mis objetivos y metas planteadas como persona y estudiante; por brindarme los recursos necesarios y estar a mi lado apoyándome siempre a través de sus consejos enseñanzas y amor.

A mi familia y amigas que formaron parte indispensable en mi formación y contribuyeron indirectamente con mi desarrollo profesional y personal.

A dios por permitirme llegar a este momento tan especial en mi vida. Por los triunfos y los momentos difíciles que me han enseñado a valorar cada día más.

Carla Tapia M.

ÍNDICE DE CONTENIDO

No.

PÁGINA

CAPÍTULO I

1.	GENERALIDADES DE LA EMPRESA VIENNATONE.....	1
1.1.	ANTECEDENTES DE LA EMPRESA.....	1
1.2.	UBICACIÓN GEOGRÁFICA.....	2
1.3.	MISIÓN.....	3
1.4.	VISIÓN.....	3
1.5.	OBJETIVOS.....	3
1.5.1.	OBJETIVO GENERAL.....	3
1.5.2.	OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	3
1.6.	VALORES.....	3
1.7.	LOGOTIPO DE LA EMPRESA.....	4
1.8.	ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL.....	5
1.9.	DISTRIBUCIÓN DE LA EMPRESA.....	6

CAPÍTULO II

2.	DIAGNÒSTICO DE LAS IMPORTACIONES DE LA EMPRESA VIENNATONE...	7
2.1.	CLIENTES DE LA EMPRESA VIENNATONE S.A.....	7
2.2.	DEMANDA DE EQUIPOS.....	8
2.3.	FLUJOGRAMA DE PROCESO DE IMPORTACIÓN VIENNATONE S.A.....	11
2.4.	PROCESO DE IMPORTACIÓN ACTUAL DE LA EMPRESA VIENNATONE.....	12
2.4.1.	NOTA DE PEDIDO.....	13
2.4.2.	TRANSFERENCIA DE PAGO.....	13
2.4.3.	PÓLIZA DE SEGURO	13
2.4.4.	FÁCTURA COMERCIAL.....	15
2.4.5.	GUÍA ÁREA.....	15
2.4.6.	RECEPCIÓN DE DOCUMENTOS ADUANA (CAE).....	16
2.4.7.	DECLARACIÓN ADUANERA ÚNICA (DAU).....	17
2.4.7.1.	DAU-A.....	17
2.4.7.2.	DAU-B.....	19
2.4.7.3.	DAU-C.....	19
2.4.8.	DECLARACIÓN ADUANERA DEL VALOR (DAV).....	21
2.4.9.	COMPROBANTE PAGO TRIBUTOS ADUANEROS.....	21
2.4.10.	REVISIÓN DE DOCUMENTOS.....	22
2.4.11.	ACTA DE AFÒRO FÍSICO.....	22
2.4.12.	LIQUIDACIÓN.....	23
2.4.12.1.	PAGO Y SELLO.....	23
2.4.12.2.	DECLARACIÓN DE PAGO Y DE LIQUIDACIÓN.....	23
2.4.13.	DESADUANIZACIÓN (RETIRO DE LA CARGA).....	23
2.5.	ANÁLISIS FODA.....	23

CAPÍTULO III

3.	ESTUDIO DE MERCADO.....	25
3.1.	ANTECEDENTES DEL ESTUDIO DE MERCADO.....	25
3.2.	ÁMBITO DE APLICACIÓN DEL ESTUDIO DE MERCADO.....	26

3.3.	DIAGRAMA DE UN ESTUDIO DE MERCADO.....	27
3.3.1.	EL PRODUCTO.....	28
3.3.1.1.	EL CONSUMIDOR.....	28
3.3.2	DEMANDA DEL PRODUCTO.....	29
3.3.3.	OFERTA DEL PRODUCTO.....	30
3.3.4.	LOS PRECIOS DEL PRODUCTO.....	31
3.3.5.	COMERCIALIZACIÓN.....	31
3.3.6.	MERCADO POTENCIAL.....	31
3.3.6.1.	PROYECCIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA	32
3.3.6.2.	EL MERCADO DE LA COMPETENCIA.....	33
3.3.6.3.	PROYECCIÓN POBLACIONAL DEL MERCADO POTENCIAL.....	34
CAPÍTULO IV		
4.	COSTO DE IMPORTACIÓN.....	39
4.1	DIAGRAMA DE COSTO DE IMPORTACIÓN.....	39
4.2.	DETERMINACIÓN DEL COSTO DE IMPORTACIÓN.....	40
4.2.1.	DETERMINACIÓN DE LA BASE IMPONIBLE.....	40
4.2.1.1.	DETERMINACIÓN DE DERECHOS, TASAS Y CONTRIBUCIONES.....	41
4.3.	DETERMINACIÓN DE LOS GASTOS DE IMPORTACIÓN.....	41
4.4.	DETERMINACIÓN DEL MARGEN DE UTILIDAD.....	43
CAPÍTULO V		
5.	PROPUESTA DEL PLAN ESTRATÉGICO DE IMPORTACION DE EQUIPOS MÉDICOS.....	46
5.1.	INTRODUCCIÓN.....	46
5.2.	OBJETIVO GENERAL.....	46
5.2.1.	OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	46
5.3.	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO.....	47
5.4.	CLIENTES DE LA EMPRESA VIENNATONE.....	55
5.5.	PROCESO DE PLANEACIÓN ESTRATÉGICA PARA VIENNATONE.....	57
5.6.	ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN.....	58
5.6.1.	PRODUCTO.....	59
5.6.1.1.	ESTRATEGIAS DE PRODUCTO.....	59
5.6.2.	PRECIO.....	59
5.6.2.1.	ESTRATEGIAS DE PRECIO.....	59
5.6.3.	PLAZA O CANAL DE DISTRIBUCIÓN.....	60
5.6.3.1.	ESTRATEGIAS DE PLAZA O CANAL DE DISTRIBUCIÓN.....	60
5.6.4.	PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD.....	60
5.6.4.1.	ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD.....	61
CAPÍTULO VI		
6.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	62
6.1.	CONCLUSIONES.....	62
6.2.	RECOMENDACIONES.....	63
	RESUMEN.....	64
	SUMMARY.....	65
	BIBLIOGRAFÍA.....	66

ANEXOS.....	67
-------------	----

ÍNDICE DE GRÁFICOS

	PÁGINA
Nº1. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL.....	5
Nº2. DISTRIBUCIÓN DE LA EMPRESA.....	6
Nº3. EQUIPOS.....	9
Nº4. FLUJOGRAMA DE PROCESO DE IMPORTACIÓN VIENNATONE S.A.....	11

Nº5.	PROCESO DE IMPORTACIÓN	12
Nº6.	DIAGRAMA DE UN ESTUDIO DE MERCADO	27
Nº7.	PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN.....	34
Nº8.	PRONÓSTICOS.....	38
Nº9.	PRONÓSTICOS DE LA POBLACIÓN.....	38

ÍNDICE DE CUADROS

	PÁGINA
Nº 1	NIVEL DE ACEPTACIÓN DE EQUIPOS MÉDICOS..... 32
Nº2.	MERCADO DE LA COMPETENCIA..... 33
Nº3.	IMPORTACIONES DEL PAÍS DE DESTINO (2005-2010)..... 35
Nº4	POBLACIÓN ACTUAL DEL PÁIS DE DESTINO(2005-2010)..... 35
Nº5.	PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN (2005-2010)..... 36
Nº6	PROYECCIÓN..... 36

Nº7.	PROYECCIÓN (2010-2015).....	37
Nº8.	PROYECCIÓN POBLACIÓN PRONÒSTICADA (2011-2015).....	37
Nº9.	DETERMINACIÓN DE LA BASE IMPONIBLE.....	40
Nº10.	DETERMINACIÓN DE DERECHOS, TASAS Y CONTRIBUCIONES.....	41
Nº11.	DETERMINACIÓN DE LOS GASTOS DE IMPORTACIÓN.....	42
Nº12.	DETERMINACIÓN DEL MARGEN DE UTILIDAD(ECÓGRAFO).....	43
Nº13.	DETERMINACIÓN DEL MARGEN DE UTILIDAD(TERMOCUNA).....	44
Nº14.	DETERMINACIÓN DEL MARGEN DE UTILIDAD(MUEBLES).....	44
Nº15.	DETERMINACIÓN DEL MARGEN DE UTILIDAD(MANGUERAS).....	45

INTRODUCCIÓN

En la actualidad el aporte de la tecnología es fundamental en todas las áreas, pero imprescindible en lo que respecta a la medicina; consideramos que debe existir una interrelación entre medicina y tecnología, ya que el manejo de los equipos médicos de alta complejidad son parte de los avances tecnológicos que se han venido efectuando a través del tiempo.

Los últimos 50 años se han caracterizado por un avance vertiginoso de la ciencia, actualmente todas estas tecnologías avanzan a un paso tan rápido que

para los que se dedican a utilizarlas les cuesta mantenerse al corriente de su aparición y utilidades, sin tener en cuenta la experiencia directa con ellas.

El desarrollo tecnológico ha propiciado un cambio asombroso en la medicina; su avance ha permitido conocer infinidad de procesos que explican el porqué de muchas enfermedades, de eventos que ocurren en el organismo humano y de las consecuencias de relacionarse con su entorno.

Esto ha generado una forma más simple del razonamiento en la ejecución del acto médico, surgiendo dos tendencias distintas de pensamiento: una en la que se investiga, reflexiona y estudia permanentemente acerca de los procesos y otra en la que se aplica la tecnología sin la labor indagatoria por parte del médico.

El Plan de Importación de Equipos Médicos es elemental para la comercialización en las casas asistenciales de Riobamba ya que ha dado pasos gigantes en lo que respecta al uso de nuevas tecnologías y nuevos equipos que le permitan tener un desempeño mucho más eficiente y entregar al cliente un resultado final en poco tiempo y de muchísima mejor calidad; ya que la industria de la máquina, herramienta la cual tiene presencia en casi todo el mundo y cada día tiene el equipo más actualizado con tecnología de punta y lo más importante con sistemas casi en su totalidad automatizados, si no se da el caso en el cual los equipos son completamente autónomos.

CAPÍTULO I

1. GENERALIDADES DE LA EMPRESA VIENNATONE S.A.¹

1.1. ANTECEDENTES DE LA EMPRESA.

La Empresa VIENNATONE "S.A." se crea el 16 de mayo del año 2000, según disposiciones vigentes, bajo el Representante Legal y actual Gerente Ing. Bruno Ullauri Paredes con cédula de ciudadanía 171054305-7; ubicada en la actualidad en la ciudad de Quito en la Av. 6 de Diciembre N34-45 y Checoslovaquia, quien desde el momento de su creación se ha mantenido al frente de la Administración promoviendo las mejores alternativas para el crecimiento sustentable de la Empresa y satisfacer las necesidades de los clientes; ofreciendo los mejores Equipos Médicos de calidad y tecnología (GENERAL ELECTRIC) Importados desde MIAMI (EEUU).

La Empresa cumple con todas las exigencias legales del país. Es así como cuenta con su reglamento interno para su funcionamiento normado; también cuenta con un Registro Único de Contribuyentes (RUC) N/ 1791736699001, donde se encuentra registrada las actividades que realiza la empresa.

Además la empresa cuenta con su propio Documento Único de Importaciones, lo cual hasta el momento le ha permitido llevar a cabo sus importaciones personalmente, siendo el personal designado de la empresa los encargados de llevar a cabo todo el proceso desde las cotizaciones hasta el desembarque final, considerando todas las exigencias que durante ese periodo se deba cumplir.

DIRECTORIO DESIGNADO:

Gerente: Ing. Bruno Ullauri Paredes.

Presidente: Sra. Susana Paredes de Ullauri.

¹ VIENNATONE S.A. , GENERALIDADES DE LA EMPRESA, QUITO 2010

La Empresa Viennatone "S.A." cuenta con los siguientes Socios, Accionistas:

TIPO DE PERSONA JURÍDICA (SOCIEDAD ANÓNIMA).

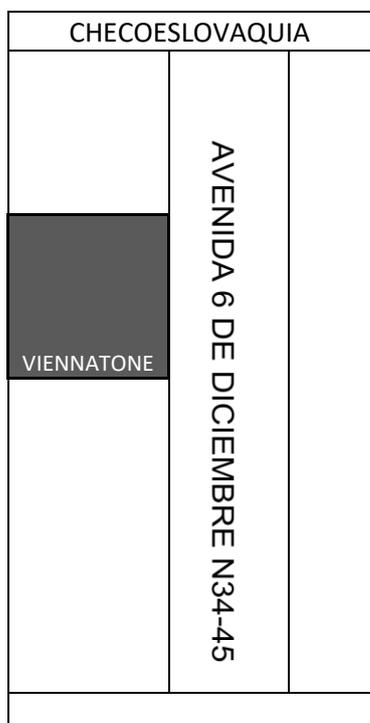
SOCIOS, ACCIONISTAS	CÉDULA DE CIUDADANÍA	PARTICIPACIÓN	DOMICILIO FISCAL
BRUNO ESTEBAN ULLAURI PAREDES	1710543057	45%	QUITO – ECUADOR
ALEJANDRA DEL ROCÍO ULLAURI PAREDES	1710645845	45%	QUITO – ECUADOR
SUSANA DEL PILAR PAREDES LÓPEZ	1702918978	10%	QUITO – ECUADOR

FUENTE: EMPRESA "VIENNATONE" S.A., GENERALIDADES, QUITO 2010

ELABORADO POR: TAPIA CARLA, VILLACREZ EVELYN.

1.2. UBICACIÓN GEOGRÁFICA

La empresa VIENNATONE se encuentra ubicada en la provincia de Pichincha, en la ciudad de Quito en las calles Av. 6 de Diciembre N34-45 y Checoeslovaquia.



1.3. MISIÓN.

Ofrecer un servicio personalizado con calidad y calidez, satisfacer plenamente las necesidades específicas de todos nuestros clientes. Mantener un estándar superior en calidad de equipos, como en tecnología, respaldo, garantía, etc.

1.4. VISIÓN.

Llegar a ser líderes absolutos en la comercialización de equipos de ultrasonido GE en nuestro país, posicionando la marca como referencia en alta tecnología y calidad de productos.

1.5. OBJETIVOS

1.5.1. Objetivo General.

Aumentar al máximo el valor de las acciones de la empresa por medio del incremento del volumen de ventas e incrementar el mercado nacional para obtener una mayor rentabilidad.

1.5.2. Objetivos Específicos.

- Ser una marca líder en el mercado.
- Ser una empresa reconocida por su variedad de productos.
- Generar mayores utilidades.
- Aumentar activos.

1.6. VALORES.

Somos una empresa responsable, de excelencia y calidad, honesta de respeto y con una gran cultura de servicio.

Responsabilidad.

Cumplimiento de los objetivos de la empresa, basados en principios éticos y los mejores equipos médicos para las casas asistenciales de salud.

Honestidad.

Comportamiento íntegro y consecuente con los compromisos asumidos, tanto en nuestras relaciones personales como de trabajo.

Respeto.

Ofrecimiento de un servicio de salud integral hacia nuestros clientes, como personas únicas con necesidades particulares, garantizando los derechos del paciente y su familia, así como también la consideración y debida tolerancia con los demás de la empresa.

Excelencia y calidad.

Mejorar la calidad de vida de nuestros clientes, ofreciendo día a día un mejor servicio de salud, con equipos con tecnología de punta.

Cultura de servicio.

Incremento del grado de comprensión y compromiso con la visión, misión y valores de la empresa, así como la búsqueda de soluciones a nuestros clientes que nos permitan brindar propuestas efectivas para responder a sus necesidades.

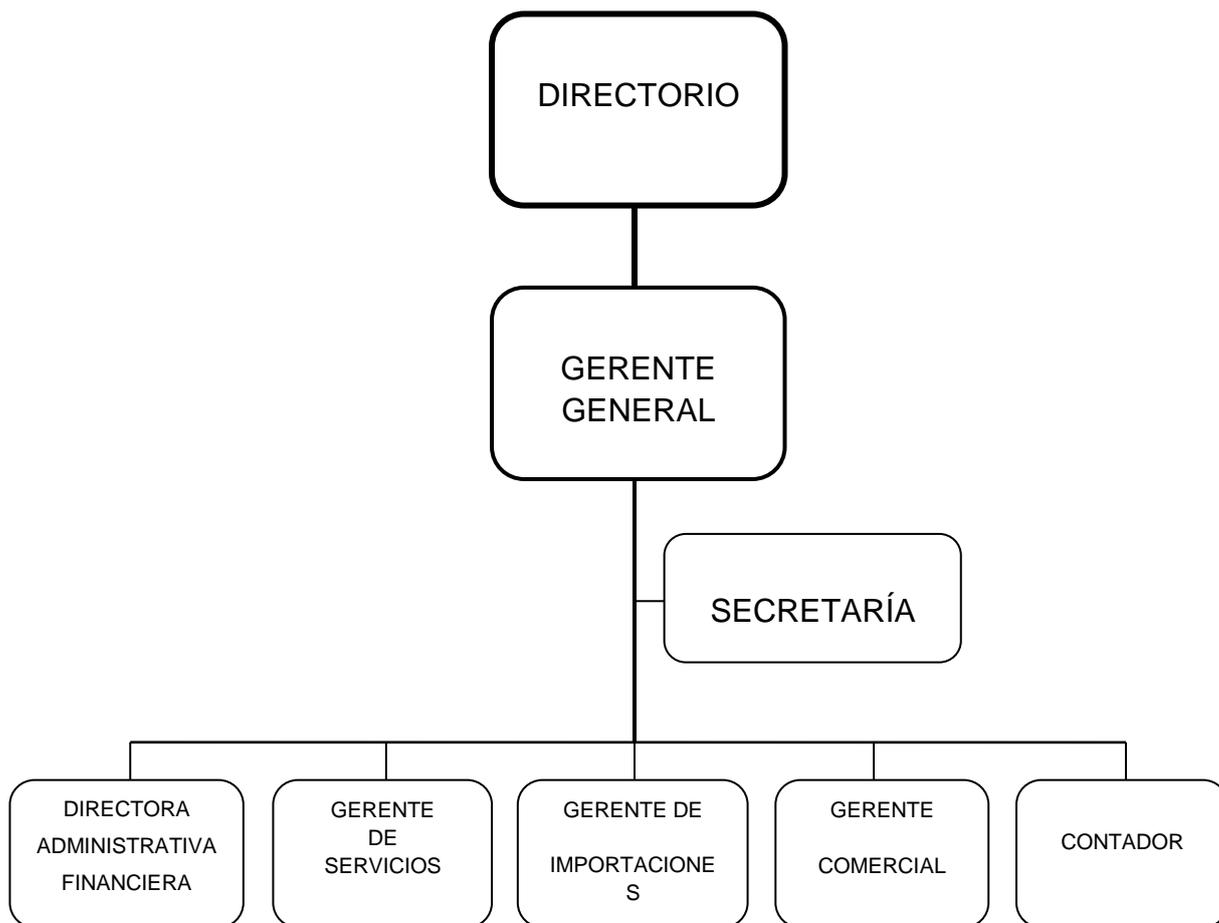
1.7. LOGOTIPO DE LA EMPRESA.

GRUPO
viennatone

“LA MEJOR INVERSIÓN ES CUANDO SE ESCOGE LA MARCA”

1.8. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

GRAFICO #1

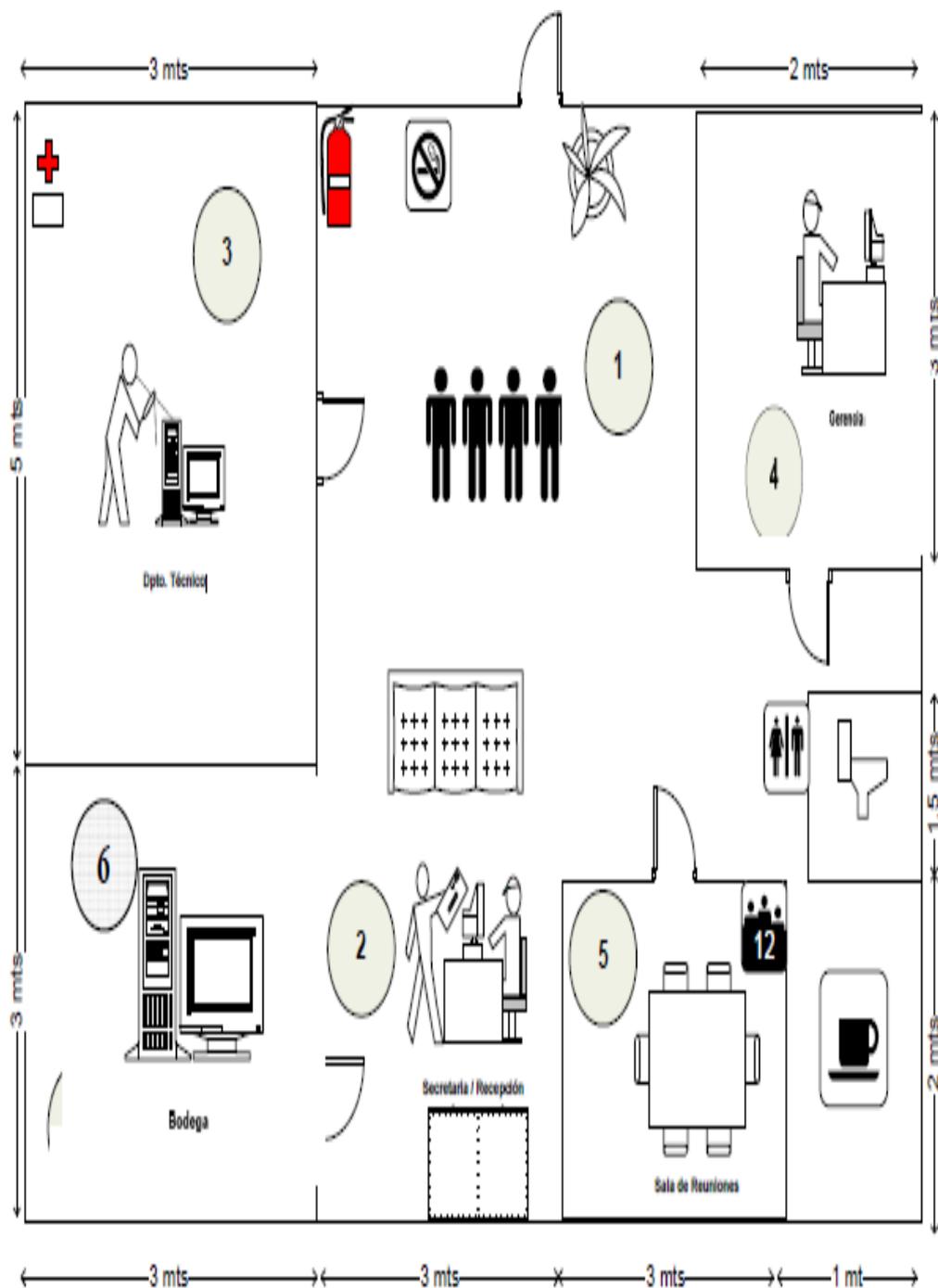


FUENTE: EMPRESA "VIENNATONE" S.A., QUITO 2010

ELABORADO POR: TAPIA CARLA, VILLACREZ EVELYN.

1.9. DISTRIBUCIÓN DE LA EMPRESA

GRAFICO # 2



FUENTE: EMPRESA "VIENNATONE" S.A.GENERALIDADES, QUITO 2010

ELABORADO POR: TAPIA CARLA, VILLACREZ EVELYN.

CAPÍTULO II

2. DIAGNÓSTICO DE LAS IMPORTACIONES DE LA EMPRESA VIENNATONE S.A.

2.1. CLIENTES DE LA EMPRESA VIENNATONE S.A.

La empresa en la actualidad mantiene sus relaciones con diversas instituciones pertenecientes tanto al sector público como al sector privado. VIENNATONE considera como el inicio de sus actividades que concluyen con la importación de equipos; que identifican necesidades de algunos de sus clientes.

Los productos que VIENNATONE ofrece, no solo se encuentra en la ciudad de Quito, de lo contrario se encuentra en diferentes ciudades del país como: Cuenca, Guayaquil, Ambato, Ibarra y la ciudad de Riobamba.

Así por ejemplo podemos citar el caso de algunas de las instituciones a las cuales se distribuyen los equipos médicos:

QUITO:

- Hospital Eugenio Espejo
- Hospital de Niños Baca Ortiz
- Clínica Metropolitana
- Tomo Medical
- Hospital Andrade Marín
- Maternidad Isidro Ayora
- Clínica Mosquera

RIOBAMBA:

- Clínica Santa Cecilia
- Hospital General de Riobamba
- Seguro Social Riobamba

- Clínica Moderna
- Hospital San Juan
- Clínica La Salud
- Clínica Metropolitana
- Hospital Andino

GUAYAQUIL:

- Hospital Luis Vernaza
- Hospital del Niño Francisco Icaza

CUENCA:

- IESS Cuenca
- Hospital Monte Sinai

IBARRA:

- Clínica Médica del Norte
- Instituto Médico de Especialidades (IME)

AMBATO:

- Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social de Tungurahua
- Hospital Regional Docente de Ambato

2.2. DEMANDA DE EQUIPOS.

Los equipos que se han importado según la demanda de los clientes y las necesidades de los mismos para el del grupo VIENNATONE S.A. desde Miami (Estados Unidos) con el objetivo de satisfacer las necesidades de los compradores son los que se muestran a continuación:

GRÁFICO # 3

EMPRESA/PROVEEDORA	ARTICULO	COMPRADOR
	Radiografía	TOMOMEDICAL
	Ultrasonidos	Hospital Santa Cecilia
	Resonancia Magnética	Hospital Eugenio Espejo
	Mamografía	SOLCA
	Monitorización materna y fetal	Maternidad Isidro Ayora

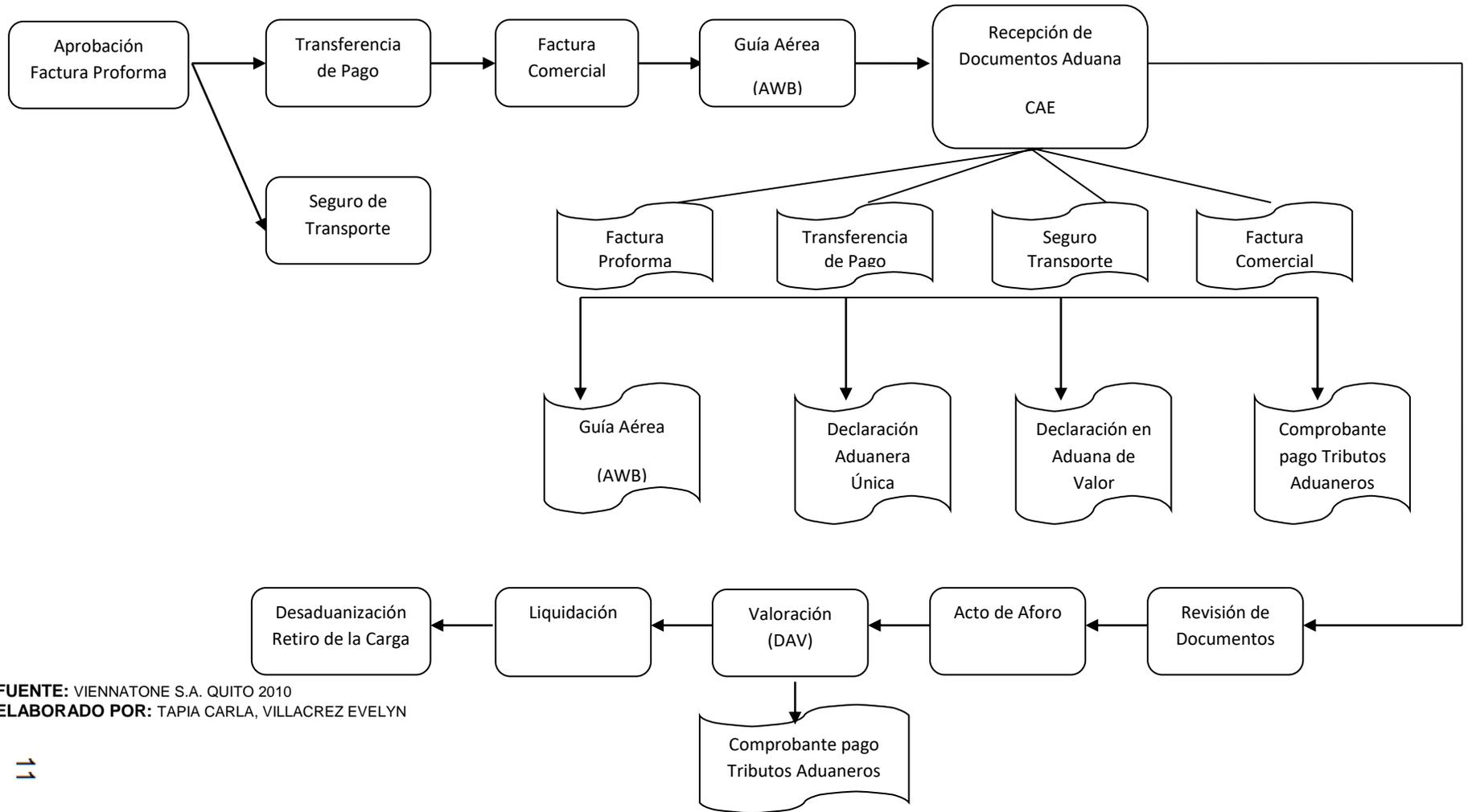
	<p>Sistema de ultrasonidos cardiovascular Vivid i</p>	<p>METROPOLITANA</p>
	<p>Accesorios y suministros de electroencefalografía (EEG)</p>	<p>CLÍNICAS Y HOSPITALES</p>
	<p>Monitorización invasiva de la tensión</p>	<p>CLÍNICAS Y HOSPITALES</p>

FUENTE: VIENNATONE S.A. QUITO 2010

ELABORADO POR: TAPIA CARLA, VILLACREZ EVELYN

2.3. FLUJOGRAMA DE PROCESO DE IMPORTACIÓN VIENNATONE.

GRAFICO # 4



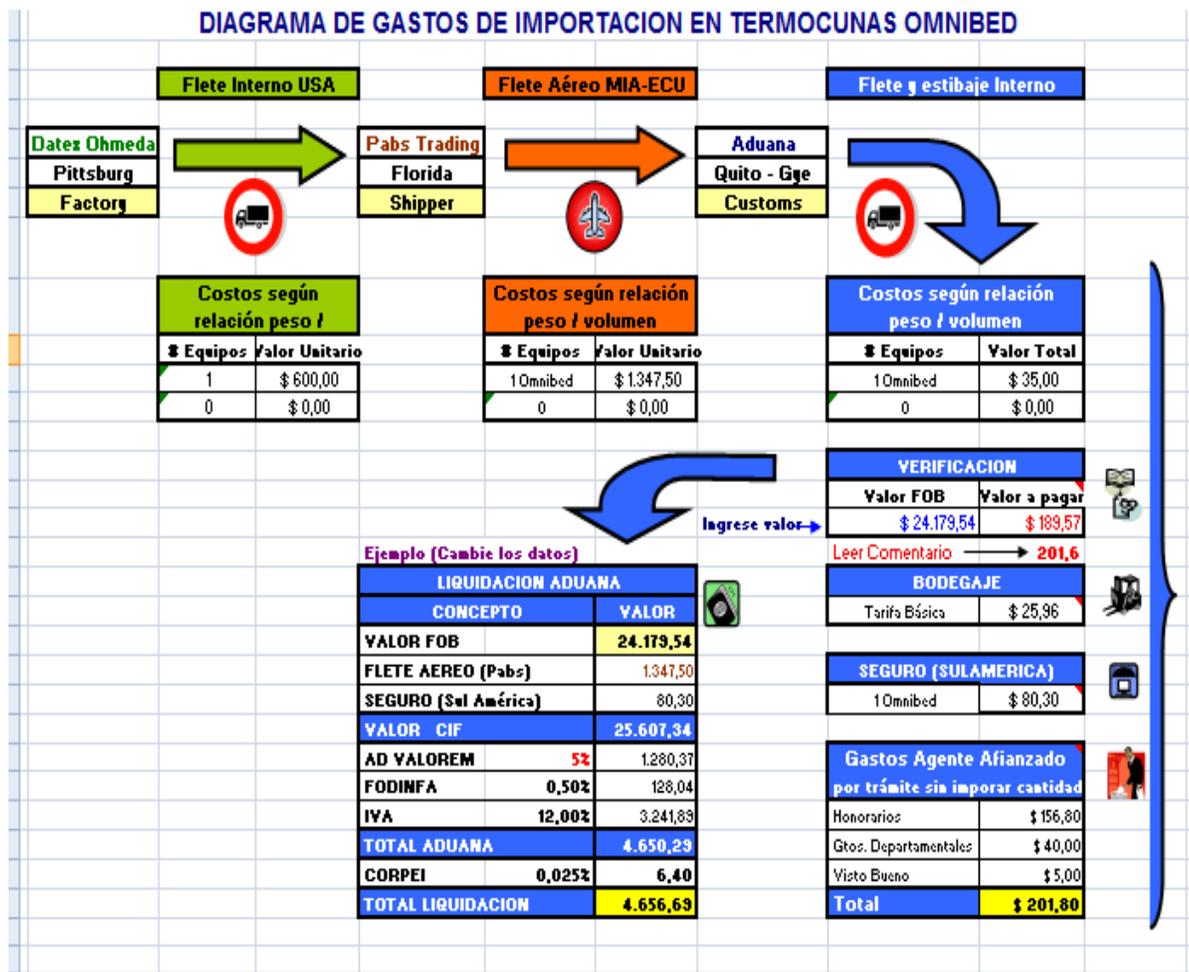
FUENTE: VIENNATONE S.A. QUITO 2010

ELABORADO POR: TAPIA CARLA, VILLACREZ EVELYN

2.4. PROCESO DE IMPORTACIÓN ACTUAL DE LA EMPRESA VIENNATONE S.A.²

Actualmente la empresa, cuenta con pedidos de sus clientes para la comercialización de equipos del extranjero, para la cual mantiene un esquema muy sencillo para sus importaciones.

GRAFICO # 5



FUENTE: VIENNATONE S.A.

ELABORADO POR: TAPIA CARLA, VILLACREZ EVELYN.

² ACECARGO, Proceso de importación, Generalidades, como importar, Desaduanización, Guayaquil, 2010, (www.acecargonet).

2.4.1. NOTA DE PEDIDO

Hay que entregarla a la Aduana, a la Verificadora y al Banco. Debe contener lo siguiente:

- Fecha
- Número pre impreso
- Nombre y dirección del importador
- Nombre y dirección del exportador
- País de origen
- Lugar de embarque
- Lugar de destino
- Vía (aérea, marítima o terrestre)
- Término de la mercadería (FOB, CyF, CIF)
- Moneda (en letras)
- Forma de pago (giro directo, etc.)
- Fecha de inicio de la negociación

2.4.2. TRANSFERENCIA DE PAGO

La transferencia u orden de pago internacional es, por su sencillez, rapidez y bajo coste, el medio de pago preferido por los importadores para pagar a sus proveedores extranjeros; pero para que al importador le permitan pagar por transferencia a la recepción de la mercancía, el proveedor extranjero deberá confiar totalmente en el importador. La transferencia se utiliza pues, cuando existe una relación continuada y de máxima confianza entre las partes.

2.4.3. PÓLIZA DE SEGURO

Entregarla a Aduana; si hemos obtenido un seguro, hay que incluir la póliza siempre en nuestra documentación a entregar. De acuerdo a la ley ecuatoriana, debemos adquirir el seguro de una aseguradora radicada en el país. Existen tres tipos de seguro:

1. Libre de avería
2. Libre de avería particular
3. Contra todo riesgo.

Este último tipo puede ser por:

1. Fenómenos naturales,
2. Choques
3. Oxidación, humedad, exudación del barco, contaminación con olores extraños, contaminación con bichos del exterior (cucarachas), contaminación por ratas.

Generalmente el seguro cubre de bodega a bodega, y los valores asegurados pueden ser: FOB, CyF, CyF+U (utilidades, que es el 10% del CyF). La suma asegurada es la máxima que nos reconoce la aseguradora.

Una póliza de transporte debe contener la siguiente información:

- Número de la Póliza
- Número de la Aplicación (si es del caso)
- Nombre del Asegurado
- Ruta del viaje (desde origen hasta destino)
- Tipo de Transporte
- Nombre de la compañía transportadora
- Fecha de arribo (se puede señalar que una “Fecha por Confirmar”). Cabe señalar que esta fecha debe coincidir con la indicada en la Carta de Crédito, o en otras palabras, cuando se tiene Carta de Crédito ya no se puede poner “Por confirmar”.

En algunos casos se señala Consignatario, quien es el beneficiario de la póliza (por ejemplo: el Banco Corresponsal); de esta manera la póliza sirve como garantía financiera.

Marcas (que son las iniciales del importador) y números (que indican la cantidad de paquetes que se transportan, por ejemplo: 1/300 significa de 1 a 300 cajas).

- Embalaje
- Peso kilos neto
- Peso kilos bruto
- Sub-partida arancelaria
- Descripción
- Cantidad de Bultos y Contenidos
- Valor unitario
- Valor FOB
- Valor TOTAL
- Lugar y fecha
- Firma del importador

2.4.4. FACTURA COMERCIAL

Emitida por el exportador. Describe las mercancías que constituyen la base de la transacción. Indica el precio contenido entre ambas partes y el valor total, las condiciones y la moneda de la transacción.

2.4.5. GUÍA AÉREA (AWB)

La guía aérea, instrumento no negociable, sirve como recibo para el remitente. Emitida por la aerolínea o por el consolidador, la AWB indica que el transportista ha aceptado los bienes contenidos en la lista y que se compromete a llevar el envío al aeropuerto de destino, de conformidad con las condiciones anotadas en el reverso del original de la guía. Además, la AWB sirve como evidencia documentaria de haber

completado el contrato de flete, facturas de flete, certificados de seguro y la declaración de aduanas. La guía de carga ofrece indicaciones al personal del transportista sobre el manejo, despacho y entrega de los envíos.

El transportista no llevará ninguna parte de la consignación hasta que haya recibido toda la carga y hasta que el exportador emita la AWB. Como se señala en el reverso del documento, los transportistas se reservan el derecho de transportar la carga de cualquier manera que pueda.

Esto significa que pueden transferirla a otros transportistas, incluso por camión si creen que es para beneficio de todos.

Recuerde que la AWB no es negociable y que no se puede utilizar como instrumento de cobro. Los envíos contra giro deberán estar consignados a un banco local (en la ciudad donde esté localizado el consignatario) y debe especificarse el nombre y dirección del destinatario a quien se notificará. Aunque las AWB prevén un espacio para los seguros, es preferible verificar con el transportista la seguridad de que ofrezca la cobertura, ya que algunos no lo hacen.

2.4.6. RECEPCIÓN DE DOCUMENTOS ADUANA (CAE)

- Factura proforma
- Transferencia de pago
- Seguro transporte
- Factura comercial
- Guía aérea (AWB)
- Declaración Aduanera Única (DAU)
- Declaración en Aduana de Valor (DAV)
- Comprobante pago tributos aduaneros

2.4.7. DECLARACIÓN ADUANERA ÚNICA (DAU).³

Éste consta de tres formularios:

- DAU-A
- DAU-B
- DAU-C

2.4.7.1. DAU-A

Entregarlo a la Aduana y al Banco. Si el valor FOB de la mercadería es mayor a \$4,000, debe presentarse el DAU a un Banco corresponsal en Ecuador, autorizado por la Aduana, para que éste dé su visto bueno, previo al embarque de la mercadería.

ADVERTENCIA: Si la mercadería llega al país sin tener el visto bueno del Banco, la mercadería debe ser reembarcada, desafortunadamente puede presentarse el caso en que se obvie la ley y más bien se aplique una multa del 10% del valor CIF.

El DAU aprobado por el banco no tiene plazo de validez, es indefinido, excepto en las mercaderías con restricciones, y en este caso, el plazo de validez del DAU está determinado en las Autorizaciones. Luego del visto bueno por parte del Banco (puede demorarse hasta dos días), en el que se nos ha designado un número, se termina de llenar la información:

No. Orden según la importación realizada por el Agente de Aduana (debemos solicitar al Agente que envíe una carta señalando este número de orden para poder justificarlo ante Aduanas).

³ CORPORACIÓN ADUANERA DEL ECUADOR (CAE), Procedimientos para importar, Ecuador, 2010, (www.aduana.gov.ec).

- Aduana (Quito) y Código (019)
- Régimen (10 es para Consumo) (20 es para Importación Temporal)
- Declarante /Agente: su nombre y código
- Nombre y dirección del remitente
- Puerto de embarque y su código (Miami 249505)
- País de procedencia y su código (EEUU 249)
- Fecha de factura
- Beneficiario de giro

No. Certificado de Inspección 0-000-00-00-000 (la primera sección es para Ventas, la segunda para el país, la tercera para los dos últimos dígitos del año, la cuarta para el número de referencia y la quinta para el número de seguridad).

- No. Despacho Parciales
- Vía de transporte (aérea, marítima y terrestre) y su código
- Fecha de embarque
- Fecha de llegada
- Tipo de carga y código (ej.: General si viene en pallet, en contenedor o suelta)
- Bandera y código
- No. Registro y los dos últimos dígitos del año
- Línea de transporte y su código
- Agencia de carga /transportación y su código
- N. Nave /Línea Aérea /Matrícula Vehículo
- No. Conocimiento /G. Aérea /C. Porte
- Almacén y su código (TELEMERC 7209)
- Total FOB en dólares USD y en moneda nacional (debido a la dolarización hay que repetir este valor en ambas columnas)
- Total Flete
- Total Seguro
- Total CIF

- Peso Neto en Kilos
- Peso bruto en Kilos
- No. Total de bultos
- No. Total Unidades físicas
- Tipo de garantía (si fuese el caso)
- Estado (Nuevo, etc.)
- País de origen y su código
- CIF moneda nacional
- Marcas y números

2.4.7.2. DAU-B

Entregarlo a la Aduana y al Banco. Se utiliza para cuando se quiere importar dos o más subpartidas arancelarias.

2.4.7.3. DAU-C

Entregarlo a la Aduana. Se utiliza para que el importador determine la autoliquidación de los tributos.

- No. Orden
- Aduana y su código
- No. Formulario A (el número de nuestro DAU-A)
- Régimen
- Importador o consignatario
- RUC /CI /o pasaporte
- Almacén /Depósito
- Declarante /Agente y su código
- Ad Valorem (tasa arancelaria)

- Derecho específico (cláusula de salvaguardia) Es importante que obliguemos al Agente ponerla.
- ICE
- IVA
- Tasa de Modernización
- Tasa de control (Tasa Fodinfra)
- Tasa de Almacenaje. Se entrega únicamente a la Aduana. Hay que colocar el número de orden correspondiente a la importación realizada por el Agente de Aduana.

Si el producto tiene preferencia arancelaria, hay que señalar el valor correspondiente a dicha preferencia en la columna “Liberación”.

Primero establezcamos que la fecha de llegada de la mercadería se entiende como la fecha en que la mercadería ingresa a una bodega habilitada (almacenera temporal), algunos le llaman también a esta fecha “fecha de aceptación”, para la Naviera la fecha de llegada -en cambio- es la fecha en que se transportó la mercadería. Entonces, la Ley establece que desde la fecha de llegada, el importador tiene 7 días hábiles antes y 15 días hábiles después para presentar su declaración a la Aduana, es decir el DAU y toda la documentación que debe acompañarle. Si estamos dentro de los 15 días, y no hemos presentado el DAU por cualquier inconveniente, y antes de que venza el plazo para desaduanizar y la mercadería sea declarada en “Abandono Tácito”, podemos solicitar a la Aduana el reembarque al exterior, sacar la mercadería a la frontera, por ejemplo EEUU, y pedir una admisión temporal hasta realizar los trámites pendientes en Ecuador, obtener el Certificado de Inspección, y traer de vuelta la mercadería.

ADVERTENCIA: Si no presentamos nuestra declaración en los 15 días hábiles después de la fecha de llegada, se considerará la mercadería en abandono tácito; para levantar dicho abandono, el importador debe efectuar una solicitud al Gerente Distrital, y éste mediante providencia y previo el pago de la multa, autoriza que la

mercancía puede ser nacionalizada. Se puede recuperar la mercadería hasta el acto de remate, puesto que en teoría la Aduana tiene hasta 60 días para rematar mercadería en abandono tácito).

2.4.8. DECLARACIÓN ADUANERA DEL VALOR (DAV)

Según la Ley, el DAV no es otra cosa que un juramento de que el valor consignado es el verdadero, juramento que hacemos como importadores, y sólo nosotros podemos firmarlo. Y esto es muy importante, pues toda declaración juramentada tiene implicaciones legales. Si no es usted, sino el Agente de Aduana quien lo llena, verifique 120% que está correctamente la información antes de firmarlo.

Por ejemplo, es en este documento donde debemos declarar si somos representantes, si cobramos comisión, si existe vinculación comercial (entre fabricante e importador).

Por cada factura comercial debemos hacer un DAV.

2.4.9. COMPROBANTE PAGO TRIBUTOS ADUANEROS

Son todos los impuestos aduaneros que se cancela al importar. El comprobante de pago es un documento que acredita la transferencia de pagos, la entrega en uso o la prestación de servicios.

Importancia de comprobantes de pago de tributos aduaneros:

1. Evitar una acción ilegal que nos afecta a todos.
2. El comprobante de pago prueba la posesión de un bien y puede servir de constancia frente a terceros.
3. Por ejemplo, si el bien es robado, al hacer la denuncia o reclamarlo se presentará el comprobante de pago.
4. En caso de que la mercadería tenga defectos o este malograda, con el comprobante de pago se puede pedir el cambio o devolución.

2.4.10. REVISIÓN DE DOCUMENTOS

Entrega de los documentos respaldatorios de la importación a la agencia aduanera autorizada.

1. Ingreso de la mercadería al recinto aduanero para la elaboración del parte de recepción.
2. Presentación de la póliza de importación al recinto aduanero para la aceptación de los documentos.
3. Aforo documental y físico de las pólizas de importación por parte de la vista de aduana.
4. Pago de tributos de importación en el banco autorizado.
5. Pago por servicios prestados por el recinto aduanero.
6. Extracción de la mercancía del recinto aduanero.

2.4.11. ACTO DE AFÒRO

Aforo es la operación única en que el servicio a través del funcionamiento designado, verifica y determina al examinar la declaración y/o la mercancía que su clasificación arancelaria, su valuación, la fijación de la cuota de los derechos arancelarios o impuestos y la aplicación de las leyes correspondientes hayan sido correctamente propuestas por el declarante.

Consiste en una verificación sólo en base a que lo declarado coincida con los documentos de acompañamiento del DAU, confirmando que la mercadería esté bien declarada en lo que se relaciona a la clasificación arancelaria y al valor de la mercadería.

Según la ley, a partir de la fecha de aprobación tenemos dos días hábiles para pagar los tributos (de lo contrario, se considerará la mercadería en abandono tácito).

2.4.12. LIQUIDACIÓN

2.4.12.1. PAGO Y SELLO

Cuando el aforo ha terminado y se obtiene la fecha de aprobación se pagan los tributos y el aporte al CORPEI en cualquier banco que integre Banred.

2.4.12.2. DECLARACIÓN DE PAGO Y DE LIQUIDACIÓN

La documentación vuelve al Departamento de Comprobación, en donde declarará lo que ha pagado y lo que ha liquidado.

2.4.13. DESADUANIZACIÓN (RETIRO DE LA CARGA)

Para la desaduanización de las mercancías es necesario, que el importador contrate los servicios de un despachante de aduana, como representante y responsable de la presentación de la documentación ante las autoridades aduaneras.

2.5. ANÁLISIS FODA.

FODA.

FORTALEZAS.

- Equipos de alta tecnología y calidad.
- Ser primeros en la cadena de distribución.
- Ética de trabajo competitiva y flexible.
- Localización geográfica comparativamente cercana a los principales mercados locales.
- El impacto por concepto de impuestos, honorarios y aranceles de importación en Norteamérica es prácticamente nulo (está cerca de la tasa cero).

OPORTUNIDADES.

- Innovación tecnológica.
- Los Equipos ofrecidos podrán adaptarse a las exigencias del mercado.
- Diversidad de equipos para su distribución.
- Calidad garantizada.
- Espacio físico adecuado.

DEBILIDADES.

- Persistente percepción de inestabilidad política y macroeconómica.
- Personal no capacitado para el manejo de los equipos.
- Desconocimiento en los avances tecnológicos que ya existen en esta área.
- Falta de capacitaciones.
- Recursos limitados.

AMENAZAS

- A futuro competidores nuevos.
- Peligro de sufrir robos o deterioros en los equipos de distribución, a causa de asaltos a camiones distribuidores.
- El ambiente dentro y cerca de algunas Zonas Francas no cumple con las necesidades de la empresa.
- Pérdidas en materiales considerables.
- Posibles fracturas políticas.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO.⁴

Es la función que vincula a consumidores, clientes y público con el mercadólogo a través de la información, la cual se utiliza para identificar y definir las oportunidades y problemas de mercado; para generar, refinar y evaluar las medidas de mercadeo y para mejorar la comprensión del proceso del mismo.

Dicho de otra manera el estudio de mercado es una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una u otra forma serán analizados, procesados mediante herramientas estadísticas y así obtener como resultados la aceptación o no y sus complicaciones de un producto dentro del mercado.

3.1. ANTECEDENTES DEL ESTUDIO DE MERCADO.

El estudio de mercado surge como un problema del marketing y que no podemos resolver por medio de otro método. Al realizar un estudio de éste tipo resulta caro, muchas veces complejos de realizar y siempre requiere de disposición de tiempo y dedicación de muchas personas. Para tener un mejor panorama sobre la decisión a tomar para la resolución de los problemas de marketing se utiliza una poderosa herramienta de auxilio como lo son los estudios de mercado, que contribuyen a disminuir el riesgo que toda decisión lleva consigo, pues permiten conocer mejor los antecedentes del problema.

El estudio de mercado es pues, un apoyo para la dirección superior, no obstante, éste no garantiza una solución buena en todos los casos, más bien es una guía que

⁴ CARRASQUERO, Domingo, El estudio de mercado guía para estudios de factibilidad, 2008, (www.monografias.com).

sirve solamente de orientación para facilitar la conducta en los negocios y que a la vez tratan de reducir al mínimo el margen de error posible.

3.2. ÁMBITO DE APLICACIÓN DEL ESTUDIO DE MERCADO.

Con el estudio de mercado pueden lograrse múltiples de objetivos y que puede aplicarse en la práctica a cuatro campos definidos, de los cuales mencionaremos algunos de los aspectos más importantes a analizar, como son:

El consumidor

- Sus motivaciones de consumo.
- Sus hábitos de compra.
- Sus opiniones sobre nuestro producto y los de la competencia.
- Su aceptación de precio, preferencias, etc.

El producto

- Estudios sobre los usos del producto.
- Test sobre su aceptación
- Test comparativos con los de la competencia.
- Estudios sobre sus formas, tamaños y envases.

El mercado

- Estudios sobre la distribución.
- Aceptación y opinión sobre productos en los canales de distribución.
- Estudios sobre puntos de venta, etc.

- La publicidad.
- Estudios sobre eficacia publicitaria, etc.

3.3 DIAGRAMA DE UN ESTUDIO DE MERCADO

GRAFICO # 6



FUENTE:
CARRASQUERO, Domingo, El estudio de mercado guía para estudios de factibilidad, 2008, (www.monografías.com).

3.3.1. EL PRODUCTO

En esta parte se deben definir las características específicas del bien o servicio objeto de análisis.

1- Producto Principal.- Se deben reunir los datos que permitan identificar al producto principal, señalar sus características físicas, químicas o de cualquier otra índole. Tiene que haber coherencia con los datos del estudio técnico.

Es necesario aclarar si se trata de productos para importación, exportación, tradicionales, o un nuevo producto.

2. Subproductos.- Señalar si se originan subproductos en la fabricación del producto principal y el uso que se les dará.

3.3.1.1. EL CONSUMIDOR

1. Población.- Estimar la extensión de los probables consumidores o usuarios y determinar si el segmento de la población será la que adquiera el producto en el mercado.

- Consumidores actuales y tasa de crecimiento.
- Distribución espacial de la misma, por grupos de edad, sexo y otros cuyas especificaciones afecten al producto.

2. Ingreso.- Se debe caracterizar la capacidad potencial de compra de los consumidores, con los siguientes datos:

- Nivel de ingreso y tasa de crecimiento.
- Estratos actuales de ingresos y cambios en su distribución.

3. Factores limitativos de la comercialización

Hay que identificarlos y pueden ser:

- Alterables
- No alterables

Puede ser deficiencia en la infraestructura, régimen de mercado, idiosincrasia de los usuarios, restricciones legales, distancias excesivas, etc.

3.3.2. DEMANDA DEL PRODUCTO

La tendencia mundial y nacional es la de utilizar con mayor frecuencia los exámenes anatómicos por medio de imágenes y con preferencia las obtenidas por medio de ultrasonido y el incremento del número de pacientes de acuerdo al registro de una Clínica de prestigio de la ciudad, así como, el cambio de actitud de los médicos ante la llegada de nueva tecnología, garantiza la demanda de equipos de ultrasonido para diagnóstico por imagen. Aquí se determinan las cantidades del bien que los consumidores están dispuestos a adquirir y que justifican la realización de los programas de producción.

Se debe cuantificar la necesidad real o psicológica de una población de consumidores, con disposición de poder adquisitivo suficiente y con unos gustos definidos para adquirir un producto que satisfaga sus necesidades. Debe comprender la evolución de la demanda actual del bien, y el análisis de ciertas características y condiciones que sirvan para explicar su probable comportamiento a futuro.

Deben incluir:

1. Situación actual de la demanda.- Hacer una estimación cuantitativa del volumen actual de consumo del bien producido. De la siguiente manera:

- Series estadísticas básicas que permitan determinar la evolución del consumo del producto durante un período suficiente que permita estimar la tendencia a largo plazo.
- Estimación de la demanda actual.

2. Situación futura.- Proyectar la demanda futura. Para hacerlo se procederá así:

- El aumento de la población, del ingreso, cambios en su distribución.
- Cambios en el nivel general de precios.
- Cambios en la preferencia de los consumidores.
- Cambios en la política económica.
- Cambios en la evolución y crecimiento del sistema económico.

Proyectar la demanda ajustada con los factores anteriores, y obtener la demanda futura del bien.

3.3.3. OFERTA DEL PRODUCTO

Estudiar las cantidades que suministran los productores del bien que se va a ofrecer en el mercado.

Analizar las condiciones de producción de las empresas productoras más importantes. Se referirá a la situación actual y futura.

1. Situación actual.- Presentar y analizar datos estadísticos suficientes para caracterizar la evolución de la oferta. Para ello se debe cuantificar el volumen del producto ofrecido actualmente en el mercado.

2. Análisis del régimen de mercado.- Presentar información suficiente que permita conocer, si la estructura del mercado del producto, es de competencia perfecta, imperfecta.

3. Situación futura, la evolución previsible de la oferta, formulando hipótesis sobre los factores que influirán sobre la participación del producto en la oferta futura.

3.3.4. LOS PRECIOS DEL PRODUCTO

Analizar los mecanismos de formación de precios en el mercado del producto.

1. Mecanismo de formación.- Existen diferentes posibilidades de fijación de precios en un mercado se debe señalar la que corresponda con las características del producto y del tipo de mercado. Entre las modalidades están:

- Precio dado por el mercado interno.
- Precio dado por similares importados
- Precios fijados por el gobierno

En la fijación del precio se debe señalar valores máximos y mínimos probables entre los que oscilará el precio de venta unitario del producto, y sus repercusiones sobre la demanda del bien.

3.3.5. COMERCIALIZACIÓN

Son las actividades relacionadas con la transferencia del producto de la empresa productora al consumidor final y que pueden generar costos.

1. Es necesario detallar la cadena de comercialización desde que el producto sale de la fábrica hasta que llega al usuario. Hay muchas modalidades, debe señalar si los productos fabricados por la empresa se van a vender:

- A puerta de fábrica
- A nivel de mayorista
- A nivel de minorista
- A nivel de consumidores

2. Determinar si se va a utilizar publicidad, para la promoción del producto, servicio al cliente, transporte y otros y los costos que ocasionan al producto.

3.3.6. MERCADO POTENCIAL

El objetivo del estudio de mercado es proyectar las cantidades del producto que la población estará en capacidad de consumir a los diferentes niveles de precios previstos. En este sentido, es necesario calcular la demanda insatisfecha. Para determinarla proceder de esta manera.

- Si la demanda es mayor que la oferta proyectada significa que existirá demanda insatisfecha.

3.3.6.1. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA.

Para proyectar la demanda insatisfecha se han considerado los siguientes datos obtenidos en la investigación de mercado. El número de centros médicos que están dispuestos a adquirir equipos médicos se ha calculado considerando la encuesta realizada a los centro médicos de la ciudad.

CUADRO # 1

NIVEL DE ACEPTACIÓN DE EQUIPOS MÉDICOS NUEVOS		
MUCHO	30%	6
BASTANTE	20%	4
MEDIANAMENTE	20%	4
TOTAL	73%	

FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO
 ELABORADO POR: TAPIA CARLA, VILLACREZ EVELYN

El mercado potencial tiene dos sub-segmentos: aquellos que no tienen equipos y aquellos que consideran obsoletos sus equipos.

3.3.6.2. EL MERCADO DE LA COMPETENCIA

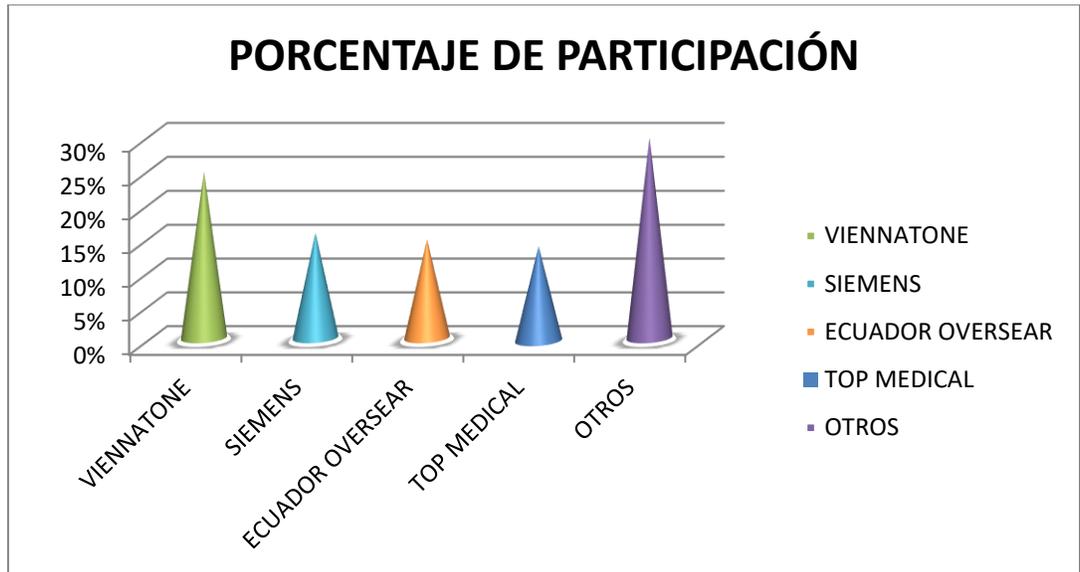
General Electric es la empresa mejor posicionada en el mercado y aquella que tiene la representación comercial para Ecuador en Equipos Médicos con tecnología de punta.

CUADRO # 2

EMPRESA	MARCAS	PORCENTAJE
VIENNATONE	GENERAL ELECTRIC	25%
SIEMENS	SIEMENS	16%
ECUADOR OVERSEAR	PHILIPS	15%
TOP MEDICAL	TOSHIBA	14%
OTROS	GENERAL ELECTRIC	30%

FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO
ELABORADO POR: TAPIA CARLA, VILLACREZ EVELYN

GRÁFICO # 7



FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO
ELABORADO POR: TAPIA CARLA, VILLACREZ EVELYN

En efecto, al momento, los equipos que mayor preferencia tienen son aquellos que hacen ecografía 3D y 4D en tiempo real y Doppler color.

3.3.6.3. PROYECCIÓN POBLACIONAL DEL MERCADO POTENCIAL.

Las proyecciones de población constituyen una base fundamental para fines de planificación de las actividades económicas para la empresa. Permiten establecer los perfiles de las condiciones demográficas que llegaría a alcanzar una población, y por ende, evaluar las implicaciones que las nuevas situaciones van imponiendo.

CUADRO # 3

PROYECCIONES "VIENNATONE"	
IMPORTACIONES DEL PAÍS DE DESTINO	
AÑO	IMPORTACIÓN \$
2005	\$ 815,360.09
2006	\$ 1,099,673.10
2007	\$ 2,999,022.40
2008	\$ 7,261,416.66
2009	\$ 2,760,603.71
2010	\$ 1,580,576.50

FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO.

ELABORADO POR: TAPIA CARLA, VILLACREZ EVELYN.

CUADRO #4

PROYECCIONES "VIENNATONE"	
POBLACIÓN ACTUAL DEL PAÍS DE DESTINO (RIOBAMBA)	
AÑOS	POBLACIÓN
2005	207,242
2006	209,822
2007	212,420
2008	215,173
2009	218,019
2010	220,919

FUENTE: INSTITUTO ECUATORIANO DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS (INEC)

ELABORADO POR: TAPIA CARLA, VILLACREZ EVELYN

CUADRO #5

PROYECCIONES "VIENNATONE"					
PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN DEL PAÍS DE DESTINO (RIOBAMBA)					
AÑOS	No. AÑOS	PN	X=X-m	xy	X ²
2005	1	207,242	-2	-414484	4
2006	2	209,822	-1	-209822	1
2007	3	212,420	0	0	0
2008	4	215,173	1	215173	1
2009	5	218,019	2	436038	4
Σ	3	1,062,676		26905	10
a= Σ	5381				
B	2690.5				

FUENTE: INSTITUTO ECUATORIANO DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS (INEC)

ELABORADO POR: TAPIA CARLA, VILLACREZ EVELYN

CUADRO # 6

		PROYECCIÓN
y=a+bx	6	21524
	7	24214.5
	8	26905
	9	29595.5
	10	32286

FUENTE: INSTITUTO ECUATORIANO DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS (INEC)

ELABORADO POR: TAPIA CARLA, VILLACREZ EVELYN

CUADRO # 7

PROYECCIONES "VIENNATONE"	
POBLACIÓN DEL PAÍS DE DESTINO (RIOBAMBA)	
AÑOS	POBLACIÓN
2011	239,543
2012	263,757
2013	290,662.
2014	320,257
2015	352,543

FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO.

ELABORADO POR: TAPIA CARLA, VILLACREZ EVELYN.

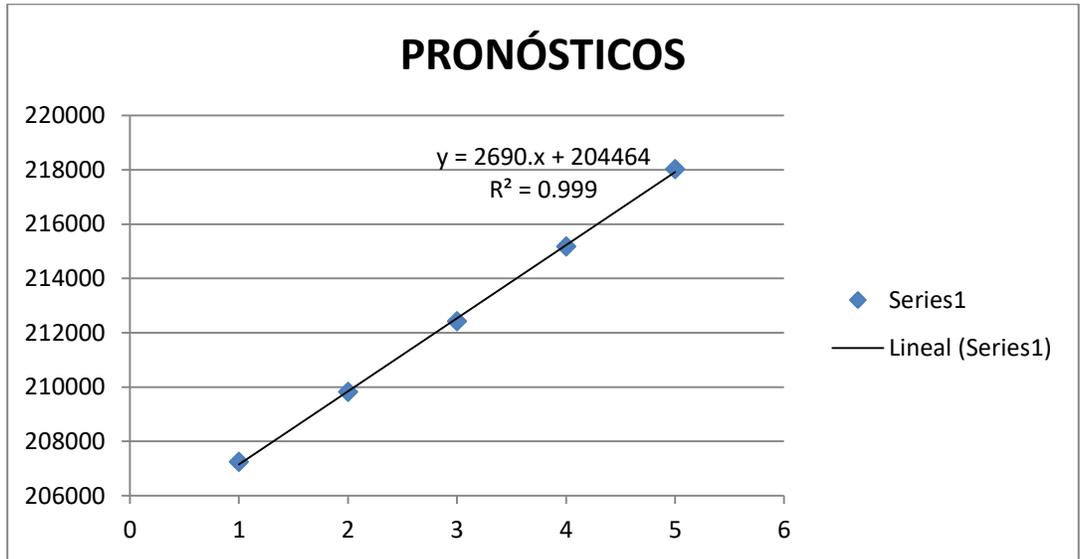
CUADRO # 8

PROYECCIÓN VIENNATONE (RIOBAMBA)		
AÑOS	AÑOS	POBLACIÓN PRONÓSTICADA
1	2005	207242
2	2006	209822
3	2007	212420
4	2008	215173
5	2009	218019
6	2010	220604
7	2011	223294
8	2012	225984
9	2013	228674
10	2014	231364
11	2015	234054

FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO.

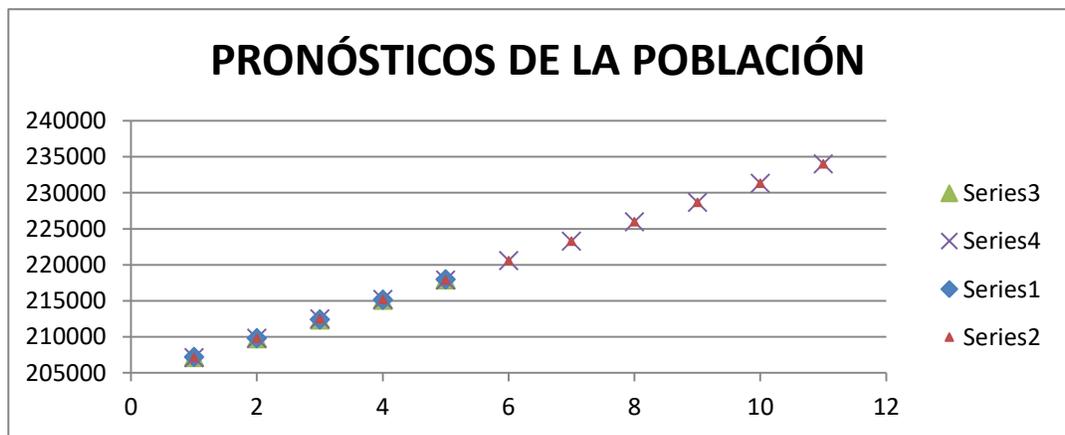
ELABORADO POR: TAPIA CARLA, VILLACREZ EVELYN

GRÁFICO #8



FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO.
ELABORADO POR: TAPIA CARLA, VILLACREZ EVELYN

GRÁFICO #9



FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO.
ELABORADO POR: TAPIA CARLA, VILLACREZ EVELYN

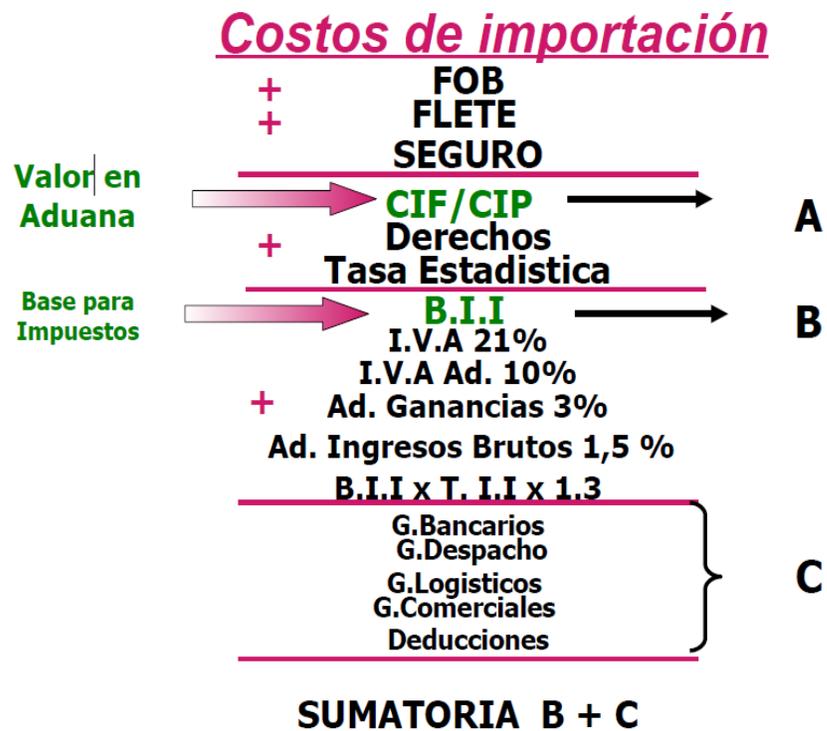
CAPÍTULO IV

4. COSTO DE IMPORTACIÓN

Se denomina así el costo resultante de las adquisiciones hechas en el exterior del país donde es importante establecer el costo de moneda extranjera original más los gastos que demanda la compra, los derechos o impuestos a la importación y los gastos propios ocurridos en el país hasta que llega la mercadería al almacén.

El costo en este caso es el precio neto de compra, que se cancela por un determinado bien, sumando los desembolsos necesarios (generalmente fletes) hasta que sea puesto a la venta.

4.1. DIAGRAMA DE COSTO DE IMPORTACIÓN



4.2. DETERMINACIÓN DEL COSTO DE IMPORTACIÓN

4.2.1. DETERMINACIÓN DE LA BASE IMPONIBLE.- Base imponible de los Impuestos Arancelarios, en las importaciones es el valor CIF y en las exportaciones es el valor FOB de las mercancías.

(FOB + FLETE + SEGURO)

CUADRO #9

LIQUIDACIÓN DE IMPORTACIÓN DE EQUIPOS MÉDICOS	
VALOR CIF	
VALOR FOB	10248.12
+ FLETE	384.25
= C+F	10632.37
+ SEGURO	25.00
= CIF	10657.37

FUENTE: EMPRESA VIENNATONE S.A.

ELABORADO POR: TAPIA CARLA, VILLACREZ EVELYN.

4.2.1.1. DETERMINACIÓN DE DERECHOS, TASAS Y CONTRIBUCIONES.

Son los derechos arancelarios establecidos en los respectivos aranceles; los impuestos establecidos en leyes especiales; y las tasas por servicios aduaneros que se cancelaran según lo dispuesto por la ley.

(DERECHOS ARANCELARIOS + FODINFA + AD VALOREM)

CUADRO #10

+ DERECHOS ARANCELARIOS	36.85
+ FODINFA 0,5%	53.29
= CIF + T	10747.51
* IVA 12%	1289.70
= EXW	12037.21

FUENTE: EMPRESA VIENNATONE S.A.

ELABORADO POR: TAPIA CARLA, VILLACREZ EVELYN.

4.3. DETERMINACIÓN DE LOS GASTOS DE IMPORTACIÓN.

Los costos de importación no solamente están compuestos por los derechos de importación, sino por el flete, el seguro, el almacenaje, los gastos portuarios, los gastos bancarios, y los honorarios del despachante o freight forwarder. Éstos pueden ser onerosos e inciden directamente en el precio final de su producto. Si no ha tenido

en cuenta este análisis, puede quedar fuera del mercado con un producto excesivamente caro o con inversiones difíciles de recuperar.

Gastos Despachante.- Son los agentes encargados de realizar la clasificación de la mercadería, declaración aduanera correspondiente, la confección y tramitación de los documentos requeridos para todas las operaciones de comercio exterior. El despachante de aduanas opera en representación de la empresa importadora/exportadora o de la persona o ente que lo contrata a tal efecto. Puede realizar tareas adicionales muy convenientes para los usuarios del comercio exterior.

CUADRO #11

ALMACENAJE	21.91
TRANSPORTE INTERNO	13.98
DESCONSOLIDACIÓN	61.60
CORPEI	5.00
AGENTE DE ADUANA	156.80
ADMINISTRACIÓN DE SEGURO	4.62
COSTO TOTAL	12301.12

FUENTE: EMPRESA VIENNATONE S.A.
ELABORADO POR: TAPIA CARLA, VILLACREZ EVELYN.

4.4. DETERMINACIÓN DEL MARGEN DE UTILIDAD

El margen de utilidad se determinara del costo total del equipo médico a comercializar.

El porcentaje de utilidad significa que por cada equipo que se vende, se obtiene una Utilidad de Operación (antes de Impuestos e intereses).

CUADRO #12

ECÓGRAFO	
COSTO TOTAL	6900.00
MARGEN DE COMERCIALIZACIÓN 40%	2760.00
PV	9660.00
IVA 12%	1159.20
PVP	10819.20

FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO.

ELABORADO POR: TAPIA CARLA, VILLACREZ EVELYN.

CUADRO # 13

TERMOCUNA	
COSTO TOTAL	2925.00
MARGEN DE COMERCIALIZACIÓN 40%	1170.00
PV	4095.00
IVA 12%	491.40
PVP	4586.40

FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO

ELABORADO POR: TAPIA CARLA, VILLACREZ EVELYN.

CUADRO # 14

MUEBLES DE MAQ. DE ANASTESIA	
COSTO TOTAL	236.25
MARGEN DE COMERCIALIZACIÓN 40%	94.50
PV	330.75
IVA 12%	39.69
PVP	370.44

FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO

ELABORADO POR: TAPIA CARLA, VILLACREZ EVELYN.

CUADRO # 15

MANGUERAS	
COSTO TOTAL	186.87
MARGEN DE COMERCIALIZACIÓN 40%	74.75
PV	261.62
IVA 12%	31.39
PVP	293.01

FUENTE: INVESTIGACIÓN DE CAMPO.

ELABORADO POR: TAPIA CARLA, VILLACREZ EVELYN.

CAPÍTULO V

5. PROPUESTA DEL PLAN ESTRATÉGICO DE IMPORTACIONES DE EQUIPOS MÉDICOS.

5.1. INTRODUCCIÓN

El visible crecimiento poblacional y la poca accesibilidad a un centro hospitalario de condiciones adecuadas y económicas ha hecho necesario buscar diferentes mecanismos para implementar en las casas asistenciales de salud Equipos de alta tecnología. Por lo que nos hemos visto en la necesidad de proponer un Plan Estratégico de Importaciones de Equipos Médicos para la Empresa “VIENNATONE” S.A. destinados a la comercialización en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo, periodo 2011-2015. Con la finalidad de incrementar sustancialmente los ingresos de la empresa, expandir el mercado de ventas y permitir que la población tenga acceso a un servicio de confianza y seguridad.

La empresa ofrece diferentes equipos de alta tecnología los cuales se importa de la empresa General Electric; MIAMI (ESTADOS UNIDOS). Cumpliendo con responsabilidad todos los requisitos legales del proceso de importación.

5.2. OBJETIVO GENERAL

Realizar un estudio de mercado para determinar el nivel de aceptación del producto en la ciudad y de esta manera expandir las ventas de la empresa y satisfacer necesidades.

5.2.1. OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Plantear la importación de Equipos Médicos para la comercialización a las casas asistenciales de salud en la ciudad de Riobamba.

- Impulsar el desarrollo de la empresa con un estudio de mercado para potenciales futuras importaciones.
- Diseñar las estrategias de mercado para extender el nivel de ventas.

5.3. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

Los equipos que se han importado para la empresa VIENNATONE desde Miami con el objetivo de satisfacer las necesidades de sus clientes son los que se muestran a continuación:

DEFINIUM 6000



Sencillo pero potente, la segunda generación del sistema Definium 6000 mejora los límites del rendimiento en cuanto a imagen y flujo de trabajo. La nueva tecnología del detector extraíble es la solución ideal para una cobertura clínica completa y un elevado flujo de trabajo con los pacientes.

Flexibilidad.

La nueva tecnología del detector extraíble le proporciona libertad para realizar adquisiciones de imágenes desde cualquier ángulo o posición; puede integrarse en el soporte mural o en la mesa. Puede realizar imágenes de sus pacientes, de la cabeza a los pies, con un alto grado de calidad y eficiencia. El resultado es una atención excepcional, para todos los pacientes, examen tras examen.

Versatilidad clínica.

Para satisfacer mejor sus necesidades específicas, el nuevo Definium™ 6000 se presenta con tres configuraciones que incluyen una completa gama de accesorios opcionales:

- Soporte mural digital sólo para sala de especialidad torácica o sala multifunción.
- Soporte mural + mesa con un único detector compartido; opción económica para cubrir todas las aplicaciones.
- Soporte mural + mesa con dos detectores; sala de alta productividad para todas las aplicaciones.
- Fácil de usar.

Ventajas del sistema Definium 6000.

Extraordinaria calidad de imagen y eficiencia de la dosis, velocidad de procesamiento, aplicaciones clínicas avanzadas y, por encima de todo, funciones tan automatizadas y sencillas que le permitirán afrontar las situaciones clínicas más complejas con facilidad. Su interfaz de usuario es similar al del sistema Definium 8000.

Con Definium 6000, GE ha diseñado un sistema que aporta las herramientas necesarias para que su equipo pueda hacer frente a todos los desafíos.

CONOZCA VIVID™ E9.



El primer sistema de ultrasonidos cardiovascular de GE Healthcare creado específicamente para adquirir imágenes 4D, desde la ergonomía y la adquisición de imágenes hasta la gestión de datos.

Características.

Vivid E9 permite adquirir imágenes 4D con tanta facilidad y sencillez como las imágenes 2D. Añade importantes mejoras al proceso completo de flujo de trabajo 4D, gracias a una reproducibilidad rápida y consistente.

Arquitectura de volumen acelerada.

Vivid E9 incluye una nueva plataforma de arquitectura de volumen acelerada (AVA) con una potencia de procesamiento 8 veces superior a la del procesamiento convencional. Ofrece un campo de visión de tamaño suficiente para capturar el corazón completo con una cadencia alta. Los nuevos transductores de serie D mejoran la adquisición de imágenes en 2D, 4D y de servicio compartido para la totalidad de sus pacientes.

MAMOGRAFÍA



Alpha RT, una de las unidades de mamografía más compactas existentes en el mercado, fue diseñada para obtener imágenes de mejor calidad a la vez que se simplifica el uso.

Características.

- Un mejor contraste y visibilidad de lesiones en tejido mamario denso o difícil, con optimizado nivel de dosis gracias al filtro de rodio Alpha RT.

- La correcta colocación de la cámara de ionización debajo del área más densa de la mama de su paciente ahora es posible con el sistema de control de exposición automático, que ofrece ocho posiciones diferentes, como mínimo.
- Se obtienen imágenes más nítidas de larga duración con el tubo de rayos X biangular.
- El sistema de control de exposición total evita los errores originados en malas exposiciones y de ajuste.

Una solución fácil de usar.

- Con sólo 42 kilos, el brazo en C contra-balanceado del Alpha RT gira fácilmente hasta 360° con un simple movimiento del técnico.
- Un sistema extremadamente compacto, cuyo requerimiento de espacio es de sólo 2,41m (largo) x 2,57 m (ancho), gracias al generador de rayos X integrado y al panel de control pequeño.
- Panel de control remoto intuitivo.
- Los botones en las empuñaduras del brazo en C son fáciles de ubicar.
- Un sistema para todas las aplicaciones.

Alpha RT es una solución completa para satisfacer sus necesidades en cualquier situación:

- Una solución de exploración: pueden ser examinadas las mujeres con todo tipo de mamas, con un amplio rango de tamaños de parrillas bucky (18x24 / 24x30).
- Una solución para diagnóstico: para profundizar su diagnóstico, Alpha RT ofrece algunas opciones de magnificación y palas para localizadas.
- Una solución de intervencionismo: con el dispositivo Alpha Stereo 4, un sistema de biopsias adicional, extremadamente compacto.

MONITORES MATERNO-FETALES.



COROMETRICS SERIE 250CX.

El embarazo y el parto constituyen momentos íntimos y delicados para una madre y su bebé. Para cuidarlos durante todas las fases del parto y la recuperación, necesita un sistema de monitorización tan vigilante como usted.

Los monitores Corometrics® serie 250 le permiten cubrir todas sus necesidades de vigilancia tanto de la madre como del feto con un solo sistema. Flexible y cómodo, el Corometrics serie 250cx ofrece la información detallada que el personal médico necesita para ofrecer un parto personalizado.

Características.

- Permite al personal médico obtener la temperatura materna empleando una tecnología no invasiva por infrarrojos que detecta el calor desde la superficie de la piel.
- Las lecturas de temperatura se registran de forma automática en el registro gráfico y se guardan junto con otros signos vitales maternos en la sección Historial de signos vitales (VSHx) del monitor
- Ayudan a los médicos a evaluar y, si es posible, a evitar ciertas complicaciones maternas como la infección y la deshidratación.

VIVID I.



El nuevo Vivid i de GE Healthcare es un sistema de ultrasonidos cardiovascular en miniatura que proporciona imágenes completas de alto rendimiento y con un diseño ligero.

Vivid i afronta uno de los mayores retos en lo que a cuidados cardiovasculares respecta: el acceso a la información de los diagnósticos de manera completa y en tiempo real. El nuevo sistema expande el alcance de la ecocardiografía ofreciendo toda la funcionalidad y el alto rendimiento de los completos sistemas de más alto nivel en un diseño completamente portátil y sin cables que pesa 30 veces menos.

GE desarrolló el Vivid i miniaturizando los componentes de uno de los sistemas de ecocardiografía de la más alta calidad y de peso superior a 180 kilos para ofrecer un sistema portátil que pesa menos de cinco kilos. El Vivid i cuenta con una funcionalidad sin cables, permitiendo a los médicos transferir ficheros de manera instantánea desde el sistema a otros médicos para su consulta, o a pié de cama de los pacientes para que puedan estar más informados e implicados en las decisiones referentes al cuidado de su propia salud.

ACCESORIOS Y SUMINISTROS DE ELECTROENCEFALOGRAFÍA (EEG)



Los accesorios de EEG de GE Healthcare se han diseñado para que las mediciones de la EEG se realicen rápida y sencillamente en los entornos de la anestesia y los cuidados intensivos.

GE Healthcare proporciona tres juegos de derivaciones preconfiguradas: Básico, General y AEP. O bien, puede diseñar su propio montaje y construir el conjunto de derivaciones correspondiente. Los juegos de derivaciones preconfiguradas se han diseñado para los montajes utilizados más a menudo, para su comodidad. Además, son de una utilización rápida y sencilla. Puede escoger entre mediciones de 2 o 4 canales.

GE Healthcare también comercializa dos tipos de electrodos: electrodos de abrazadera con gel para las áreas sin vello y electrodos de copa con pegamento para las áreas velludas. Para la medición AEP, suministramos un juego de auriculares con cubiertas desechables.

Ventajas principales

- Diseño exclusivo del juego de derivaciones.
- Códigos y marcas de colores en los juegos de derivaciones.
- Juegos de derivaciones preconfiguradas para las configuraciones de medición utilizadas más a menudo.
- Juegos de derivaciones modificables, personalizados con electrodos de copa y de abrazadera.

- Los electrodos con gel necesitan una preparación de la piel mínima.
- La colocación de la derivación de ECG se muestra en el juego de derivaciones.
- Se pueden obtener piezas de recambio para los juegos de derivaciones.

MONITORIZACIÓN INVASIVA DE LA TENSION



Es necesario utilizar una medición invasiva de la tensión arterial en pacientes susceptibles de sufrir variaciones rápidas de la tensión arterial. La medición invasiva de la tensión proporciona una monitorización continua de la tensión arterial. Suministramos una línea completa de cables de interfaz de medición invasiva de la tensión para conectar el transductor de medición invasiva de la tensión a los monitores de GE Healthcare provistos de un conector Multi-Link de 11 patillas. La gran variedad de cables de interfaz permite al personal clínico escoger un fabricante de transductores que responda a las necesidades del procedimiento médico y ofrezca comodidad al paciente.

Ventajas principales

- Sistema del cable durable y de buena calidad.
- Variedad en la selección para adaptarse al gran número de fabricantes de transductores de medición invasiva de la tensión.

- Transductores de medición invasiva de la tensión desechables B-D y Spectramed.
- Cable de interfaz sencillo o doble.
- Garantía de 1 año para los cables.
- El cable de interfaz se conecta a cualquier sistema de monitorización de GE Healthcare equipado con un conector Multi-Link de 11 patillas.

5.4. CLIENTES DE LA EMPRESA VIENNATONE.

La empresa en la actualidad mantiene sus relaciones con diversas empresas pertenecientes tanto al sector público como al sector privado. VIENNATONE considera como el inicio de sus actividades que concluyen con la importación de equipos; que identifican necesidades de algunos de sus clientes.

Los productos que VIENNATONE ofrece, no solo se encuentra en la ciudad de Quito, de lo contrario se encuentra en diferentes ciudades del país como: Cuenca, Guayaquil, Ambato, Ibarra y la ciudad de Riobamba.

Así por ejemplo podemos citar el caso de algunas de las instituciones a las cuales se distribuyen los equipos médicos:

QUITO:

- Hospital Eugenio Espejo
- Hospital de Niños Baca Ortiz
- Clínica Metropolitana
- Tomo Medical
- Hospital Andrade Marín
- Maternidad Isidro Ayora
- Clínica Mosquera

RIOBAMBA:

- Clínica Santa Cecilia
- Hospital General de Riobamba
- Seguro Social Riobamba
- Clínica Moderna
- Hospital San Juan
- Clínica La Salud
- Clínica Metropolitana
- Hospital Andino

GUAYAQUIL:

- Hospital Luis Vernaza
- Hospital del Niño Francisco Icaza

CUENCA:

- IESS Cuenca
- Hospital Monte Sinaí

IBARRA:

- Clínica Médica del Norte
- Instituto Médico de Especialidades (IME)

AMBATO:

- Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social de Tungurahua
- Hospital Regional Docente de Ambato

5.5. PROCESO DE PLANEACIÓN ESTRATÉGICA PARA VIENNATONE

➤ Descripción del proceso de ventas

El método para observar si existe oportunidad de introducir los productos de VIENNATONE en diversas áreas de consumo es el siguiente:

Recorrer la Ciudad e identificar los puntos de venta existentes (casas asistenciales de salud) para después visitarlos y ofertar el producto.

➤ Mercado objetivo

VIENNATONE, en base a la información acumulada va diseñando sus rutas a seguir, para atacar dichos mercados, de tal manera que se tenga una distribución puntual y exacta.

Sus metas y objetivos se fijan en base a los volúmenes de ventas que se tienen en la actualidad, con un proceso de maduración, en un período predeterminado.

➤ Segmentación de mercado

Los productos que ofrece VIENNATONE van dirigidos, principalmente, clínicas, hospitales, centros de salud, instituciones de salud pública, privadas, entre otras.

➤ Estrategias de Crecimiento

Para impulsar el crecimiento de la empresa en el mercado se realiza:

Inicialmente promociones locales o muy dirigidas, que en primera instancia van dirigidas al canal detallista, para que ellos acepten a VIENNATONE en el punto de venta e impulsen sus productos.

Después de determinado tiempo, ya maduro, esto es a los tres o cuatro meses, se hace otra promoción pero ya dirigida al consumidor final; con el propósito de afianzar las nuevas rutas.

5.6. ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN

5.6.1. PRODUCTO

La alternativa comercial de VIENNATONE son los equipos de ultrasonidos marca General Electric, utilizados para diagnóstico médico por imagen con aplicaciones obstétricas, ginecológicas y de medicina general, cuyos beneficios se presentan a continuación:

- Permite transparentar la anatomía, sin necesidad de acciones invasivas.
- No es nocivo para el paciente y se puede usar sin restricción.
- Múltiples aplicaciones.
- Calidad de imagen excelente.
- Procesamiento de imagen previa a su impresión.
- Manejo fácil.
- Capacitación en corto tiempo.
- Los equipos serán entregados instalados y funcionando adecuadamente en el domicilio que el cliente determine.
- Los equipos tendrán un tiempo de garantía de 1 año, durante el cual se realizarán 4 visitas para mantenimiento preventivo.
- En caso de requerirse acciones de mantenimiento no programadas se lo hará máximo después de 24 horas que ha sido reportado por el cliente.

Este producto se propone ser un sustituto de los equipos obsoletos que existe en muchos hospitales.

El producto está orientado a satisfacer la necesidad determinada en la Ciudad de Riobamba por adquirir estos equipos.

Se garantizará el buen desempeño del equipo con un adecuado y oportuno servicio de mantenimiento.

5.6.1.1. ESTRATEGIAS DE PRODUCTO

- Importar solamente equipos de una marca bien posicionada como lo es General Electric.
- Se contará con el respaldo del soporte técnico por parte del proveedor Internacional, formalizado por contrato comercial.
- Se establecerá planes de atención al cliente y servicio post-venta para mantener la fidelidad de los clientes, brindando de manera efectiva y oportuna todos servicios propuestos en nuestra cartera de servicios.

5.6.2. PRECIO

La relación calidad precio que tendrán nuestros equipos, corresponde a una estrategia de calidad superior a un precio relativamente alto.

5.6.2.1. ESTRATEGIAS DE PRECIO

- Establecer precios bajos en los servicios integrados de mantenimiento, es decir siempre por debajo de los precios de la competencia; a fin de penetrar en el mercado y luego desarrollarse.
- Procurar permanentemente reducir los costos de repuestos y trasladar dicha reducción a los clientes; por igual razón a la anterior.
- Pago a crédito con una entrada del 60% del costo del equipo y el 40% restante financiado directamente por la empresa a un plazo de 12 meses con cuotas idénticas y sin incremento de intereses; como una estrategia para invertir menos, reducir costos y una parte de los beneficios trasladar al cliente.

5.6.3. PLAZA O CANAL DE DISTRIBUCIÓN

- Las actividades de entrega de servicios de instalación y mantenimiento se realizarán directamente, es decir no se tendrá ningún canal y se hará marketing directo.
- Establecer precios bajos en los servicios integrados de mantenimiento, es decir siempre por debajo de los precios de la competencia; a fin de penetrar en el mercado y luego desarrollarse.
- Procurar permanentemente reducir costos de equipos y repuestos y trasladar dicha reducción a los clientes.
- Pago a crédito con una entrada de 60% del costo del equipo y el 40% restante financiado directamente por la empresa en diferentes cuotas y sin incremento de intereses y trasladar beneficios al cliente.

5.6.3.1. ESTRATEGIAS DE PLAZA O CANAL DE DISTRIBUCIÓN

- Se hará comercialización directa por medio de vendedores propios de la empresa.
- La empresa se encargará de las actividades de importación de repuestos o accesorios que el cliente solicite, y de igual forma se entregarán a domicilio, instalado y funcionando, con un costo por servicio relativamente bajo.
- El personal técnico se encargará de detectar y establecer contacto con los profesionales médicos que necesiten equipos de ultrasonido, es decir serán también promotores de la futuras ventas.

5.6.4 PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

Las características del mercado objetivo requieren que las descripciones de los equipos y los servicios sean dadas a conocer en forma directa como medio publicitario, con el auxilio de trípticos comerciales y carpeta técnica; la promoción abarcará posteriores visitas para ampliar las características de una manera sencilla y

fácil de entender para los médicos, donde además se dará a conocer las diferentes formas de pago y las ofertas.

5.6.4.1. ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

- Se realizarán actividades de marketing directo a través de visitas personales para la entrega de trípticos con especificaciones técnicas o el envío de correos electrónicos con Información detallada de los servicios a desarrollarse; igualmente se tendrá una carpeta con fotos de equipos instalados.
- En caso de existir interés por parte del cliente se entregarán carpetas con especificaciones técnicas.
- Los medios de comunicación adicionales a utilizarse serán las revistas especializadas de los colegios de profesionales.
- Participación en las convenciones de profesionales de las áreas relacionadas.
- Además se prevé recurrir a las recomendaciones personales y visitas técnicas.
- Llamadas al cliente luego del servicio, instalación o mantenimiento, para medir su grado de satisfacción.

El Departamento de Importaciones de VIENNATONE S.A. se encarga de recibir, analizar y aprobar las solicitudes de Importación de equipos médicos, así como los repuestos y accesorios respectivos para las diferentes divisiones de comercialización de la empresa.

Por este departamento se realiza el trámite de logística, coordinación, y proceso de nacionalización de los diferentes productos de la compañía.

CAPÍTULO VI

6. CONCLUSIONES & RECOMENDACIONES

6.1. CONCLUSIONES

- El mercado se encuentra disperso pues no existe un liderazgo marcado ya que esto depende mucho de la naturaleza de los bienes que se ofrecen en venta, su calidad y tecnología.
- Existen muchas limitaciones al entrar a un nuevo mercado, como por ejemplo debemos tener una fuente de financiación importante, debemos tener disponibilidad de capital de trabajo y financiero, como así también no se deben dejar de lado las variaciones económicas que afectan día a día el poder adquisitivo de los potenciales concurrentes.
- El análisis de nuestro entorno nos puede permitir aprovechar oportunidades, y prevenir amenazas con anticipación pudiendo realizar un negocio rentable.
- En gran parte de los centros médicos existen equipos que ya han cumplido su vida útil, muchos de estos equipos ya tienen años de operación, lo que también constituye un mercado potencial importante a considerar.
- Las estrategias que se ha planteado, están orientadas a llegar a todos los centros donde existe deficiencia de equipos y satisfacer las necesidades determinadas de los centros médicos de la ciudad.

6.2. RECOMENDACIONES:

- Es recomendable entender cómo se comporta el mercado y la demanda, es decir cómo percibe el consumidor nuestro servicio, en qué tipo de competencia nos encontramos.
- Ofrecer mayor accesibilidad y facilidad de pago a los clientes potenciales; así como brindar mayor apertura por parte de las instituciones bancarias para poder acceder a créditos que faciliten la compra y venta de los equipos médicos.
- Es necesario conocer que restricciones políticas, legales y económicas debemos afrontar, en el proceso de importación de equipos como es el caso del pago de los impuestos, las retenciones, o fenómenos macroeconómicos como la inflación y la recesión.
- Mayores incentivos a la salud privada para que estos estén a la par de los hospitales públicos que hoy en día cuentan con equipos de alta tecnología ya sea brindando charlas de trabajo conjunto con la salud pública como son el SOAT, IESS y SEGUROS PRIVADOS.
- Dar capacitación de los avances tecnológicos en dichas ramas a los profesionales que ya poseen estos servicios para que vayan de mano con la tecnología.

RESUMEN

La presente Memoria Técnica está orientada a determinar un Plan Estratégico de Importaciones de Equipos Médicos destinados a la Comercialización en la ciudad de Riobamba, Provincia de Chimborazo. El desarrollo del Plan Estratégico contempla inicialmente los antecedentes que han llevado a los autores del Plan a identificar el visible crecimiento poblacional y la poca accesibilidad a los centros hospitalarios con infraestructura adecuada; permitiendo buscar diferentes mecanismos para implementar en las casas asistenciales de salud y centros hospitalarios Equipos de alta tecnología y calidad; los cuales son importados desde la empresa General Electric (GE) de MIAMI-EEUU, cumpliendo con responsabilidad todos los requisitos legales del proceso de importación, para satisfacer las necesidades de los clientes y brindar un buen servicio; además se realizó un estudio de mercado para determinar el nivel de aceptación de los Equipos Médicos en los centros hospitalarios y de esta manera se estableció estrategias para la comercialización del producto. Encontraremos también un compendio de los procedimientos para importación basado en información obtenida de la Corporación Aduanera Ecuatoriana (CAE) y una liquidación de importación de Equipos Médicos obtenida por la empresa "VIENNATONE S.A.". Finalmente se presentará las conclusiones y recomendaciones a las que se han llegado con el presente estudio.

SUMMARY

This Technical Report is aimed at determining a Strategic Plan Imports of Medical Equipment for Marketing in the city of Riobamba, Chimborazo Province. Development of the Strategic Plan initially covers the background that led to the authors of the Plan to identify the visible population growth and the poor accessibility to hospitals with adequate Introduction Infrastructure, allowing you to search different mechanisms to implement in nursing homes and hospital equipment high technology and quality, which are imported from General Electric Company (GE) of Miami – USA, meeting all legal responsibility of the import process to meet customer needs and provide good service, also conducted a market study to determine the level of acceptance of medical equipment in hospitals and it was possible to strategies for marketing the product. Finding a compendium of procedures for import based on information obtained from the National Customs Administration (NCA) and a settlement of Medical Equipment imported by the company obtained “VIENNATONE S.A.” Finally we present the conclusions and recommendations that have come to this study.

BIBLIOGRAFÍA

VIENNATONE S.A., La Empresa, Quito, 2010, (www.grupoviennatone.com).

MOLINA, Sofía, Teorías Clásicas Del Comercio Internacional, Europa, 2010, (www.scribd.com).

CORPORACIÓN ADUANERA DEL ECUADOR (CAE), Procedimientos para importar, Ecuador, 2010, (www.aduana.gov.ec).

ACECARGO, Proceso de Importación, Generalidades, Como importar, Desaduanización, Guayaquil, 2010, (www.acecarga.net).

CONTRERAS, Cinthya, Estudio de mercado, Arequipa, 2010, (www.monografias.com).

CARRASQUERO, Domingo, El estudio del mercado guía para estudios de factibilidad, 2008, (www.gestiopolis.com).

NICOLÁS, Comercialización: Marketing estratégico y operativo, Argentina, 2009, (www.wikipedia.com).

VIENNATONE S.A., Generalidades de la empresa, Quito, 2010.

DAPAZO, Luis G., Memorias, Seminario Profesional, Conceptos de Planificación Estratégica. PUCE (Pontificia Universidad Católica del Ecuador), Quito, 2010, 150 Pág.

ARMIJO, Daniel M., Manual de Planificación Estratégica. Edit. ILPES/CEPAL, México, 2009, 200 Pág.

ANEXOS

ANEXO 1

LIQUIDACION DE IMPORTACION				
SUMINISTRADOR:	GE HEALTHCARE	EMBARQUE No.	MKE: 4150192226	
PRODUCTO (S):	IWS SYSTEM TERMOCUNA	ORDEN No.	PO: 07-DVC-10	
LINEA:	DEVICES			
FECHA DE PAGO:	18/08/2010	D.A.V. No.	1181	
AFORO:	DOCUMENTAL	No. REFRENDO	055-2010-10-039313-2	
		D.A.U.	16835132	
EMBALAJE:	2 BULTOS			
PESO NETO:		156 KG		
FECHA DE EMBARQUE:	10/08/2010	FECHA LLEGADA	10/08/2010	
CONDICIONES DE PAGO:	FINAN. DIRECTA PROVEEDOR			
No.	DESCRIPCION	I.V.A. \$	REFERENCIA No.	U.S.DOLARES \$
1	SEGURO: FACTURA: APLICACION: BOLIVAR Nro. 702	3.18	F/. 001 001 0001220	26.46
2	VERIFICACIÓN: FACTURA: CERTIFICADO:			
3	FACTURA: F.O.B.: 17/08/2010 FLETE: TAMPÁ C & F:		REF. 18454052 MKE: 4150192226	10,248.12 384.25
4	GASTOS DE ADUANA: AD/VALOREM 5% IDI (0,5%) 0.50% I.V.A. (12%) 12% TASA DE MODERNIZACIÓN (0.05%): TASA DE CONTROL CORPEI: OTROS: MULTA OTROS: INTERES SALVAGUARDA	D.A.U. 1,289.70	055-2010-10-039313-2 N. 51421260	36.85 53.29 5.00
5	GASTOS DE NAVIERAS Y PUERTO: GARANTIAS \$. DESCONSOLIDACION: PANATLANTIC SALIDA DE DIVISAS BODEGAJE, MANIPULEO: "TELEMERC" OTROS: AFORO	6.60 3.84	F/. 001 002 0044181 F/. 001 001 0100647	55.00 32.04
6	AGENTE DE ADUANA: MARIO HEREDIA OTROS GASTOS: DEPARTAMENTALES	16.80	F/. 001-001 0002390	140.00
7	TRANSPORTE INTERNO: FERNANDO G.			
8	MISELANEOS: CEEA 5% FOB MAS IVA CEEA INSPECCION PREPAID			
9	TOTAL:	1,320.12		10,981.01
10	VALOR A FOB			
11	TOTAL:	1,320.12		10,981.01
Raúl Manosalvas ELABORADO		N. DE LA TORRE REVISADO		23 de ago de 10 FECHA

ANEXO 2



GÓMEZ & GÓMEZ

FERNANDO MAURICIO GÓMEZ MORALES
CEL: 093424313

R.U.C: 1711081396001
FACTURA S001-001-
Nº 0001220

AUTORIZACION. S.R.L. 1108519802
EMISION VALIDA HASTA JULIO /2011

DVC
IWS System Terminado
P0407-DVC-10

CLIENTE:	VIERNATONE S.A.	R.U.C:	179113699001
DIRECCIÓN:	AV. A DE DIXONERA Y CHECOSLOVACIA	REFERE:	SR LINO ULLAURI
REFERENCIA:	01-5-2010-11-088212-2	GUIA/BI:	004150192726
PEDIDO:	MANTENUEERAS	ORDEN:	1181
		FECHA:	18/08/2010

PAGO POLIZA DE SEGURO \$ 29,64

NOTA: GEDERAMERICA: FECHA MAXIMO DE PAGO 24-08-2010

TOTAL \$ 29,64

IVA 12%

ANTICIPO

A FAVOR \$ 29,64

JORGE EDUARDO GUERRERO MARCANAYA RUC: 1707754931001 AUT SRI: 9873 JULIO 2010 DEL 0001201 AL 0001300 (2 970-983)
ORIGINAL - ACQUIRENTE / In. COPA. ENSCR: 226 COPA. SIN VALOR TRIBUTARIO

 FERNANDO GÓMEZ	RECIBI CONFORME CLIENTE
--------------------	--------------------------------

QUITO
CARLOS GUARDERAS N47-431 Y SECUNDARIA
TELÉFONO 2526443

ANEXO 3



R.U.C.: 0600935381001
FACTURA S-001-001

HEREDIA LOPEZ MARIO FERNANDO
AGENTE FEDATARIO DE ADUANAS
SEGURIDAD EN SERVICIOS ADUANEROS
TRAMITES DE IMPORTACION Y EXPORTACION
Av. Domingo Velandia Oe3-191 y Archila Telf.: 2 258324

Nº 0002390

DUC
PO#07-DUC-10
INS System

AUT. S.R.I.: 1108348137
VALIDO PARA SU EMISION HASTA JUNIO DEL 2011

ORIGINAL: ADQUIRENTE COPIA: EMISOR

JORGE EDUARDO GUERRERO MARCAYATA RUC: 1701754931001 AUT. 5873 JUNIO 2010 DEL 0002331 AL 002400

CLIENTE:	VIENNATONE S.A.	R.U.C.:	1701736699001
DIRECCION:	AV 6 DE DICIEMBRE Y CHECOSLOVAQUIA	REFERE:	BRUNO ULLAURI
REFERENDO:	055-2010-10-000213-Z	GUIA/BL:	004150192225
PEDIDO:	MANIJERAS	ORDEN:	1181
		FECHA:	15/06/2010

PAGO HONORARIOS

\$ 140,00

NOTA: GEDERMEDICAL FECHA MAXIMO DE PAGO 24-06-2010

TOTAL \$ 140,00

IVA 12% \$ 15,80

ANTICIPO

A FAVOR \$ 156,80

Acu

 MARIO HEREDIA	RECIBI CONFORME
--	-----------------

ANEXO 4

TELEMERC S.A.

Dirección: Pasaje Enrique Iturralde Oe3-09 y Prensa (Sector Aeropuerto)
 TELF: (593-2) 3303907 * (593-2) 3304612 FAX:(593-2) 2248246
 Quito - Ecuador

R.U.C. 1791728564001

FACTURA 001-001
0100647

Aut. S.R.I. 1107586686

Quito, 18/08/2010

Ciudad y Fecha: C.A. VIENNATONE Y COMPAÑIA Cliente: Dirección: 06 DE DICIEMBRE 334-45 Y CHECOSLOVACIA Ruc: 1791736699001	Manifiesto: 072967565050 Guía Madre: 004150192226 Guía Hija: Dui: 10-039313	Forma de Pago: Credito VIENNATONE
--	---	---

Descripción	Bultos	Peso (kg)	TOTAL
Tarifa Básica	7	156	18.00
Días adicionales	2		1.56
Días en Bodega	9		
Servicios Adicionales			0.00
Cuarto Frío			0.00
*** Despues de salida la mercaderia la empresa no se responsabiliza por los faltantes o daños de la misma ***			
OBSERVACIONES			19.56
Retención Fuen	0.00	Sub-total \$	12.48
Retención I.V.A.	0.00	Manejo y Movilización \$	0.00
Detalle:		Descuento \$	3.84
Fecha de llega	10/08/2010	IVA % \$	
Ubicación	aplastada, Ipallet, Icarton, s2*	IVA 0 % \$	
		Valor Total \$	35.88
SON:			
Elaborado por: TELEMERC S.A. <i>Fernando Cevallos</i> FACTURADOR	Cancelado:	Entregado:	Recibí Conforme:
Favor pagar con cheque a nombre de TELEMERC S. A.			

AUGUSTO FERNANDO ZUNIGA YANEZ, R.U.C. 1707023147001, AUT. 1873 DEL 89381 - 101300 PL. 11/2009 CADUCA NOVIEMBRE 2010

ORIGINAL: CLIENTE; COPIA AMARILLA: EMISOR; COPIA ROSADA: SIN VALOR PARA CREDITO TRIBUTARIO

ANEXO 5

ECOMINT S.C.C.		CORPORACION ADUANERA ECUATORIANA		REPÚBLICA DEL ECUADOR										DECLARACION ADUANERA UNICA		16835132 A															
A ADUANA / BANCO												B REFRENDO																			
01 Nº ORDEN	02 AÑO	03 ADUANA	04 CÓDIGO	05 RÉGIMEN	06 CÓDIGO	07 FECHA / HORATX.	08 NÚMERO 055-2010-10-03913-2						09 FECHA RECEP 17/08/2010		10 HORA 13:38																
01 001181	2010	Quito	055	IMPORTACION A	10	17/08/2010 13:38							TIPO DESPACHO 0 NORMAL		AFORO AFORO DOCUMENTAL																
C CONTRIBUYENTE / AGENTE																															
11 IMPORTADOR / EXPORTADOR VIENNATONE S.A				12 TIPO y Nº. DOC. ID. 1 1791738699001				13 CIUDAD QUITO																							
14 DIRECCIÓN AV. 8 DE DICIEMBRE N34-45 Y CHECOSLOVAQUIA				15 TELÉFONO 2252708				16 NIVEL COMERCIAL 2																							
17 DECLARANTE / AGENTE HEREDIA LOPEZ MARIO FERNANDO				18 CÓDIGO 2170				19 SECTOR 21				20 CIU 5190																			
D RÉGIMEN PRECEDENTE / DEPÓSITO												21 T. DECLARADO USD (IMP+CIF: EXP+FOB) 10.657.37																			
22 RÉGIMEN PRECEDENTE		23 AÑO		24 SERIES		25 ADUANA RÉGIMEN		26 FECHA ACEPT.		27 FECHA VENCIM.		28 DEPÓSITO		29 CÓDIGO		30 Nº DESP PAR															
								//		//																					
E CONSIGNANTE o CONSIGNATARIO / TRANSACCIÓN																															
31 CONSIGNANTE / CONSIGNATARIO GE HEALTHCARE						32 DIRECCIÓN 8252 NW 68 STREET						33 BENEFICIARIO DEL GIRO GE HEALTHCARE						34 PAÍS PROCED. / DESTINO ESTADOS UNIDOS													
35 NATURALEZA TRANSACCIÓN 11				36 FORMA DE PAGO 13				37 EX.CIE				38 C.ORG.				39 OT.EX. NO				40 MT.VL.				41 ALMACÉN TELEMERC S.A				42 CÓDIGO 7209			
43 TIPO DE TRATAMIENTO NORMAL						44 CÓDIGO DE SOLICITUD DE AFORO						45 Cód. de PROD. ACOG. DESP. URGENTE						46 CÓDIGO DE ENDOSO 00													
F TRANSPORTE																															
47 VÍA DE TRANSPORTE AEREA		48 CÓDIGO 4		49 FECHA EMBARQUE 10/08/2010		50 FECHA LLEGADA 10/08/2010		51 CARGA GENERAL		52 Cód. 1		53 BANDERA UNITED STATES		54 Cód. US		55 LÍNEA TRANSPORTE TAMPA		56 Cód. 5924													
57 Cód. MANIFIESTO 055		58 AÑO 2010		59 TIPO MANIF. 02		60 Nº. MANIFIESTO 007882		61 AG. CARGA / TRANSP. OTROS		62 Cód. 9993		63 N. NAVE/LAÉREA/MAT VEH. 821		64 Nº. COMOC./G./AÉREA/C.PORTE 004150192226																	
65 NOM NAVE/MATRIC. VEH.				66 ADUANA SALIDA				67 VÍA SALIDA				68 ADUANA DESTINO				69 TIPO DESTINO				70 PAÍS DESTINO				71 T. TRAT. 0							
G DETERMINACIÓN BASE IMPONIBLE																															
72 CONCEPTO		73 MONEDA		74 T. CAMB. USD		75 TOTAL MONEDA TRANSACCIÓN		76 TOTAL EN DÓLARES USD		77 TOTAL EN MONEDA NACIONAL																					
78 FOB		USD		1.0000000		10.248.12		10.248.12		10.248.12																					
79 FLETE		USD		1.0000000		384.25		384.25		384.25																					
80 SEGURO						25.00		25.00		25.00																					
81 VALOR ADUANA						10.657.37		10.657.37		10.657.37																					
82 TOTAL SERIES / PARTIDAS 4		83 PESO NETO (Kilogr) 150.00		84 PESO BRUTO (Kilogr) 158.00		85 TOTAL BULTOS 2.00		86 TOTAL CONTENEDORES		87 TOTAL U. FÍSICAS 7.00		88 TOTAL U. COM. 7.00																			
H DOCUMENTOS DE ACOMPAÑAMIENTO																															
89 CLASE		90 NÚMERO		91 TIPO		92 EMISIÓN			93 VIGENCIA			94 Nº SR.		95 PARTIDA NAVEGACIONAL		96 MONEDA		97 MONTO USD.													
98		99		100		101			102			103		104		105		106													
70		702		03		SEGUROS			EC			15/07/2010		15/07/2010		4		9018.12.00.00 USD 10,248.12													
71		18454052		10		GE HEALTHCARE			EC			29/07/2010		29/07/2010		4		9018.12.00.00 USD 384.25													
72		004150192226		11		TAMPA			US			10/08/2010		10/08/2010		4		9018.12.00.00 USD 25.00													
73		1181		17		VIENNATONE S.A			EC			17/08/2010		17/08/2010		4		9018.12.00.00 USD 10,248.12													
74																															
75																															
76																															
77																															
78																															
79																															
I DECLARACIÓN DE LA MERCANCÍA																															
80 Nº. SERIE		81 TIPO SUFUD		82 SUBPARTIDA NACIONAL		83 BREVE DESCRIPCIÓN DE LA MERCANCÍA		84 T		85 BULTOS CL. CAMB.		86 U. FÍSICAS TP. CANT.		87 U. COM. TP. CANT.		88 PESO (Kgr.) NETO		89 PESO BRUTO		90 MARCAS Y NÚMEROS		91 T M									
1		0000		12.00.00-3		MANGUERAS		1		PK		11		U		4.00		2.74		2.84		VIENNATONE S.A 0									
92 TPCI		93 TPBG		94 TPBE		95 PAÍS DE ORIGEN		96 Código		97 FOB USD		98 FLETE USD		99 SEGURO USD		100 CIF USD		101		102		103									
						UNITED STATES		US		188.87		7.01		0.46		194.34															
J OBSERVACIONES																															
104 SECUENCIA		105 TIPO OBS.		106 CONTENIDO OBS.																											
K FIRMAS Y SELLOS																															

ANEXO 6

 CORPORACION ADUANERA ECUATORIANA		REPÚBLICA DEL ECUADOR DECLARACION ADUANERA UNICA						16835132 B																																																									
A ADUANA / BANCO							B REFRENDO																																																										
01	Nº ORDEN	02	AÑO	03	ADUANA	04	CÓDIGO	05	RÉGIMEN	06	CÓDIGO	07	FECHA / HORA TX.	08	NÚMERO																																																		
	001181		2010		Quito		055		IMPORTACION A		10		17/08/2010 13:38		055-2010-10-039313-2																																																		
09	S VTO. BNO.	10	BANCO	11	CIUDAD	12	OFICINA	13	FECHA EMISIÓN	14	TIPO DESPACHO																																																						
								11			0	NORMAL																																																					
C CONTRIBUYENTE / AGENTE																																																																	
16	IMPORTADOR / EXPORTADOR	17	TIPO y Nº. DDC. ID.	18	CIUDAD																																																												
	VIENNATONE S.A		1	1781738699001	QUITO																																																												
19	DIRECCIÓN	20	TELÉFONO	21	NIVEL COMERCIAL																																																												
	AV. 6 DE DICIEMBRE N34-45 Y CHECOSLOVAQUIA		2262708		2																																																												
22	DECLARANTE / AGENTE	23	CÓDIGO	24	SECTOR	25	CIU																																																										
	HEREDIA LOPEZ MARIO FERNANDO		2170		21		5190																																																										
I DECLARACIÓN DE LA MERCANCÍA																																																																	
20	Nº. SERIE	TIPO SUFLO	SUBPARTIDA NACIONAL	BREVE DESCRIPCIÓN DE LA MERCANCÍA	S Y	BULTOS		U. FÍSICAS		U. COM.		PESO (Kgs.)		MARCAS Y NÚMEROS	T M																																																		
						CL.	CANT.	TP.	CANT.	TP.	CANT.	NETO	BRUTO																																																				
	2	0000 90	8.20.00.00	ECOGRAFO	1	PX		11		U	1.00	100.99	105.03	VIENNATONE S.A	0																																																		
	3	0000 90	9.20.00.00	TERMOCUNA	1	PX		11		U	1.00	42.81	44.53	VIENNATONE S.A	0																																																		
	4	0000 94	02.90.90.00	MUEBLES PARA MAQUINA DE	1	PX		11		U	1.00	3.46	3.60	VIENNATONE S.A	0																																																		
<table border="1"> <thead> <tr> <th>SERIE</th> <th>TPCI</th> <th>TPNG</th> <th>TPRE</th> <th>PAÍS DE ORIGEN</th> <th>CÓDIGO</th> <th>FOB USD</th> <th>FLETE USD</th> <th>SEGURO USD</th> <th>CIF USD</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>UNITED STATES</td> <td>US</td> <td>6,900.00</td> <td>258.71</td> <td>16.83</td> <td>7,175.54</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>UNITED STATES</td> <td>US</td> <td>2,025.00</td> <td>109.67</td> <td>7.14</td> <td>3,041.81</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>UNITED STATES</td> <td>US</td> <td>238.25</td> <td>8.86</td> <td>0.57</td> <td>245.68</td> </tr> <tr> <td colspan="6"></td> <td>3,250</td> <td>330</td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>																SERIE	TPCI	TPNG	TPRE	PAÍS DE ORIGEN	CÓDIGO	FOB USD	FLETE USD	SEGURO USD	CIF USD	2				UNITED STATES	US	6,900.00	258.71	16.83	7,175.54	3				UNITED STATES	US	2,025.00	109.67	7.14	3,041.81	4				UNITED STATES	US	238.25	8.86	0.57	245.68							3,250	330		
SERIE	TPCI	TPNG	TPRE	PAÍS DE ORIGEN	CÓDIGO	FOB USD	FLETE USD	SEGURO USD	CIF USD																																																								
2				UNITED STATES	US	6,900.00	258.71	16.83	7,175.54																																																								
3				UNITED STATES	US	2,025.00	109.67	7.14	3,041.81																																																								
4				UNITED STATES	US	238.25	8.86	0.57	245.68																																																								
						3,250	330																																																										
J OBSERVACIONES																																																																	
21	SECUENCIA	22	TIPO OBS.	23	CONTENIDO OBS.																																																												
K FIRMAS Y SELLOS																																																																	
MARIO F. HEREDIA L.																																																																	

ANEXO 7

CAE CORPORACION ADUANERA ECUATORIANA		REPÚBLICA DEL ECUADOR DECLARACION ADUANERA UNICA				16835132 C	
A ADUANA						B REFRENDO	
01 Nº ORDEN	02 AÑO	03 ADUANA	04 CÓDIGO	05 RÉGIMEN	06 CÓDIGO	07 FECHA / HORA TX.	08 NÚMERO
001181	2010	Quito	055	IMPORTACION A	10	17/08/2010 13:38	055-2010-10-039313-2
C CONTRIBUYENTE / AGENTE						FECHA RECEP 17/08/2010	
09 IMPORTADOR / EXPORTADOR			10 TIPO y No. DOC. ID.		11 CIUDAD		
VIENNATONE S.A			1 1791736699001		QUITO		
12 DIRECCIÓN			13 TELÉFONO		14 NIVEL COMERCIAL		
AV. 6 DE DICIEMBRE N34-45 Y CHECOSLOVAQUIA			2252708		2		
15 DECLARANTE / AGENTE			16 ALMACEN / DEPÓSITO		17 CÓDIGO		
HEREDIA LOPEZ MARIO FERNANDO			2170		TELEMERC S.A 7209		
D VALORES EN ADUANA						HORA 13:38	
18 FOB USD						AFORO AFORO DOCUMENTAL	
10,248.12							
19 FLETE USD		20 SEGURO USD		21 AJUSTE USD		22 CIF USD	
384.25		25.00				10,657.37	
23 VALOR ADUANA USD		10,657.37					
E AUTOLIQUIDACIÓN DE TRIBUTOS							
CONCEPTO		LIQUIDACIÓN \$ (1)		LIBERACIÓN \$ (2)		CANTIDAD A PAGAR \$ (1-2)	
24 AD / VALOREM		36.85				36.85	
25 DERECHO ESPECÍFICO							
26 IMP. CONSUMO ESPECIAL							
27 IMP. VALOR AGREGADO		1,289.70				1,289.70	
28 DERECHO ANTIDUMPING							
29 DERECHOS CONSULARES							
30 SOBRETIEPO PETROLERO							
31 ADICIONAL X BARRIL DE CRUDO							
32 TASA MODERNIZACIÓN							
33 TASA DE CONTROL							
34 TASA ALMACENAJE							
35 MULTAS (ART. 89 Y 91)							
36 INTERESES							
37 IMPUESTO A LA SALIDA DE DIVISAS							
38 FODINFA		53.29				53.29	
39 CORPEI		5.00					
40 OTROS							
41 SALVAGUARDIA							
42 TOTAL AUTOLIQUIDACIÓN				1,379.84			
F BANCO Y ADUANA							
43 DECLARANTE		44 FECHA					
2170		17/08/2010					
45 FIRMADO POR: HEREDIA L.							
46 FIRMA DEL DECLARANTE							

ANEXO 8

CORPORACION ADUANERA ECUATORIANA		DECLARACION EN ADUANA DEL VALOR DAV (1)		DAV N° 1181	
1. ADUANA					
1.1. Adicionales	N° Formulario DAV	Régimen	11. Aduana	Código	12. RUC / CFI / Catastro / Parag Código
1	2	10	Quito	055	179173669001
13. Consignatario o Importador			14. Nivel de Distribuidor		
VIENNATONE S.A.			055-2010-10-0393132		
2. REGISTRO DE ADUANAS					
3. PROVEEDOR					
3.1. Nombre / Razón social		3.2. Condición		3.3. Dirección	
GEHEALTHCARE		DISTRIBUIDOR		47/08/2010	
3.4. Ciudad		3.6. País		3.8. Fax	
MIAMI		ESTADOS UNIDOS		US	
4. TRANSACCION					
16835132					
4.1. Monedas		4.2. Incentivos		Lugar	
USD		FOB		MIAMI	
4.7. N° contrato u otro Doc.		4.8. Fecha contrato		4.9. Tipo de cambio	
				1.00000000	
4.11. Forma de envío		4.15. N° de envíos		4.16. Modo de transporte	
Fraccionado		1/1		AEREA	
5. DESCRIPCION DE LA MERCANCIA					
5.1. Subpartida (Maquina)		5.2. Descripción Comercial		5.3. Características / Tipo	
1 9018.20.00.00.1		ECOGRAFO		9612-5001-920	
2 9018.20.00.00.7		TERMOCUNA		6800-0291-91a	
3 9018.12.00.00.3		MANGUERAS		6600-0580-800	
4 9018.12.00.00.3		MANGUERAS		6700-0458-804	
5 9018.12.00.00.3		MANGUERAS		6700-0458-805	
5.4. País de origen		5.5. Modelo		5.7. Año	
US		IWS 3300		2010	
US		IWS SMDR		2010	
US		IWS		2010	
US		IWSDF		2010	
US		VAC DSF		2010	
5.9. Cantidad		5.10. U.Com.		5.11. FOD (unit US \$)	
1.00		U		6.900.000000	
1.00		U		2.925.000000	
1.00		U		35.310000	
1.00		U		60.100000	
1.00		U		47.250000	
6. INTERMEDIARIO ENTRE COMPRADOR Y VENDEDOR					
6.1. Se utilizó algún intermediario en la transacción comercial? SI NO X					
6.2. Nombre del intermediario					
6.3. Dirección					
6.4. Ciudad					
6.5. País					
6.6. Tipo de intermediario					
7. CONDICIONES DE LA TRANSACCION					
7.1. Existe negociación con el proveedor					
7.2. Ha incluido la vinculación en el precio de las mercancías importadas					
7.3. Existen pagos indirectos relativos a las mercancías					
7.4. Existen honorarios o derechos de licencias relativas a las mercancías importadas que Ud. está obligado a pagar directamente o indirectamente como condición de venta					
7.5. ¿Es la venta condicionada por un acuerdo, según el cual una parte del producto de cualquier venta, cesión o utilización posterior de las mercancías importadas se revierte directa o indirectamente a su proveedor extranjero?					
7.6. Existen restricciones para la cesión o utilización de las mercancías por el importador, de acuerdo a lo señalado en el Art. 1 del Acuerdo de Valor GATT					
7.7. Depende la venta o el precio, de condiciones o contraprestaciones en relación a las mercancías a valorar					
7.8. Puede determinarse el valor de las condiciones o contraprestaciones					
8. DETERMINACION DE LA TRANSACCION					
8.1. Base del cálculo		8.2. Adiciones a importes no incluidos en 8.1 a cargo del comprador		US \$	
8.1.1 Precio factura		10.240.12		8.2.1 Comisiones, Correaje, salvo comisiones de compra	
8.1.2 Pagos indirectos, descuentos retroactivos, otros		Total 8.1.1		8.2.2 Envases y embalajes	
10.240.12		10.240.12		8.2.3 Bienes y servicios suministrados por el importador gratuitamente o a precio reducido y utilizados en la producción y venta de las mercancías importadas	
8.3. Deducciones de importes incluidos en 8.1		US \$		8.2.4 Cánones y derechos de licencia	
8.3.1 Gastos de entrega posteriores a la importación (transporte, etc)				8.2.5 Producto de cualquier venta, cesión o utilización posterior que revierte al proveedor extranjero	
8.3.2 Intereses				8.2.6 Gastos de entrega a favor del lugar de importación	
8.3.3 Asistencia técnica, armado, montaje, instalación, mantenimiento, gastos de construcción				8.2.7 Gastos de transporte hasta el lugar de embarque	
8.3.4 Derechos de Aduana y otros impuestos				8.2.8 Gastos de transporte desde lugar de embarque hasta el lugar de importación	
8.3.5 Otros gastos				8.2.9 Gastos de carga, descarga, manipulación	
Total 8.3.				8.2.10 Gastos de seguro	
8.4. Valor en aduana = 8.1 - 8.2 - 8.3		10.857.37		25.00	
8.5. Tiene carácter estimativo o provisional los casilleros 8.2.4 y 8.2.5		SI NO X		Total 8.2.	
				409.25	
9. DESAGREGACION DEL VALOR EN ADUANA					
9.1. FOB US \$		9.2. Flete US \$		9.3. Seguro US \$	
10.240.12		384.75		25.00	
9.4. Otros US \$					
10. IDENTIFICACION Y FIRMA DEL DECLARANTE					
10.1. Correo del Importador		10.2. Cargo		10.3. Fecha	
GRUPO VIENNATONE		GERENTE GENERAL		17/08/2010	
Declaro bajo juramento que la información aquí considerada es correcta y sujeta a las disposiciones legales vigentes. Conozco que cualquier falsedad puede dar origen a los procesos legales y acciones emprendidas en la Ley Orgánica de Aduanas.					
ECOMINT S.C.C.					

ANEXO 10

con_di_aet

Page 1 of 1

Retornar

Contenedor || Mercancia || Correcciones || Documentos Hijos || Observaciones

Manifiesto:	055-10-02-007862	M.T. Master	072967565050																
Doc. Transporte :	004150102226	Tipo Doc. Transp.	HOUSE AIR WAY BILL																
<p>Línea de Transporte 5924-TAMPA</p> <p>Agencia de Carga 5924-Agente de Carga No definido</p> <p>Consolidadora de Carga 8859-PANATLANTIC LOGISTICS S.A.</p> <p>Embarcador:</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Documento</th> <th>Número</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>DATEX-OMEDA INC.</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Dirección :</td> <td></td> </tr> <tr> <td>MIAMI</td> <td></td> </tr> </tbody> </table> <p>Consignar a:</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Documento</th> <th>Número</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1-RUC</td> <td>1791736699001</td> </tr> </tbody> </table> <p>Nombre: VIENNATONE S.A.</p> <p>Dirección : 6 DE DICIEMBRE N34-45 Y CHECOESLOVAQUIA</p> <p>Notificar a:</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Documento</th> <th>Número</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1-RUC</td> <td>1791736699001</td> </tr> </tbody> </table> <p>Nombre: VIENNATONE S.A.</p> <p>Dirección : 6 DE DICIEMBRE N34-45 Y CHECOESLOVAQUIA</p>		Documento	Número	DATEX-OMEDA INC.		Dirección :		MIAMI		Documento	Número	1-RUC	1791736699001	Documento	Número	1-RUC	1791736699001	<p>Datos de Medio Transporte</p> <p>Descripción 5924</p> <p>Nro. Viaje 821</p> <p>Fecha Llegada/Salida 10/08/2010</p> <p>Fecha Culminación 10/08/2010 23:59:00</p> <p>Bandera : null</p> <p>Puertos</p> <p>Pais UNITED STATES</p> <p>Carga USMIA-MIAMI</p> <p>Descarga ECUJO-QUITO</p> <p>Final ECUJO-QUITO</p> <p>Origen USMIA-MIAMI</p> <p>Trasbordo --</p> <p>Almacenaje</p> <p>Almacen 7209-TELEMERC S A</p> <p>Datos de la Carga</p> <p>Flete USD 384.25</p> <p>Pagado</p> <p>Bultos Manifestado 2</p> <p>Peso Manifestado 156</p> <p>Bultos Recibidos 2</p> <p>Peso Recibido 156</p> <p>Fecha de Embarque 10/08/2010</p> <p>Fecha de Descans. 10/08/2010 21:56:00</p> <p>Fecha de Almacen 11/08/2010 08:49:00</p> <p>Fecha de Trasbordo</p> <p>Fecha de Salida</p> <p>Fecha de Traslado</p> <p>Régimen : 10-IMPORTACION A CONSUMO</p> <p>Nro. Declaración</p>	
Documento	Número																		
DATEX-OMEDA INC.																			
Dirección :																			
MIAMI																			
Documento	Número																		
1-RUC	1791736699001																		
Documento	Número																		
1-RUC	1791736699001																		

EN MI CALIDAD DE AGENTE DE ADUANA Y FEDATARIO
ADUANERO, CERTIFICO BAJO MI RESPONSABILIDAD LEGAL
QUE EL PRESENTE DOCUMENTO, ENTREGADO POR EL IM-
PORTADOR, FORMA PARTE INTEGRAL DEL PROCESO DE
IMPORTACION Y FUE ENTREGADO BAJO EL DUY No.

Mario E. Meredia López
Agente Nacional de Aduanas
Código No. 2170

FIRMA

ANEXO 12

GE Healthcare Invoice 8880 Gorman Rd Laurel, MARYLAND, 20723 UNITED STATES 410-888-5352		Shipper: Ohmeda Medical, A Division of Datex-Ohmeda, Inc. 3030 Ohmeda Drive Madison, WISCONSIN, 53718, UNITED STATES		1. Any of the product, service, or software were exported from the United States in accordance with the Export Administration Regulations. 2. Where country is U.S. and, such laws or other export controls is prohibited. 3. The item has an ECA status, it is subject to controls of countries of origin from the European Community.			
SALES ORDER NO: 2884142 CUSTOMER PO: 07-DVC-10		M.O.T. AIR 3RD PTY BILLING TO DATE 292 - EXPEDITORS		SHIPMENT TERMS: FOB INCOTERMS: FOB			
SOLD TO: VIENNATONE Y COMPANIA (DI) AV 6 DE DICIEMBRE N34-45 CHECOSLOVACUA QUITO EC		CONSIGNEE: VIENNATONE Y COMPANIA (DI) AV 6 DE DICIEMBRE N34-45 CHECOSLOVACUA QUITO EC		INVOICE NO. 18454052 DATE: 29-JUL-2010 PAGE: 1 of 2			
LINE NO	QTY	ITEM NUMBER	PRODUCT DESCRIPTION / HS NO. / LICENSE / ECCN	COUNTRY OF REGION	PRICE	TOTAL	EXPORT MARKS
1.1	1	6612-5001-920	IVS 3300 120 SP <i>Ecog</i> <i>Verter</i> EXPORT COUNTRY: 9018200000 IMPORT COUNTRY: 9018200000 SERIAL NUMBER(S): HCCP50099 IRS SIDE MOUNT LA <i>Ecog</i> <i>Verter</i> EXPORT COUNTRY: 9019200000 IMPORT COUNTRY: 9019200000 SERIAL NUMBER(S): H0DP00081 HOSE MANAGEMENT IRS <i>Manycos</i> EXPORT COUNTRY: 9019200000 IMPORT COUNTRY: 9019200000 HOSE ASSY O2 DSF HIT 8FT <i>Manycos</i> EXPORT COUNTRY: 9018903000 IMPORT COUNTRY: 9018903000 HOSE ASSY VAC DSF HIT 8FT <i>Manycos</i> EXPORT COUNTRY: 9018903000 IMPORT COUNTRY: 9018903000 HOSE ASSY AIR DSF HIT 8FT <i>Manycos</i> EXPORT COUNTRY: 9018903000 IMPORT COUNTRY: 9018903000	US	6900 00	6900 00	SALES ORDER NUMBER: 2884142 CUSTOMER SHIP TO NAME: VIENNATONE Y COMPANIA (DI) CUSTOMER PO: 07-DVC-10 COUNTRY OF FINAL DESTINATION: ECUADOR
2.1	1	6600-0291-914		US	2925 00	2925 00	
3.1	1	6600-0590-800		US	35 31	35 31	
4.1	1	6700-0458-804		US	60 18	60 18	
5.1	1	6700-0458-805		US	47 25	47 25	
6.1	1	6700-0458-803		US	44 13	44 13	
				CURRENCY	USD		



For Shipping Purposes only

Datex Ohmeda, Inc.
 3030 Ohmeda Drive
 Madison, WISCONSIN, 53718, UNITED STATES
 72-5029570

EN MI CALIDAD DE AGENTE DE ADUANAS Y
 ADUANERO CERTIFICADO MI RESPONSABILIDAD
 QUE EL PRESENTE DOCUMENTO, ENTREGADO
 POR EL EXPORTADOR, REPRESENTA EL VALOR
 INTEGRAL DEL PRODUCTO EXPORTADO BAJO EL DUNO
 MARIO Z. Heredia López
 Agente de Aduanas de Aduanas
 Cofradía No. 5320

126.27

ANEXO 13

GE Healthcare Ohmeda Medical, A Division of Datex-Ohmeda, Inc. 8880 Gorman Rd Laurel, MARYLAND, 20723 UNITED STATES 410-888-5352		Shipper: Ohmeda Medical, A Division of Datex-Ohmeda, Inc. 8880 Gorman Rd Laurel, MARYLAND, 20723 UNITED STATES 410-888-5352		Invoice 18454052	
SALES ORDER NO 5272005 / 2884142		CUSTOMER PO 07-DVC-10		M.O.T. AIR	
LINE NO 1		ITEM NUMBER 6600-0513-801		PRODUCT DESCRIPTION / HS NO. / LICENSE / ECON SHELF ASSY 12X12 INSTR GRAY	
QUANTITY 1		EXPORT COUNTRY EXPORT COUNTRY: 9402900020 / EAR99 IMPORT COUNTRY: 9402900020		COUNTRY OF REGION US	
PRICE 236.25		TOTAL 236.25		SHIPMENT TERMS 3RD PTY BILLING TO DAT392 - EXPEDITORS	
SALES ORDER NUMBER: 2884142		EXPORT MARKS FOB		INCOTERMS	
CUSTOMER SHIP TO NAME: VIENNATONE Y COMPANIA (DI)		CUSTOMER PO: 07-DVC-10		FREIGHT TERMS	
COUNTRY OF FINAL DESTINATION: ECUADOR		AUTHORIZED SIGNATURE 		DATE: 29-JUL-2010	
CERTIFIED TRUE AND CORRECT		NOTES		INVOICE NO. 18454052	
NO OF PACKAGES 2		GROSS WEIGHT POUNDS 346.00 KILOGS 156.94		NET WEIGHT POUNDS 276.80 KILOGS 125.55	
TOTAL AMOUNT 10248.120		CURRENCY USD		PAGE: 2 of 2	

EN MI CALIDAD DE AGENTE DE ADUANA Y FEDATARIO
 ADEUADO, CERTIFICO BAJO MI RESPONSABILIDAD LEGAL
 QUE EL PRESENTE DOCUMENTO ENTREGADO POR EL
 PORTADOR ES UNA PARTE INTEGRAL DEL PROCESO DE
 IMPORTACION ENTREGADO BAJO EL DUA No.
 Mario E. Heredia Lopez
 Agente Especial de Aduanas
 Código No. 2170
 FIRMA



Datex Ohmeda, Inc.
 3030 Ohmeda Drive
 Madison, WISCONSIN, 53718, UNITED STATES
 2-30299770

ANEXO 16

BOYVA

SECCION TRANSPORTES
APLICACION DE SEGURO DE TRANSPORTES
ORIGINAL ASEGURADO

SECCION GENERAL - SEGURO DE VIAJE
Seguro de Viaje
Parte de Seguros de Viaje - Seguros con cobertura de la orden de BOYVA S.A. Company
Seguros de Viaje S.A.

APLICACION N° **702**

POLIZA N° **506667**

La siguiente información corresponde a la aplicación POLIZA FLOTANTE N° **1791736699001**

VIENNA TONE CIA. LTDA. **MIAMI**

Fecha **15/07/2010** **ARECO** **FOR CONFIRMAR**

Consiguió en **VIENNA TONE CIA. LTDA.**

Fecha **QUITO, 03 DE JULIO DEL 2.010**

ABRSE	NOS.	DESCRIPCION	CONTENIDO	Valor Asegurado	%	Prima	Comisiones
				\$		\$	
			SEGUN FACTURAS ADJUNTAS	10.632,37	0,30%	25,00	COBERTUR
					3,5%	0,88	TODO
					0,50%SSC	0,13	RIESGO
					D.E.	0,45	DE BODEG
					S.T.	26,46	A BODEGA
					IVA	3,18	
					TOTAL	29,64	

FLUJE \$ 384,25
CUA AEREA 004150192226

EN EL CALIDO DE AGENTE DE AGENCIA FIRMANDO
ADJUNTO CERTIFICADO DE RESPONSABILIDAD
QUE EL PRESENTE DOCUMENTO ENTREGADO POR EL
RECEPTOR EN PARTE INTEGRAL DEL PROCESO DE
RECEPCION DE LA AVISADO EL DÑO
MARIO E. LASEDA LOPEZ
Ag. de Viajes en Aduanas
2102002170
FIRMA

Entregado en:

Por:

La Compañía o el Agente devolvirá el duplicado debidamente sellado y firmado

NOTAS: Este seguro termina en un momento de la compañía de seguros que también en el caso de transportes

3. Este seguro termina por la superveniencia de daños con respecto al 2010, que no se incluye aquí

Asesado por la Compañía

Compañía de Seguros del Ecuador S.A.

Sede: QUITO

Sede: QUITO

ANEXO 18

U.S. DEPARTMENT OF COMMERCE – Economics and Statistics Administration – U.S. CENSUS BUREAU – BUREAU OF EXPORT ADMINISTRATION
FORM 7525-V (7-18-2003) **SHIPPER'S EXPORT DECLARATION** OMB No. 0507-0152

1a. U.S. PRINCIPAL PARTY IN INTEREST (USPPI) (Complete name and address) Deltek Ohmeda, Inc. 3030 Ohmeda Drive Madison, WISCONSIN, UNITED STATES ZIP CODE 53718		1d. INVOICE NUMBER 18454052 2. DATE OF EXPORTATION 29-JUL-2010 3. TRANSPORTATION REFERENCE NO. ORDER NUMBER 5272005 / 2884142 PURCHASE ORDER NUMBER 07-DVC-10				
b. USPPI'S EIN (IRS) OR ID NO. 22-3029570		c. PARTIES TO TRANSACTION <input checked="" type="checkbox"/> Related <input type="checkbox"/> Non-related				
4a. ULTIMATE CONSIGNEE (Complete name and address) VIENNATONE Y COMPANIA (DI) AV 6 DE DICIEMBRE N34-45 CHECOSLOVAQUIA QUITO, ECUADOR b. INTERMEDIATE CONSIGNEE (Complete name and address)		DESCRIPTION				
5a. FORWARDING AGENT (Complete name and address) EXPEDITORS		5b. FORWARDING AGENT'S EIN (IRS) NO.				
6. POINT (STATE) OF ORIGIN OR FTZ NO. MARYLAND		7. COUNTRY OF ULTIMATE DESTINATION ECUADOR				
8. LOADING PIER (Vessel only)		9. METHOD OF TRANSPORTATION (Specify) AIR				
10. EXPORTING CARRIER		11. PORT OF EXPORT				
12. PORT OF UNLOADING (Vessel and air only)		13. CONTAINERIZED (Vessel only) <input type="checkbox"/> Yes <input checked="" type="checkbox"/> No				
14. CARRIER IDENTIFICATION CODE		15. SHIPMENT REFERENCE NO.				
16. ENTRY NUMBER		17. HAZARDOUS MATERIALS <input type="checkbox"/> Yes <input checked="" type="checkbox"/> No				
18. IN BOND CODE		19. ROUTED EXPORT TRANSACTION <input type="checkbox"/> Yes <input checked="" type="checkbox"/> No				
20. SCHEDULE B DESCRIPTION OF COMMODITIES (Use columns 22-24)						
DF or M (21)	SCHEDULE B NUMBER (22a)	ECCN (22b)	QUANTITY – SCHEDULE B UNIT(S) (23)	SHIPPING WEIGHT (Kilograms) (24)	VIN/PRODUCT NUMBER/VEHICLE TITLE NUMBER (25)	VALUE (U.S. dollars, omit cents) (Selling price or cost if not sold) (26)
D	9018200080	EAR99	1 EA	142		6900
D	9019200000	EAR99	2 EA	5		2960
27. LICENSE NO./LICENSE EXCEPTION SYMBOL/AUTHORIZATION NLR			28. ECCN (When required)			
29. Duly authorized officer or employee MILA L. BOHOL			The USPPI authorizes the forwarder named above to act as forwarding agent for export control and customs purposes.			
30. I certify that all statements made and all information contained herein are true and correct and that I have read and understand the instructions for preparation of this document, set forth in the "Correct Way to Fill Out the Shipper's Export Declaration." I understand that civil and criminal penalties, including forfeiture and sale, may be imposed for making false or fraudulent statements herein, failing to provide the requested information or for violation of U.S. laws on exportation (13 U.S.C. Sec. 305; 22 U.S.C. Sec. 401; 18 U.S.C. Sec. 1001; 50 U.S.C. App. 2410).						
Signature  MILA L. BOHOL, Shipper			Confidential – Shipper's Export Declaration (on any successor document) whenever located, shall be exempt from public disclosure unless the Secretary determines that such exemption would be contrary to the national interest (Title 13 Chapter 5 Section 301 (g))			
Title: Export Logistics Specialist			Export shipments are subject to inspection by U.S. Customs Service under Title of Export Enforcement			
Date: 29 July 2010			31. AUTHENTICATION (When required)			
Telephone No. (Include Area Code) 410-888-5352			E-mail address mila.bohol@ge.com			

This form may be printed by private parties provided it conforms to the official form. For sale by the Superintendent of Documents, Government Printing Office, Washington, DC 20402, and local Customs District Directors. The "Correct Way to Fill Out the Shipper's Export Declaration" is available from the U.S. Census Bureau, Washington, DC 20233.

ANEXO 19



Ohmeda Medical, A Division of Datex-Ohmeda, Inc. Packing Slip
Now Part of GE Healthcare

Page 1 of 5

Org: LAU

Ship To:
 VIENNATONE Y CIA
 AV 6 DE DICIEMBRE N34-45 CHECOSLOVAQUIA
 QUITO, Ecuador

Checked By: NORTHCRAFT, BENNIE
Shipping Date: 29-Jul-10
Way Bill: EXPEDITORS - MIAMI
Commercial Invoice: 18454052
Customer PO#: 07-DVC-10
Ship Method:
Carrier:



ASN/Delivery Number: 18454052

Ship From:
 Ohmeda Medical -a division of Datex-Ohmeda Inc.
 Ohmeda Medical, A Division of Datex-Ohmeda, Inc.
 8880 Gorman Rd
 Laurel, MD,, 20723
 United States
Your VAT ID No:
Sales Person: Fernandez, Juan

Contact / CSR: Gomes, Amparo C (Ampy)

5272005

Order # Line #	Item Number	Description	Qty SHP	Backordered Quantity	Cnt #
2884142 1.1	6612-5001- 920	*IWS 3300 120 SP Serial No: HCCP50099	1 EA		1
2884142 2.1	6600-0291- 914	IRS SIDE MOUNT LA Serial No: HDDP00081	1 EA		2
2884142 3.1	6600-0590- 800	HOSE MANAGEMENT IRS	1 EA		2
2884142 4.1	6700-0458- 804	HOSE ASSY O2 DSF HIT 8PT	1 EA		2
2884142 5.1	6700-0458- 805	HOSE ASSY VAC DSF HIT 8P T	1 EA		2

Datex-Ohmeda, INC.
 P.O. Box 7550, Madison, WI 53707-7550, USA
 Tel +1 800 345 2700, Fax +1 608 221 4384; VAT No. US
 FIN 22-3029570
 Bank SWIFT-address NEW YORK

ANEXO 20



Ohmeda Medical, A Division of Datex-Ohmeda, Inc. Packing Slip
Now Part of GE Healthcare

Page 2 of 5

Org: LAU

Ship To:
 VIENNATONE Y CIA
 AV 6 DE DICIEMBRE N34-45 CHECOSLOVAQUIA
 QUITO, Ecuador

Checked By: NORTHCRAFT, BENNIE
Shipping Date: 29-Jul-10
Way Bill: EXPEDITORS - MIAMI
Commercial Invoice: 18454052
Customer PO#: 07-DVC-10
Ship Method:
Carrier:



ASN/Delivery Number: 18454052

Ship From:
 Ohmeda Medical -a division of Datex-Ohmeda Inc.
 Ohmeda Medical, A Division of Datex-Ohmeda, Inc.
 8880 Gorman Rd
 Laurel, MD., 20723
 United States
 Your VAT ID No:

Contact / CSR: Gomes, Amparo C (Ampy)

Sales Person: Fernandez, Juan

Order # Line #	Item Number	Description	Qty SHP	Backordered Quantity	Cnt #
2884142 6.1	6700-0458- 803	HOSE ASSY AIR DSP HIT HF T	1 EA		2
2884142 9.1	6600-0513- 801	SHELF ASSY 12X12 INSTR GRAY	1 EA		2

Datex-Ohmeda, INC.
 P.O. Box 7550, Madison, WI 53707-7550, USA
 Tel +1 800 345 2700, Fax +1 608 221 4384; VAT No. US
 FIN 22-3029570
 Bank SWIFT-address NEW YORK

ANEXO 21



Ohmeda Medical, A Division of Datex-Ohmeda, Inc. Packing Slip
Now Part of GE Healthcare

Page 3 of 5

Org: LAU

Ship To:
 VIENNATONE Y CIA
 AV 6 DE DICIEMBRE N34-45 CHECOSLOVAQUIA
 QUITO, Ecuador

Checked By: NORTHCRAFT, BENNIE
Shipping Date: 29-Jul-10
Way Bill: EXPEDITORS - MIAMI
Commercial Invoice: 18454052
Customer PO#: 07-DVC-10
Ship Method:
Carrier:


 ASN/Delivery Number: 18454052

Ship From:
 Ohmeda Medical -a division of Datex-Ohmeda Inc.
 Ohmeda Medical, A Division of Datex-Ohmeda, Inc.
 8880 Gorman Rd
 Laurel, MD,, 20723
 United States
Your VAT ID No:
Sales Person: Fernandez, Juan

Contact / CSR: Gomes, Amparo C (Ampy)

Shipping Information

Gross weight (Lbs): 346.00	Net Weight (Lbs): 276.80	Volume (Ft3): 75.831
Gross weight (Kg): 156.94	Net Weight (Kg): 125.55	Volume (M3): 2.147
Total Number of Containers: 2		

Container Information

Cnt #	Gross Lbs.	Net Lbs.	Gross Kilo	Net Kilo	Dim (In.) (L x W x H)	Dim (CM) (L x W x H)
1	312	249.6	141.52	113.22	42x34x80	107x86x203
2	34	27.2	15.42	12.34	26x19x34	66x48x86

Datex-Ohmeda, INC.
 P.O. Box 7550, Madison, WI 53707-7550, USA
 Tel +1 800 345 2700, Fax +1 608 221 4384; VAT No. US
 FIN 22-3029570
 bank SWIFT-address NEW YORK

ANEXO 22

 Ohmeda Medical, A Division of Datex-Ohmeda, Inc. Packing Slip Now Part of GE Healthcare	
Page 5 of 5	
Org: LAU	
Ship To: VIENNATONE Y CIA AV 6 DE DICIEMBRE N34-45 CHECOSLOVAQUIA QUITO, Ecuador	Checked By: NORTHCRAFT, BENNIE Shipping Date: 29-Jul-10 Way Bill: EXPEDITORS - MIAMI Commercial Invoice: 18454052 Customer PO#: 07-DVC-10 Ship Method: Carrier:
Ship From: Ohmeda Medical -a division of Datex-Ohmeda Inc. Ohmeda Medical, A Division of Datex-Ohmeda, Inc. 8880 Gorman Rd Laurel, MD, , 20723 United States Your VAT ID No: Sales Person: Fernandez, Juan	 ASN/Delivery Number: 18454052
	Contact / CSR: Gomes, Amparo C (Ampy)

Datex-Ohmeda, INC.
P.O. Box 7550, Madison, WI 53707-7550, USA
Tel +1 800 345 2700, Fax +1 608 221 4384; VAT No. US
FIN 22-3029570
Bank SWIFT-address NEW YORK

ANEXO 23

Page 4 of 5

**Ohmeda Medical, A Division of Datex-Ohmeda, Inc. Packing Slip
Now Part of GE Healthcare**

Org: LAU

<p>Ship To: VIENNATONE Y CIA AV 6 DE DICIEMBRE N34-45 CHECOSLOVAQUIA QUITO, Ecuador</p>	<p>Checked By: NORTHCRAFT, BENNIE Shipping Date: 29-Jul-10 Way Bill: EXPEDITORS - MIAMI Commercial Invoice: 18454052 Customer PO#: 07-DVC-10 Ship Method: Carrier:</p>
--	---

Ship From:
Ohmeda Medical -a division of Datex-Ohmeda Inc.
Ohmeda Medical, A Division of Datex-Ohmeda, Inc.
8880 Gorman Rd
Laurel, MD,, 20723
United States
Your VAT ID No:
Sales Person: Fernandez, Juan


ASN/Delivery Number: 18454052

Contact / CSR: Gomes, Amparo C (Ampy)

Additional Information
Ship Prepaid using Expeditors Intl.
Contact: Sandra Pinto 305-592-9420 3rd Party Billing to DAT292
end user country - Ecuador

GE Contact: Nydia Diaz

Receive Via : ASN Receiving
ASN Number :
ASN18454052LAU



End user: VIENNATONE Y CIA, AV 6 DE DICIEMBRE N34-45 CHECOSLOVAQUIA, QUITO, EC

Packaging Type: NOT DEFINED
Shipped From : United States
Final Destination: EC
Country of Destination : Ecuador
Description of Goods : Medical Device

Datex-Ohmeda, INC.
P.O. Box 7550, Madison, WI 53707-7550, USA
Tel +1 800 345 2700, Fax +1 608 221 4384; VAT No. US
FIN 22-3029570
Bank SWIFT-address NEW YORK

ANEXO 24

U.S. DEPARTMENT OF COMMERCE – Economics and Statistics Administration – U.S. CENSUS BUREAU – BUREAU OF EXPORT ADMINISTRATION
FORM 7525-V (7-18-2003) SHIPPER'S EXPORT DECLARATION OMB No. 0507-0152

1a. U.S. PRINCIPAL PARTY IN INTEREST (USPP): (Complete name and address) Dalex Ohmeda, Inc. 3030 Ohmeda Drive Madison, WISCONSIN, UNITED STATES ZIP CODE 53718		1d. INVOICE NUMBER 18454052				
b. USPP'S EIN (IRS) OR ID NO. 22-3029570	c. PARTIES TO TRANSACTION <input checked="" type="checkbox"/> Related <input type="checkbox"/> Non-related	2. DATE OF EXPORTATION 29-JUL-2010				
4a. ULTIMATE CONSIGNEE (Complete name and address) VIENNATONE Y COMPANIA (DI) AV 6 DE DICIEMBRE N34-45 CHECOSLOVAQUIA QUITO, ECUADOR		3. TRANSPORTATION REFERENCE NO. ORDER NUMBER 5272005 / 2884142 PURCHASE ORDER NUMBER 07-DVC-10				
5a. FORWARDING AGENT (Complete name and address) EXPEDITORS		DESCRIPTION				
5b. FORWARDING AGENT'S EIN (IRS) NO.						
6. POINT (STATE) OF ORIGIN OR FTZ NO. MARYLAND	7. COUNTRY OF ULTIMATE DESTINATION ECUADOR					
8. LOADING PIER (Vessel only)	9. METHOD OF TRANSPORTATION (Specify) AIR					
10. EXPORTING CARRIER	11. PORT OF EXPORT	14. CARRIER IDENTIFICATION CODE				
12. PORT OF UNLOADING (Vessel and air only)	13. CONTAINERIZED (Vessel only) <input type="checkbox"/> Yes <input checked="" type="checkbox"/> No	15. SHIPMENT REFERENCE NO.				
16. ENTRY NUMBER		17. HAZARDOUS MATERIALS <input type="checkbox"/> Yes <input checked="" type="checkbox"/> No				
18. IN BOND CODE		19. ROUTED EXPORT TRANSACTION <input type="checkbox"/> Yes <input checked="" type="checkbox"/> No				
20. SCHEDULE B DESCRIPTION OF COMMODITIES (Use columns 22-24)						
D/F or M (21)	SCHEDULE B NUMBER (22a)	ECCN (22b)	QUANTITY – SCHEDULE B UNIT(S) (23)	SHIPPING WEIGHT (Kilograms) (24)	VIN/PRODUCT NUMBER/VEHICLE TITLE NUMBER (25)	VALUE (U.S. dollars, omit cents) (Selling price or cost if not sold) (26)
D	9018200060	EAR99	1 EA	142		6900
D	9019200000	EAR99	2 EA	5		2960
27. LICENSE NO./LICENSE EXCEPTION SYMBOL/AUTHORIZATION NLR			28. ECCN (When required)			
29. Duly authorized officer or employee MILA L. BOHOL			The USPP authorizes the forwarder named above to act as forwarding agent for export control and customs purposes.			
30. I certify that all statements made and all information contained herein are true and correct and that I have read and understand the instructions for preparation of this document, set forth in the "Correct Way to Fill Out the Shipper's Export Declaration." I understand that civil and criminal penalties, including forfeiture and sale, may be imposed for making false or fraudulent statements herein, failing to provide the requested information or for violation of U.S. laws on exportation (15 U.S.C. Sec. 305; 22 U.S.C. Sec. 401; 18 U.S.C. Sec. 1001; 50 U.S.C. App. 2410).						
Signature  MILA L. BOHOL Size 7/20/04			Confidential – Shipper's Export Declaration (or any successor document) wherever located shall be exempt from public disclosure unless the Secretary determines that such exemption would be contrary to the national interest (15 U.S.C. Chapter 9, Section 301 (g)).			
Title: Export Logistics Specialist			Export shipments are subject to inspection by U.S. Customs Service and/or Office of Export Enforcement.			
Date: 29 July 2010			31. AUTHENTICATION (When required)			
Telephone No. (Include Area Code): 410-888-5352			E-mail address: mila.bohol@ge.com			

This form may be printed by private parties provided it conforms to the official form. For sale by the Superintendent of Documents, Government Printing Office, Washington, DC 20402, and local Customs District Directors. The "Correct Way to Fill Out the Shipper's Export Declaration" is available from the U.S. Census Bureau, Washington, DC 20233.

FORMULARIO DE ENCUESTA
ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
INGENIERÍA FINANCIERA Y COMERCIO EXTERIOR
FORMULARIO

OBJETIVO:

Recopilar información fidedigna acerca de los equipos médicos con carácter académico.

Fecha (año/mes/día):- __/__/__

Encuestador. ____

Nombre del Centro Médico:

Instrucciones:

Marque con una X la respuesta que corresponda a su elección.

1. ¿Qué equipos de diagnóstico por imágenes dispone?
Rayos X () Tomógrafos () Resonancia () Ultrasonidos () Otros ().
 2. ¿Qué proveedor de equipos médicos conoce usted?
-
3. Es dicho proveedor el que entregó los equipos de éste centro médico?
SI () NO ()
 4. ¿Algunos de los equipos ha cumplido su vida útil?
SI () NO ()
 5. ¿Considera que los equipos con los que dispone el centro son obsoletos?
SI () NO ()
 6. ¿Qué tan interesado esta el centro médico en adquirir equipos nuevos?
Mucho () Bastante () Medianamente () Poco () Nada ()
 7. ¿Considerando el Costo y la aplicación que le daría al equipo, que marca le interesaría comprar?
-